

**Sosyal Medya Ortamlarının Siyasal İletişim
Uygulamaları Açısından İncelenmesi: Türkiye’de
2011 Genel Seçimleri’nde Facebook ve Twitter’ın
Siyasi Partiler ve Liderler Tarafından Kullanılması**

Proje No: 111K263

Doç. Dr. Günseli Bayraktutan
Prof. Dr. Mutlu Binark
Yrd. Doç. Dr. Aslı Telli Aydemir
Tuğrul Çomu
Burak Doğu
Gözde İslamoğlu

NİSAN 2013
ANKARA

ÖNSÖZ

TÜBİTAK SOBAG 1001 Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Projelerini Destekleme Programı tarafından desteklenen, 111k263 numaralı bu araştırma projesi, “Sosyal Medya Ortamlarının Siyasal İletişim Uygulamaları Açısından İncelenmesi: Türkiye’de 2011 Genel Seçimlerinde Facebook ve Twitter’in Siyasi Partiler Ve Liderler Tarafından Kullanılması” başlığını taşımaktadır. Çalışma, Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi Halka İlişkiler ve Tanıtım Bölümü öğretim üyesi Doç. Dr. Günseli Bayraktutan’ın yürütücülüğünde, 01 Kasım 2011-15 Nisan 2013 tarihleri arasında tamamlanmıştır. Projede araştırmacı olarak, Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo-Tv.ve Sinema Bölümü öğretim üyesi Prof. Dr. F. Mutlu Binark ve İstanbul Şehir Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyesi Yrd. Doç. Dr. Aslı Telli Aydemir görev almışlardır. Projenin bursiyerleri, İzmir Ekonomi Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Görevlisi Burak Doğu, Bozok Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Görevlisi Tuğrul Çomu ve Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Görevlisi Gözde İslamoğlu’dur.

111k263 numaralı araştırma projesinde saha çalışmasına katılarak görüş ve düşüncelerini paylaşan, zamanlarını ayırarak toplumsal ve bilimsel bir araştırmanın gerçekleşmesine katkı veren herkese teşekkür ederiz.

TABLO LİSTESİ

iv

ŞEKİL LİSTESİ

v

GİRİŞ

1

1. GENEL BİLGİLER

5

- 1.1. Siyasal İletişim: Tanım, Süreç, Kavramlar ve Bileşenler 5
- 1.2. Siyasal İletişim Sürecinde Sosyal Medya Ortamlarının Kullanılması 19
- 1.3. Türkiye’de Siyasal İletişim Sürecinde ve Seçimlerde Sosyal Medyanın Kullanılması 40
- 1.4. Siyasi Partiler ve Yeni Medya Deneyimleri 52
 - 1.4.1. Adalet ve Kalkınma Partisi 52
 - 1.4.2. Cumhuriyet Halk Partisi 96
 - 1.4.3. Milliyetçi Hareket Partisi 116
 - 1.4.4. Barış ve Demokrasi Partisi 131

2. YÖNTEM

147

- 2.1. Sosyal Medya Ortamların Mimari Yapısının Çözümlemesi: Facebook ve Twitter Örneği 147
 - 2.1.1. Sosyal Medya Ortamlarının Betimlenmesi: Facebook Arayüzeyi 147
 - 2.1.2. Sosyal Medya Ortamlarının Betimlenmesi: Twitter Arayüzeyi 157
- 2.2. İçerik Çözümlemesi, İçerik Çözümlemesinin Uygulanması 161
 - 2.2.1. İçerik çözümlemesi nedir? 162
 - 2.2.2. Örneklemin Alınması, Kayıtlama Tekniği ve Kayıtlayıcı Araçların Teknik Özellikleri 164
 - 2.2.3. Kodlama Cetvelinin Oluşturulması ve Kodlama Birimleri 169
- 2.3. Söylem, Söylem Çözümlemesi ve Yöntemin Uygulanması 180
 - 2.3.1. Söylem nedir? 180
 - 2.3.2. Söylem Çözümlemesi 183
 - 2.3.2.1. van Dijk’in Söylem Çözümlemesi Uygulaması 183
 - 2.3.2.2. Söylem Çözümlemesi için Örneklemin Seçilmesi: 189
 - 2.3.2.2.1. Gündem: Kamu Gündemi, Medya Gündemi, Siyasal Gündem ve Sosyal Medya 190
 - 2.3.2.2.2. 2011 Genel Seçimleri’nde Medya Gündeminin Seçimi 196
- 2.4. Görüşme Tekniği 218

3. BULGULAR	221
3.1. İçerik Çözümlemesi Bulguları	221
3.1.1. Twitter’ın 2011 Genel Seçimlerinde Siyasi Partiler ve Liderler Tarafından Deneyimlenmesi: Nicel ve Nitel İçerik Çözümlemesi	221
3.1.2. Facebook’un 2011 Genel Seçimlerinde Siyasi Partiler ve Liderler Tarafından Deneyimlenmesi: Nicel ve Nitel İçerik Çözümlemesi	266
3.1.3. Genel Değerlendirme	307
3.2. Söylem Çözümlemesi Bulguları	313
3.2.1. 2011 Genel Seçimlerinde Siyasi Partiler ve Liderler Tarafından Deneyimlenmesi Twitter Örnekleme- Söylem Çözümlemesi	314
3.2.1.1. AKP Söylem Çözümlemesi	314
3.2.1.2. CHP Söylem Çözümlemesi	361
3.2.1.3. MHP Söylem Çözümlemesi	385
3.2.1.4. BDP, EDÖB ve Bağımsız Adaylar Söylem Çözümlemesi	410
3.2.2. BDP Resmi Facebook Sayfası Söylem Çözümlemesi	473
4. TARTIŞMA VE SONUÇ	488
REFERANSLAR	505
EKLER	521
PROJE ÖZET BİLGİ FORMU	527

TABLO LİSTESİ

Tablo 1.	Sosyal ağlar üzerine yapılan bilimsel çalışmalar (2007-2011)	30
Tablo 2.	Türkiye’de İnternet erişimi ve kullanımına yönelik 2007-2012 yıllarını kapsayan TÜİK verileri	46
Tablo 3.	1970’ten 2009’a kadar İslami partilerin program ve lider değişiklikleri	53
Tablo 4.	3 Kasım 2002 Parlamento Seçim Sonuçları	59
Tablo 5.	22 Temmuz 2007 Parlamento Seçim Sonuçları	59
Tablo 6.	12 Haziran 2011 Parlamento Seçim Sonuçları	60
Tablo 7.	CHP Hükümetleri	101
Tablo 8.	Seçimlerde MHP Oylarının Yüzdesel Payı ve Milletvekili Sayısı	118
Tablo 9.	Facebook’ta Kayıtlanan Hesaplar	165
Tablo 10.	Twitter’da Takip Edilen Ve Kayıtlanan Hesaplar	166
Tablo 11.	van Dijk’ın Söylem Çözümlemesi	185
Tablo 12.	Twitter Söylem Çözümleme Şablonu	186
Tablo 13.	Facebook Ortamında Söylem Analizi Uygulama Modeli	189
Tablo 14.	Mitinglerden Bir Gün Sonra Gazetelerin Ana Sayfasının Alanına Oranla Yer Alma	194
Tablo 15.	Gündem Belirleme Çalışması- Örneklemin İlk ve Son Günü	196
Tablo 16.	Twitter’da Takip Edilen ve Kayıtlanan Hesaplar	221
Tablo 17.	Kullanıcılar ve Görev Tanımları	232
Tablo 18.	Hesap Bazında En Sık Tekrarlanan Kelime Sayısı	265
Tablo 19.	Facebook’ta Takip Edilen ve Kayıtlanan Hesaplar	266
Tablo 20.	Beğenen Sayıları	267
Tablo 21.	Bağlantı Adresleri	268
Tablo 22.	Profil Görseli Özellikleri	269
Tablo 23.	Sayfa Türü ve Kuralları	270
Tablo 24.	Hesap Bazında En Sık Tekrarlanan Kelime Sayısı	304
Tablo 25.	Hasip Kaplan ve Mustafa Elitaş’ın Twitter Üzerinden Karşılıklı Konuşmaları	498

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1.	Siyasal iletişim üzerine yayınlanan bilimsel makaleler (1995-2006)	28
Şekil 2.	Google Arama Motorunda “Ak Parti” Anahtar Kelimeleriyle Yapılan Tarama Sonucu	49
Şekil 3.	Google Arama Motorunda “Recep Tayip Erdoğan” Anahtar Kelimeleriyle Yapılan Tarama Sonucu	50
Şekil 4.	2011 Genel Seçimleri’nde Menderes-Özal ve Erdoğan’ı Birlikte Gösteren Afiş	63
Şekil 5.	Zelkif Kazdal’ın Twitter hesabı	73
Şekil 6.	akparti.org.tr Sitesi Ana Sayfası	79
Şekil 7.	AKİM Başvuru Formu	81
Şekil 8.	Ayrıntılı AKİM Başvuru Formu	83
Şekil 9.	ililakicraatlar.com Sitesi Ana Sayfası	87
Şekil 10.	akkanal.com Sitesi Ana Sayfası	88
Şekil 11.	Kemal Kılıçdaroğlu’nun resmi Twitter hesabından (@kilicdarogluk) yapılan duyuru	109
Şekil 12.	CHP Resmi İnternet Sitesi Ekran Görüntüsü	110
Şekil 13.	CHP Resmi İnternet Sitesinin Arapça Yayın Görüntüsü	112
Şekil 14.	CHP Mobil Uygulamaları Görüntüleri	114
Şekil 15.	MHP Resmi Web Sitesinin Ekran Görüntüsü	125
Şekil 16.	BDP Resmi Web Sitesinin Ekran Görüntüsü	138
Şekil 17.	BDP Resmi Web Sitesinin Katmanları, 12.02.2013	139
Şekil 18.	1920 x 1080 Piksel Çözünürlükte Görüntülenen Facebook “Kişi Hesabı”na Ait Ekran Görüntüsü	150
Şekil 19.	1920 x 1080 Piksel Çözünürlükte Görüntülenen Facebook “Sayfa Hesabı”na Ait Ekran Görüntüsü	152
Şekil 20.	Grup Hesabı Örneği	157
Şekil 21.	Araştırmada Kullanılan Twitter Hesabı “Araştırmacı Bir”in Twitter Ekranı. (1024 x 768 Çözünürlükte)	160
Şekil 22.	Hashtag Kullanımı Örneği	161
Şekil 23.	1024 x 768 Pixel Çözünürlükte Görüntülenen Twitter Sayfasına	

Ait Ekran Görüntüsü	168
Şekil 24. 1366 x 768 Pixel Çözünürlükte Görüntülenen Twitter Sayfasına Ait Ekran Görüntüsü	168
Şekil 25. Bir Facebook Gönderisi Örneği	170
Şekil 26. Twitter’da Kürtçe Gönderi Örneği	171
Şekil 27. Facebook’ta Kürtçe Gönderi Örneği	171
Şekil 28. Gönderide Etkinlik Duyurusu (CHP)	173
Şekil 29. Gönderide Etkinlik Duyurusu (MHP)	174
Şekil 30. Twitter’da Mention Özelliği Kullanımı	174
Şekil 31. Facebook Gönderisi İçinde Atasözü Kullanımı Örneği	176
Şekil 32. Tweet İçinde Başka Bir Liderin Sözüne Gönderme Yapılması Örneği	176
Şekil 33. Yazı Diline Örnek Gönderi	178
Şekil 34. Konuşma Diline Örnek Tweet	178
Şekil 35. 7 Haziran 2011 Tarihli Cumhuriyet Gazetesi	195
Şekil 36. Örneklem Tweet Sayıları	222
Şekil 37. Hesaplardaki Ortalama Tweet Sayısı	223
Şekil 38. Liderlerin Tweet Sayıları	223
Şekil 39. Partiler Bazında Günlük Tweet Sayıları	225
Şekil 40. Partiler Bazında Günlük Tweet Oranları	227
Şekil 41. 12 Haziran Tweet Sayıları	228
Şekil 42. Şehir Bilgisi	229
Şekil 43. Unvan Bilgisi	229
Şekil 44. Kişisel Bilgi ve Meslek	230
Şekil 45. Türkçe Dışı İçerik	231
Şekil 46. Parti İçi Görev	231
Şekil 47. Web Bağlantıları	233
Şekil 48. Zemin Özelleştirme ve Zeminde Logo	234
Şekil 49. Profil Görselinde Logo ve Profil Görseli (Fon)	235
Şekil 50. Profil Görseli	236
Şekil 51. Tweetin Teması	237
Şekil 52. Liderlerin Tweet Temaları	239
Şekil 53. Retweet Oranları	241

Şekil 54.	Tweet İçinde Bağlantı Kullanımı	242
Şekil 55.	Kullanılan Bağlantı Adresleri	243
Şekil 56.	Hashtag Oranları (#)	244
Şekil 57.	Göndermede Bulunma Oranları	245
Şekil 58.	Liderlerin Göndermede Bulunma Oranları	246
Şekil 59.	Tweette Kullanılan Dil	247
Şekil 60.	Tweet Üslubu	249
Şekil 61.	Liderlerin Tweet Üslupları	251
Şekil 62.	Tweet Dilindeki Bakış Açısı	253
Şekil 63.	Liderlerin Tweet Dillerindeki Bakış Açısı	254
Şekil 64.	Tweetlerdeki Yükleme Çekimleri	255
Şekil 65.	Liderlerin Tweetlerinde Yükleme Çekimi	256
Şekil 66.	Tweette Kullanılan Dil Biçimi	257
Şekil 67.	Tweetin Hedef Kitlesi	258
Şekil 68.	Kullanılan Kelime ve Kelime Grupları	259
Şekil 69.	Liderlerin Tweetlerinde Kullandıkları Kelime ve Kelime Grupları	260
Şekil 70.	Tweetin Kullanım Amacı	261
Şekil 71.	Liderlerin Tweet Kullanım Amacı	262
Şekil 72.	Tweetin Konusu	263
Şekil 73.	Örnekleme Gönderi Sayısı	270
Şekil 74.	12 Haziran Gönderi Sayısı	271
Şekil 75.	AKP Hesapları Günlük Gönderi Oranları	272
Şekil 76.	CHP Hesapları Günlük Gönderi Oranları	274
Şekil 77.	MHP ve BDP Hesapları Günlük Gönderi Oranları	276
Şekil 78.	Bağımsız Adaylara Ait Hesapların Günlük Gönderi Oranları	278
Şekil 79.	Gönderide Görsel Kullanım Oranları	279
Şekil 80.	Gönderi Kaynağı	280
Şekil 81.	Gönderi Teması	282
Şekil 82.	Gönderi İçinde Bağlantı Kullanımı	284
Şekil 83.	Gönderinin Dili	287
Şekil 84.	Gönderi Kullanım Amacı	288
Şekil 85.	Gönderinin Hedef Kitlesi	290
Şekil 86.	Gönderilerde Kullanılan Kelime ve Kelime Grupları	292

Şekil 87.	Gönderi Üslubu	294
Şekil 88.	Gönderi Konusu	297
Şekil 89.	Gönderi Dilindeki Bakış Açısı	300
Şekil 90.	Gönderi Dilindeki Yükleme Çekimi	301
Şekil 91.	Gönderi Dil Biçimi	303
Şekil 92.	Ertuğrul Kürkçü'nün 12 Haziran Tarihli Tweeti	472
Şekil 93.	BDP Resmi Facebook Sayfası	474

ÖZET

Bu çalışmada sosyal medya ortamlarından *Facebook* ve *Twitter*'in Türkiye'de siyasi partiler ve siyasi parti liderleri tarafından 2011 Genel Seçimlerinde kullanılmasını incelenmektedir. Web 2.0 ortamlarından sosyal medyanın siyasal iletişim sürecinde kullanılması, geleneksel siyasal iletişim yöntem ve tekniklerine göre siyasi partilere ve liderlere, partililere, parti sempatzanlara ve henüz “oy verme” kanaatini oluşturmamış seçmenlere siyasal metin/ileti ile etkileşime girme, katılma/dâhil olma, yayma ve kendi içeriğini üreterek paylaşma açısından bir çok olanak sağlamaktadır. Bu olanaklar yeni medya ortamlarının sahip olduğu dijitallik, etkileşimsellik, kullanıcı türevli içerik yaratımı, hipermetinsellik, yayılım ve sanallık gibi özelliklerden kaynaklanmaktadır. Sosyal medya ortamlarının yukarıda açıklanan özellikleri seçmene siyasi partilerin söylemsel pratiklerine anında tepki verme ve dâhil olma olanağı tanımaktadır. Bundan ötürü de siyasi partinin ve/veya liderin siyasal söyleminin de konumu değişebilmektedir. Bu araştırma bu ilişkiyi sosyal medya arayüzeyinde yer alan söylemsel pratikler (yazılı ve görsel paylaşımlar) üzerinden inceleyerek, sosyal medyanın siyasal iletişim sürecinde kullanılmasının siyasi partilerin söylemsel pratikleri üzerine olası dönüştürücü etkisini tartışmayı amaçlamaktadır. Bu amaçla, siyasi partilerin ve liderlerin neden sosyal medya ortamlarından Facebook ve Twitter'i kullanmayı tercih ettikleri, web siteleri ile kıyaslandığında sosyal medya ortamlarının kullanımı ile seçmen-parti ve lider ilişkisinin ne şekilde dönüştüğü, sosyal medya ortamında siyasal iletişim kampanyalarının yürütülmesinin siyasi partilerinin söylemsel pratiklerini ve siyasetin dilini ne şekilde etkilediği araştırılmıştır. Bunun için web 2.0 arayüzeyinde dolaşıma sokulan ve üretilen metinler arayüzeyde kullanılmak üzere geliştirilmiş şablonlarla (Facebook duvarı, Twitter gönderleri) niceliksel ve niteliksel içerik çözümlemesi ve söylem çözümlemesi yöntemi ile incelenmiş ayrıca siyasi partilerin sosyal medya uzmanları ve örnekleme dahil siyasetçilerle yüzyüze ve e-posta ile görüşmeler yapılmıştır.

Anahtar kelimeler: sosyal medya, siyasal iletişim, siyasal parti, siyasi lider, 2011 Genel Seçimleri, Twitter, Facebook

ABSTRACT

This study aims to examine the uses of social media environments, Facebook and Twitter by Turkish Political Parties and their leaders at 2011 Turkish General Elections. The use of the social media compared to traditional methods and techniques of political communication which is one of the web 2.0 environments, in the process of political communication, provides different opportunities to the political parties and leaders, party members, party sympathizers and voters who are not yet decided. These opportunities are interaction with political text/message, participation/inclusion, spreading and producing their own content.

These opportunities are due to the possibilities of new media environment have such as digitalism, interactivity, user-generated content creation, hypertextuality, diffusion and virtuality. Social media environment' characteristics, which are described above, enable voters to react instantly and to be included in discursive practices. Hence, the position of the political party and/or the political discourse of political party leader can alter. By examining the relationship through the discursive practices of social media interface (both written and visual sharing) this research discusses the possible converting effects of discursive practices of political parties by the use of social media in the process of political communication.

To that end, in this study the following questions are answered: Why do political parties and leaders choose to use social media environments such as Facebook and Twitter, how does the voter-party relationship change with the use of social media, how does political communication campaigns that are carried out at social media environment effect the discursive practices of political parties and the language of the politics.

For that purpose, texts that are produced and disseminated in web 2.0 environment (Facebook wall, Twitter posts) are analyzed with quantitative and qualitative content analysis and discourse analysis and supported with face to face and e-mail interviews with social media experts and politicians.

Keywords: social media, political communication, political parties, political leader, 2011 General Elections, Twitter, Facebook

GİRİŞ

Web 2.0 diye tanımlanan yeni iletişim ortam ve araçlarının en popüler ve yaygın uygulamaları olarak sosyal medyanın siyasal iletişim sürecinde kullanılması konu edinen bu araştırma projesi özel olarak sosyal medya ortamlarından *Facebook* ve *Twitter*'in Türkiye'de siyasi partiler ve siyasi parti liderleri tarafından 2011 Genel Seçimleri'nde kullanılmasını incelemektedir. Geleneksel medya ve siyasal iletişim arakesitindeki süreçler, bileşenler ve aktörlerle karşılaştırıldığında, sosyal medya ortamları geleneksel siyasal iletişim yöntem ve tekniklerine göre hem örgütsel olarak siyasi partilere ve hem de bireysel düzeyde liderlere, partililere, parti sempatanlarına ve henüz "oy verme" kanaatini oluşturmamış seçmenlere siyasal metin/ileti (duyuru, açıklama, basın bülteni, siyasal reklâm, afiş, müzik ve ses dosyası gibi) ile etkileşime girme, katılma/dâhil olma, yayma ve kendi içeriğini üreterek paylaşma açısından birçok olanak sağlamaktadır. Bu olanakların büyük oranda yeni medya ortamlarının sahip olduğu dijitallik, etkileşimsellik, kullanıcı türevli içerik yaratımı, hipermetinsellik, yayılım ve sanallık gibi özelliklerden kaynaklandığını söylenebilir (Binark ve Löker, 2011: 9-12).

Bu araştırma projesinde sosyal medya ortam ve araçları ile siyasal iletişim arakesitinde, yukarıda betimlenen türden bir ilişkinin taraflarına, özellikle liderlere, diğer siyasetçilere ve kurumsal yapılar olarak siyasi partilere sosyal medya ara yüzeyinde yer alan söylemsel pratikleri (yazılı ve görsel paylaşımlar) üzerinden bakılmış ve çevrimdışı yapılan görüşmelerle de siyasi partileri temsil eden (milletvekilleri, MYK üyeleri, milletvekili adayları, sosyal medya uzmanları gibi) kişilerin süreç, araç ve ortamlara ilişkin görüşleri alınarak çalışma desteklenmiştir.

Bu amaçla gerçekleştirilen araştırmada, siyasi partilerin, liderlerin ve adayların Türkiye'de 2011 Genel Seçimleri'nde web 2.0'ın sosyal medya uygulamalarını hangi amaçlarla, ne şekillerde kullandıklarına, bu bağlamda ortaya çıkan ortak veyahut benzeşen uygulamalara, siyasi partilerin resmi web sitelerine göre sosyal medya uygulamaları kullanmalarıyla ortaya çıkan olanaklara ve sosyal medya ortamlarında kullanıcının yeni medyanın etkileşimsellik ve katılım, kullanıcı türevli içerik üretme gibi özelliklerini kullanması sonucunda siyasi partilerin ve liderlerin söylemsel pratiklerinin ve siyasal iletişim sürecinin ne şekilde etkilendiğine bakılmaktadır.

Giriş Bölümü dâhil beş bölümden oluşan çalışmanın genel bilgiler başlıklı Birinci Bölümü’nde araştırma projesinin kuramsal arka planını oluşturan tartışmalar ve çalışma boyunca kullanılan kavramlar başlıklar halinde ele alınmaktadır. Bu kapsamda siyasal partiler ve siyasal katılım, siyasal iletişim süreci ve bu süreçte sosyal medyanın kullanımı, Türkiye’de siyasal iletişim sürecinde ve özellikle seçimlerde sosyal medya ortamlarının kullanımı üzerine yapılan araştırmalar ve çalışma kapsamında incelenen siyasi partilerin, önce ideolojileri ve ideolojik bileşenleri, ardından da yeni medya araç ve ortamlarıyla ilişkili deneyimlerinin aktarılması söz konusudur.

Çalışmanın İkinci Bölümü araştırma yöntem ve tekniklerinin açıklandığı bölümdür. Bu Bölüm’de araştırma kapsamında benimsenen yöntemsel yaklaşım ve bu doğrultuda kullanılan teknikler ayrıntılı olarak açıklanmaktadır. İkinci Bölüm’de öncelikle araştırmanın uygulandığı mecralar olarak sosyal medya araç ve ortamlarının özellikleri, iletişim pratikleri ve özellikle etkileşimsellik ve yayılım konularında sağladıkları olanaklar ve bunları mümkün kılan unsurları ele alınıp tanıtılmaktadır. Burada araç ve ortamlara yönelik bir tür fiziki yapı benzetmesiyle (mimari yapı) aslında araç ve ortamların kurgusunun ve/ veya birbirleriyle ilişkisinin, örneğin sosyal medya araçlarının çeşitli mobil cihazlara yönelik uygulamalarının veya birbiriyle entegre çalışabilmesinin -Facebook ve Twitter uygulamaları örneğinde olduğu üzere- bu çalışmadaki yansısının değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bu çalışma için sosyal medyada dolaşıma sokulan ve üretilen metinler (örneğin Facebook duvarı, Twitter gönderileri) niceliksel ve niteliksel içerik çözümlemesi ile söylem çözümlemesi teknikleriyle incelenmiştir. Çalışmada temel amaç hem sosyal medya dolayımı üretilen mesajların içeriğini, özelliklerini tanımlamak, hem bir biçimde nedenlerini görebilmek hem de etkileşimin gerçekleşmesine neden olabilecek etkiyi ortaya çıkarabilmektir. Bu nedenle de araştırmada hem içerik çözümlemesi hem de söylem çözümlemesi tekniği uygulanmıştır. Türkiye’de siyasal iletişim alanında önemli bir isim olan Aysel Aziz *Siyasal İletişim* (2003) isimli çalışmasında genel olarak siyasal iletişim sürecini ve aktörlerini tanımlarken bu alanda yapılacak olan bilimsel çalışmalara dair Oya Tokgöz’le benzer biçimde içerik çözümlemesi ve söylem çözümlemesinin gereği üzerine vurgu yapmaktadır: “Siyasal iletişimde mesajı verenler genelde örgütlü yapılardır. Bu mesajlar çoğunlukla ya doğrudan siyasi kimliği olan yerden verilir ya da toplum/ belirli bir grup, topluluk adına hareket eden belirli bir kişi ya da gruplar tarafından verilir. Bunların bir kısmı, yaygın adı ile ‘kamuoyu’ adına oluşturulur, gündeme getirilir ve ilgili hedef kitleye aktarılır” (2003: 5). Aziz’e göre söylemde kullanılan

dil ile hedef kitlenin anlayacağı dilin örtüşmesi gerekir (2003: 6). Bu nedenle yöntem bölümünde kullanılan teknikler (içerik çözümlemesi, söylem çözümlemesi ve görüşme tekniği) detaylı biçimde açıklanmış, uygulama için geliştirilmiş şablonlar ve geliştirim sürecine ilişkin bilgi verilmiş, söylem çözümlemesi için sınırları ve kapsamı belirleyen günlerin seçilmesine ve gündemin belirlenmesine yönelik süreç aktarılmıştır. Yöntemin ve araştırmada kullanılan tekniklerin burada ayrıntılı bir biçimde aktarılması önemlidir, çünkü bu çalışma kapsamında oldukça yeni bir uygulama (arayüzeyde nicel ve nitel içerik çözümlemesi) söz konusudur. Burada ayrıca belirtmek gerekir ki, gerek nicel ve nitel içerik çözümlemesi, gerekse söylem çözümlemesi için geliştirilen şablonların çalışmada kullanılması Türkiye'deki yeni medya/İnternet çalışmaları açısından da önemli bir metodolojik katkıdır. Bu uygulamayı önemli kılan bir diğer husus ise, kapsamın genişliğidir, örneğin Twitter hesapları üzerinden 1 Nisan- 30 Haziran 2011 tarihleri arasında takip edilen ve kayıtlanan bireysel hesap sayısı 37'dir.

Çalışmanın Üçüncü Bölümü araştırma bulgularının serimlendiği bölümdür. Bu Bölümde içerik çözümlemesinin hem Facebook hem de Twitter üzerinden sonuçları, söylem çözümlemesinin seçilen hesaplar üzerinden tüm partilere yönelik ayrıştırılmış sonuçları ve Facebook hesaplarının BDP örneği üzerinden özel incelenmesi söz konusudur. Facebook hesaplarının BDP örneği üzerinden söylem analizine tutulmasının gerekçesi şudur: Facebook hesapları diğer partiler örneğinde özellikle iki sosyal mecranın bütünleşik çalışmaya başlamasıyla birlikte belirli bir tarihten itibaren Twitter gönderilerinin¹ bir tekrarından öteye gitmemiştir. Hem yüklenen içerik hem de nicel göstergeler kullanılarak veriye bakıldığında BDP'nin bu mecrayı daha belirgin ve amaca yönelik daha etkin kullandığı görülmüştür. Bu minvalde kısaca vurgulamak gerekir ki, sosyal medya ortamlarının anaakım medyada yer alma konusunda sorunu olan tüm partiler ve siyasi oluşumlar için bu bağlamda etkili ve işlevsel kullanılması olanaklıdır. Çalışmada kullanılan tekniklerden birisi olan görüşmeler sonucu elde edilen bulgular ayrı bir başlık altında ele alınmamış, raporun Birinci (partilerin yeni medya kullanım deneyimlerinin tartışıldığı kısım) ve Dördüncü (tartışma ve öneriler) Bölümlerinde bu görüşmelere yer verilmiştir.

¹ Bu gönderilerin içerikleri proje metni içerisinde kullanılırken çevrimiçi ortam/arayüzeydeki biçimiyle kullanılmış ve herhangi bir değişiklik, düzeltme/ tashih yapılmamıştır. Mesajın özgün formunun korunması önemlidir. Bu biçimde hem yeni medya araç ve ortamları üzerinden geliştirilen "yeni dil" in özelliklerinin izi sürülebilir, hem de yapılan yazım yanlışlarının da söylemsel anlamda analiz açısından bir önemi vardır.

Çalışmanın Dördüncü Bölümü genel olarak bulguların tartışılmasını, sonuçları ve önerileri içermektedir. Burada araştırma bulguları Birinci Bölüm’de açıklanan kuramsal çerçeve temelinde gözden geçirilmiştir. Araştırma projesinin önerileri ise iki farklı düzlemde: yeni bilimsel çalışmalar için öneriler ve siyasi aktörlerin sosyal medya kullanım pratiklerine yönelik öneriler.

1. GENEL BİLGİLER

Bu Bölümde araştırmanın kuramsal ve kavramsal çerçevesini oluşturan temel alt başlıklar ele alınacaktır. Bunlar, siyasal iletişim ve siyasal iletişim süreci, siyasal katılım, siyasi partiler ve yurttaşlık tartışması, genel olarak siyasal iletişim sürecinde sosyal medya ortam ve araçlarının kullanımı ile Türkiye’de seçimlerde ve siyasal iletişim sürecinde sosyal medya ortam ve araçlarının kullanımı alt başlıklarıdır. Elbette bu başlıklar altında, çalışmayı destekleyen başka konu ve tartışmalara da kısaca değinilmesi gerekir. Örneğin Türkiye’de modern siyasal yaşamın gelişimine dönük tartışmalar ve bunun yansımaları olarak siyasal iletişim kampanya ve süreçlerine ilişkin tarihsel vurgular, mevcut çalışmanın ortaya koyduğu sonuçları değerlendirme ve tartışma anlamında bütüncü olacaktır.

1.1. Siyasal İletişim: Tanım, Süreç, Kavramlar ve Bileşenler

Burada öncelikle siyasal iletişime yönelik tanımları ve tartışmaları ele alıp ardından alanın teknolojiyle, özellikle medya teknolojilerinin sürece dâhil olmasıyla birlikte gelişimini değerlendirip, aynı zamanda da Türkiye’de siyasal iletişimin hem bir bilimsel çalışma alanı olarak kurumsallaşmasına hem de uygulamalar düzeyinde (siyasal reklâmcılık, siyasal kampanya uygulamaları) tarihsel arka planla ve gerekçelerle birlikte gelişimine değinilecektir. Bu tartışmada ayrıca siyasal iletişim sürecinin temel bileşenleri kapsamında örgütlü bir yapı olarak siyasi partilere ve siyasal katılım bağlamında yurttaşlık kavramına da kısaca değinilecektir.

▪ Siyasal İletişim: Tanımlar

Siyasal iletişime yönelik olarak farklı ve çeşitli tanımlara rastlamak mümkündür. Bu bağlamda Türkiye’de siyasal iletişim alanında çalışan ilk ve önemli isimlerden birisi olan Oya Tokgöz’e göre Ithaiel de Sola Pool’un yaptığı tanım, siyasal iletişimle ilgili yapılmış ilk tanımlardan biri olma niteliğini taşımaktadır. Siyasal iletişim için, “Hükümet işlerine ait bilgi, fikir ve tutumları yaymak için oluşturulmuş bazı uzman kuruluşların uğraşlarıdır” diyen, Ithaiel de Sola Pool “gerçek anlamda uzmanlık bilgisinin siyasal yaşam için rasyonelleşme aracı olduğunu” belirtmeyi gerekli görmüştür (Tokgöz, 2008: 108). Bu tanımla Pool,

“siyasal iletişimi, siyasal iletişimle ilgili yapılmış kuramsal araştırmalarda görmek mümkündür” ifadesini kullanarak, aslında siyaseti tüm olarak araştıran bir yaklaşım şeklinde ele almak gerektiğini belirtmektedir. Bir başka deyişle, siyaset ile iletişimin birlikte incelenmesi gerektiğini, siyasal iletişimi tanımlama yönünden vurgulamaktadır (Tokgöz, 2008: 108). Bu durumda siyasal iletişim hem bir uygulama alanını hem de bilimsel bir çalışma alanını temsil etmektedir ki aslında her iki alanın da birbiriyle bütünlendiğini söylemek gerekir. Siyasetin bilimselleşmesi ile siyasal iletişimin bir kavram olarak ortaya çıkışının eşzamanlı bir süreç olması ise dikkatten uzak tutulmamalıdır. (Tokgöz, 2008: 106)

Siyasal iletişimin bir akademik çalışma alanı olarak gelişimiyle birlikte bu sürece salt hükümet işleriyle ilgili süreçleri ve işleri değil aynı zamanda diğer aktörleri ve medyayı da dâhil eden bir kavrayışın yerleştiğini söylemek mümkündür. Bu bağlamda 1975 yılında Steven Chaffee'nin derlediği *Political Communication* adlı kitapta, siyasal iletişim, “siyasal süreç içinde iletişimin oynadığı rol” şeklinde tanımlanmaktadır (Chaffee, 1975, 85'den aktaran Tokgöz, 2008: 109). Siyasal iletişim tanımı üzerine de farklı yaklaşımlar ve yönelimlerden söz etmek mümkündür. Bu bakımdan Oya Tokgöz, siyasal iletişim açısından Anglo-Amerikan tanımlarının yanında iki Fransız kökenli tanımına da yer vermekte yarar olduğunu belirtir; örneğin Dominique Wolton (1991), “siyaset üzerinde kamu önünde fikir belirtmeleri meşru olan üç aktörün, politikacıların, gazetecilerin ve nabız yoklamacıların aracılığı ile kamuoyunun çelişkili söylemlerinin değiş tokuş edildiği alanı siyasal iletişim” olarak tanımlamaktadır (akaran Tokgöz, 2008: 110). Bu tanımda Anglo-Amerikan tanımlamalardan farklı biçimde ortaya çıkan “kamuoyu” kavramına dikkat çekmek gerekir. Bu bakımdan, siyasal iletişim süreci medya dolayımıyla gerçekteşen ve kamuoyu oluşumu üzerinde etkili bir süreç olarak kavramsallaştırılmaktadır.

Aysel Aziz de alandaki bu çok çeşitli ve farklı tartışmalara yönelik vurgu yaparken “Tüm bu karmaşıklığa ve güçlüğe karşılık ‘siyasal iletişim’ kavramı, çok basite indirilerek, belli ideolojik amaçlarını, topluma belli gruplara, kitlelere, ülkelere ya da bloklara kabul ettirmek ve gerektiğinde eyleme dönüştürmek, uygulamaya koymak üzere siyasal aktörler tarafından çeşitli iletişim tür ve tekniklerinin kullanılması ile yapılan iletişim olarak” tanımlanabilir demektedir (2003: 3). Erol Mutlu'ya göre ise siyasal iletişim, “siyasal süreçlerle iletişim süreçleri arasındaki ilişkileri ele alan araştırmalardan oluşan disiplinlerarası bir akademik alandır” (2004: 256). Dolayısıyla, siyasal iletişim bir yandan kampanya tasarımı ve

uygulanması gibi sürecin teknik kısmına girecek çalışmaları kapsarken, bir yandan da yurttaşla siyasal iletişim uygulamalarının etkileşiminin veya ilişkisinin de incelediği kapsamlı bir çalışma alanını işaret eder.

Siyasal iletişim süreci çoğu kez genel anlamda iletişim sürecine benzetilmekte, temel fark olarak da mesajı gönderen aktörlerin siyasi bir kimliğe sahip olmalarına vurgu yapılmaktadır (Çakmak Kılıçaslan, 2008: 36). Çakmak Kılıçaslan aynı zamanda da bu süreçte ikna ve etkinin çok önemli olduğunu çünkü sürecin temelinde kamuoyu yaratma amacının yattığını belirtmektedir (2008: 36).

Siyasal iletişim çalışmalarının hem uluslararası hem de ulusal ölçekte gelişimine de bu çalışma kapsamında özetle değinmekte yarar vardır. Peter Dahlgren, *Media and Political Engagement: Citizens, Communication and Democracy* (2009) adlı çalışmasında siyasal iletişim çalışmalarında üç geleneğin olduğunu iddia etmektedir. İlki, resmi siyasal aktörler, medya ve yurttaşlardan oluşan siyasal kurumsal sistem içerisindeki etkileşimi inceleyen gelenektir. Bu geleneğin yurttaş tanımı düz çizgisel iletişim sürecinde siyasal örgütlenmeler ve eylemlere ilişkin bilgi sahibi olan, kanaat oluşturan ve oy verme kararı ile eyleyen yurttaş şeklindedir. Burada Dahlgren, bu geleneğin yurttaşın siyasal katılımını son derece dar tanımladığını belirtir. Dahlgren'in eleştirisini izleyerek, anaakım siyasal iletişim çalışmalarının çoğunlukla seçim kampanyası süreci odaklı yurttaşın/seçmenin oy verme kararı üzerindeki çeşitli etkileri ele aldığını söyleyebiliriz. Harold D. Laswell'in *Propaganda Technique in World War* araştırması (1927), Paul Lazarsfeld ve arkadaşlarının *The People's Choice* araştırması (1944), Paul Lazarsfeld ve Elihu Katz'un *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications* (1955) araştırması, Bernard Berelson'un *Voting* araştırması (1954), Bernard Cohen'in *The Press-Public and Foreign Policy* araştırması (1963), Maxwell Mc Combs ve Donald Show'un *Public Opinion Quarterly* dergisinde yayınlanan gündem koyma araştırmaları (1972), anaakım siyasal iletişim araştırmalarında siyasal iletişim kampanyalarının seçmenin oy verme davranışı üzerinde ne şekilde ve hangi aracı mekanizmalarla etkili olduğu (kanaat önderi² veya eşik bekçisi gibi dolayımlayıcı mekanizmaların varlığı vb.) ele alan öncü ve önemli araştırmalardır.

² Cumhurbaşkanı Abdullah Gül'ün sosyal medyayı, özellikle Twitter'ı kullanması ve zaman zaman fotoğraf da paylaşması bu mecraların yaygınlaşması açısından önemli bir kullanım örneği olarak değerlendirilebilir. Bu bağlamda Abdullah Gül kanaat önderi gibi işlev görmektedir. "Kanaat önderi olgusu ilk kez olarak Paul

Siyasal iletişim çalışmalarındaki ikinci gelenek ise, Jürgen Habermas'ın kamusal alan kavramsallaştırımını ve müzakereci demokrasi tartışmalarını izleyerek, yurttaşın siyasal katılımını sosyo-kültürel koşullar içerisine yerleştirir. Kamusal alan, “sosyo-politik veya pratik sorunların çözülmesi amacıyla kişilerarasında değerler ve ölçünler üzerinde mutabakata varılma olanağının bulunduğu kamusal yaşam alanıdır” (Habermas, 1974'ten aktaran Mutlu, 2004: 164). Habermas kamusal alanı “yurttaşlar olarak ideal biçimiyle siyasal yetkeyi ‘rasyonel’ otoriteye dönüştürmek amacıyla burjuva toplumunun gereksinimlerini devlete ileten bir toplumsal alan” olarak belirler (Mutlu, 2004: 164).

Dahlgren'in ayrımından siyasal iletişim çalışmaların üçüncü geleneği kültürel çalışmalardan beslenir (2009: 6). Bu gelenek içerisinde, yurttaşın anlam yaratımı/inşası süreci gündelik yaşamın somut yapıları içerisinde ele alınır. Dahlgren'e göre nasıl ikinci gelenek yapıların ekonomi politiği üzerine yoğunlaşıp, gündelik yaşam deneyimlerini ihmal ediyorsa bu gelenek ise demokrasi ve siyasal iletişimin yapısal ve kuramsal dinamiklerini irdelemeyi göz ardı etmektedir.

Dahlgren'in yukarıda özetlediğimiz üç gelenek ayrımını Türkiye'deki literatüre taşıyacak olursak, başta Oya Tokgöz olmak üzere Aysel Aziz, Erkan Yüksel, Süleyman İrvan'ın çalışmaları birinci gelenek, Eser Köker, Ülkü Doğanay ve Meral Özbek'in çalışmaları ise ikinci gelenek içerisinde yer alabilir.

Oya Tokgöz bu alanda 1970'lerden bu yana yürüttüğü araştırma ve çalışmalarını yakın dönemde iki ayrı kitapta birleştirmiştir. Bu çalışmalar; *Siyasal İletişimi Anlamak* (2008) ve *Seçimler Siyasal Reklâmlar ve Siyasal İletişim* (2010)'dir. Bu çalışmaların içeriğini kısaca değerlendirmek gerekirse; Tokgöz, *Siyasal İletişimi Anlamak* adlı kitabının yazılmasının amacını şöyle açıklamaktadır: “siyasal iletişimin ne olduğunu anlamak, siyasal iletişimin nerede, ne zaman, nasıl, niçin, belki de kimler aracılığıyla hayat bulduğunu göstermek içindir. Yüzyıllar boyunca çeşitli uygulamalar olarak, “güç/iktidar”, “pazar/piyasa”, “teknoloji” ilişkileri şeklinde karşımıza çıkan siyasal iletişimin somuttan soyuta devam eden serüveninin sürdürdüğü kesindir, açık seçik ortadadır” (2008: 15). Araştırmacı, bu amaçla tarihsel bir izlekte

Lazarsfeld, Bernard Berelson ve Hazel Gaudet'in yaptıkları *The People's Choice* adında yayınlanan çalışmada ortaya çıkmıştır. Bu kavram, “daha çok bilgi, ilgilenme, kişilikleriyle arkadaş ve tanıdıkları arasında nüfuz kazanan kişiler” anlamını taşımaktadır (Tokgöz, 2010: 77). Bu anlamda Gül'ün Twitter kullanımı hem siyasetçiler hem de yurttaşlar açısından yaygınlaştırıcı bir etki yaratmış olabilir.

yazının gelişiminden yeni medya uygulamalarına kadar siyasal iletişim araçlarını ve etkinliklerini değerlendirir. Araştırmacı, aynı zamanda siyasal iletişimin bilimselleşmesini de ele almakta ve siyasetin bilimselleşmesi ile siyasal iletişimin bir kavram olarak ortaya çıkışının eşzamanlı bir süreç olmasına da dikkat çekmektedir (106). Bu süreçle ilişkin değerlendirmesinde Tokgöz, Swanson, Nimmo, 1990'dan aktararak ilk çalışmaları, seçmeni ikna etme paradigmasının egemenliğinde olan evre olarak tanımlar. Tokgöz ayrıca, kültür endüstrisi, zihin yönlendirme, postmodernizm, sanal kamusal alan, medyakrasi, politik eğlence gibi kavramlar üzerine de değerlendirmeler yaparak son dönem gelişmeleri de içermeyen analizler ortaya koymaktadır. Tokgöz, *Seçimler Siyasal Reklâmlar ve Siyasal İletişim* (2010) başlıklı çalışmasında ise daha çok Türkiye örneği üzerinden yakın siyasal tarihi, siyasal iletişim araştırmaları ekseninde değerlendirmektedir. Tokgöz, bu türden çalışmaların çok partili dönemle birlikte, kitle iletişim araçlarının özellikle radyonun kullanımı ile başladığını belirtir (2010: 38). Bu bakıma aracın siyasal iletişim süreci üzerindeki etkisi önemlidir. Türkiye'de siyasal iletişim alanında önemli bir diğer isim olan Aysel Aziz ise *Siyasal İletişim* (2003) isimli çalışmasında genel olarak siyasal iletişim sürecini ve aktörlerini tanımlamaya yönelir. Tokgöz'le benzer biçimde içerik ve söylem çözümlemesi üzerine vurgular yapan Aziz, "Siyasal iletişimde mesajı verenler genelde örgütlü yapılardır. Bu mesajlar çoğunlukla ya doğrudan siyasi kimliği olan yerden verilir ya da toplum/ belirli bir grup, topluluk adına hareket eden belirli bir kişi ya da gruplar tarafından verilir. Bunların bir kısmı, yaygın adı ile 'kamuoyu' adına oluşturulur, gündeme getirilir ve ilgili hedef kitleye aktarılır" (2003: 5). demektedir ve "Söylemde kullanılan dil ile hedef kitlenin anlayacağı dilin örtüşmesi" gerektiğini belirtir (2003: 6).

Eser Köker'in *Politikanın İletişimi, İletişimin Politikası* (2004) başlıklı çalışmasının Dahlgren'in tanımladığı ikinci geleneğini örneklendirdiği görülebilir. Köker çalışmasında eşitsiz iktidar ilişkilerinin etkilediği günümüz siyasal iletişim ortamının yeni ilişki biçimleri, yeni toplumsal bağların kurulabilme potansiyellerini kavramsal düzeyde ve eleştirel kuramın beslediği yaklaşımlarla tartışır. Bu bağlamda ağırlıklı olarak Jürgen Habermas ve onun kavramsallaştırdığı burjuva kamusal alanı ve iletişimsel eylem kuramı Köker'in çalışmasında yer alır. Benzer yönelimli bir başka çalışma Ülkü Doğanay'ın *Demokratik Usüller Üzerine Düşünmek* (2003) adlı çalışmasıdır. Doğanay bu çalışmasında müzakereci demokrasi kuramlarını, özellikle Habermas'ı ve takipçilerini inceler ve bu kuramların iletişim süreçlerindeki yerini tartışır. Bir başka deyişle aracın demokrasinin niteliğine etkisini ele alır

ve bunu yaparken de çalışmasının bir bölümünde televizyondaki tartışma programlarını çözümler. Doğanay, bu örnek olay incelemesinde şu sözlerle tartışmayı sonuçlandırır; varolan süreç demokratik bir kamusal müzakere alanı görünümünde olsa da bir yandan da eşitsiz mevcut güç-iktidar ilişkilerini yeniden üretir biçimde işlemektedir (2003: 314).

▪ **Siyasal Kampanya ve Siyasal Reklam**

Siyasal iletişimden kavram ve süreç olarak söz edildiğinde özellikle tarihsel gelişimiyle birlikte, siyasal kampanyalar, politik danışmanlık ve siyasal reklâm gibi çalışma alanları ve konuları da gündeme gelmektedir. Aysel Aziz, siyasal kampanyaları ne olduğuna dair yaptığı tartışmada bunun uzun erimli bir çalışma olduğu vurgusuyla şu şekilde tanımlar:

“Uzun dönemli siyasal kampanya döneminde siyasi partilerin seçmene ilişkin olarak yaptığı her türlü faaliyet siyasal kampanyanın bir parçasıdır. Bunlar; (i) Seçmenin hükümet ile ilişkilerinde yardımcı olmak,... (ii) parti liderleri ya da ilgili, görevli kişilerin davet edildikleri toplantı, açılış, sergi, konser gibi faaliyetlere ve evlenme, sünnet, cenaze gibi törenlere katılmaları, ...(iii) ulusal, bölgesel, yerel ve uluslararası siyasi, ekonomik, kültürel toplantılara katılarak, zaman zaman oralarda açılış konuşmaları yapmak ya da bildiri vermek, ...(iv) toplumun üzerinde hassasiyetle durduğu, gündemdeki konularla ilgili araştırmalar yaptırmak, raporlar hazırlamak ve bunları yazılı olarak medya aracılığıyla kamuoyuna duyurmak”(2003: 76-77).

Siyasal reklâmın öneminin fazlasıyla vurgulanması, 1952 ABD başkanlık seçimlerinde Başkan Adayı Dwight D. Eisenhower’in televizyonda siyasal amaçlı 60 saniyelik paralı reklâm spotları kullanmasıyla başlamıştır denilebilir. ABD’de 1952 yılı seçim kampanyası, siyasal iletişim literatüründe bu bakımdan, önemli bir dönüm noktası olarak kabul edilmektedir (Tokgöz, 2010: 171). Siyasal reklâmcılık ve siyasal propaganda, iletişimin kendisi kadar uzun bir geçmişe sahiptir. Çok uzun yüzyıllardır siyaset adamları, kendi başarılarını vurgulamak, pekiştirmek için çeşitli yollar denemişlerdir. Hiç kuşkusuz, çağdaş kitle iletişim araçlarının gelişimi ile siyasal propaganda ve siyasal reklâmcılığa verilen rol ve önem artış göstermiştir. Bu noktada, siyasal reklâmcılığın korku veren ve çelişkili bir siyasal

iletişim biçimi olduğunu söylemek yanlış olmaz (Tokgöz, 2010: 169-170). Aziz de siyasal propaganda ve reklâmın profesyonelleşmesi ile birlikte bu alanda iş gören politik danışmanlık ve politik reklamcılık gibi yeni meslek gruplarının ortaya çıktığını belirtir (2003: 74). Bu yeni mesleklerin izdüşümünün sosyal medya ve siyaset arakesitine yansması da söz konusudur. Son dönemlerde siyasal partilerin ve bireysel olarak da siyasetçilerin sosyal medya araç ve ortamlarına yönelik profesyonel danışmanlık aldığı bilinmektedir. Bu danışmanlık hizmetleri açısından en son gelişme olan İnternet danışmanlığı 1990'lı yılların ortalarından itibaren devreye giren bir danışmanlık türüdür. Seçmenler ile siyasetçiler arasındaki bilgi alışverişinin yaygınlaştırılmasına İnternet yeni bir boyut kazandırmıştır. Aynı zamanda, siyasetçiler ile seçmenlerin karşılıklı (*interactive*) bir ilişki içinde olmasını kolaylaştırmıştır (Tokgöz, 2008: 239). Elbette, burada tanımlanan etkileşim bugün sosyal medya dolaylı etkileşim kapasitesinden biraz daha sınırlı, yurttaşın siyasetçiye erişimini sağlayan araçlar olarak ele alınabilir.

Türkiye'de siyasal iletişimin gelişim öyküsüne bakıldığında da 1980'ler sonrasında siyaset ve ekonomi alanındaki yeniden yapılanma ve/veya yön değiştirmenin, bir başka deyişle neo-liberalizmin siyasal ve ekonomik sonuçlarının bu alana da yansıdığı görülmektedir. Bu tartışma siyasal partiler ve siyasal katılım kısmında Türkiye özelinde açıklanacaktır.

Siyasal kampanyalar açısından potansiyel seçmeni hedeflemek önemlidir. Aziz, bu noktada gençleri ve yetişkinleri vurgulamaktadır: “Örneğin, siyasal partilerin siyasal iletişimlerinde, özellikle seçim kampanyaları zamanı hedef kitleleri seçme hakkını alan genç ve yetişkinlerdir. Bu ise bir ülkenin aktif nüfusu demektir” (Aziz, 2003: 6). Bu araştırma projesi kapsamında da, siyasal iletişim açısından sosyal medya uygulamaları üzerinden hedef kitlenin belirlenmesinin ardından bu gruplara, kişilere ulaşılmasının daha kolay olduğu görülmüştür

Teknolojik gelişim ve bunun medya endüstrisine yansımalarının da siyasal iletişim tarihine bakıldığında kırılma sayılabilecek etkiler ortaya koyduğu görülür. Bunu destekleyen hem ulusal hem de uluslararası örnekler söz konusudur. Tokgöz, telgrafın on dokuzuncu yüzyılda devreye girmesinin siyasal iletişim açısından gerçekten önemli olduğunu vurgularken, telgrafın kapitalist sistemin askeri üstünlük kurma, askeri araştırma-geliştirme gereksinimleri yoluyla askeri-endüstriyel işbirliğini besleme, sivil kullanıma uygun ürünlerinde zamanı geldiğinde (telsiz, uydu, İnternet ve diğerlerini) ticari kullanıma açma ve bu yolla endüstriyel

ticari başarıyı sağlama ilkesi çerçevesinde el ele yürüyen yapılanmaları olanaklı kılan bir teknoloji olarak karşımıza çıktığını belirtir (Tokgöz, 2008: 42-43). Salt teknolojik gelişim herhangi bir süreç açısından yüzeysel izlenebilen somut etkiler ortaya koyabilir, ya da bu çalışmanın kapsamında da olduğu üzere demokratik pratikler açısından düşük yoğunluklu bir görünüm sergileyebilir, oysa Tokgöz'ün de vurguladığı gibi asıl belirleyici olan toplumların gelişmişlik düzeyleri, yapıları, örgütlenişleri ve sosyoekonomik güç dengeleridir. Siyasal iletişim yönünden bilim, siyaset, kültür ve hoşgörü ortamının rolü ve öneminin vurgulanması ise zorunludur (2008: 56).

Teknolojinin siyasal iletişim sürecine yönelik etkileri anlamında Türkiye'deki siyasal yaşama ilişkin tarihtede radyo vurgusu önemlidir. Tokgöz'e göre (2010: 38) radyonun 1950 Genel Seçim kampanyasında kullanılması Türkiye için önemli bir dönüm noktası oluşturduğu gibi, Demokrat Parti'nin iktidara gelmesine yol açan anahtar rolü de üstlenmiştir. Benzer biçimde Aziz de, Türkiye'de siyasal iletişim araştırmalarının oldukça geç başlamış olduğunu belirtirken radyo odaklı araştırmalara dikkat çeker: "Bu konuda ilk araştırma olarak Prof. Dr. Muammer Aksoy'un 1950-60 yıllarında hükümette bulunan DP döneminde hükümetin elinde bulunan radyo yayınları ile ilgili olarak yapmış olduğu çalışmadır. Çalışma bir etki araştırması değil, bir siyasal iktidar döneminin radyo yayınları üzerindeki baskısını anlatan bir çalışmadır. Bu bakımdan, Türk tarihinde ilk kez siyasal iktidar- medya ilişkisi araştırılmış olmaktadır" (Aziz, 2003: 98). Dolayısıyla özellikle medya endüstrisini, araç ve ortamlarını etkileyen bütün teknolojiler siyasal iletişim alanında da etki yaratmışlardır, dolayısıyla mutlaka bu teknolojilerin siyasal kampanyalarda, reklâmcılıkta ve propagandada kullanılmaları inceleme konusu olmuştur.

Kronolojik olarak siyasal iletişim alanına etki yapan son teknolojik gelişme elbette bu çalışmanın da konusu olan İnternet teknolojileridir. Tokgöz ilk dönem araçlar ve ortamlar üzerinden, başka bir ifadeyle web 1.0 ortamları üzerinden bu araçların olanaklarını şöyle sıralamaktadır:

"Partilerin, adayların web sayfası açma istekleri, e-mail gönderilmesi, chat odalarındaki alışveriş olanağının seçmenlerle de sağlanması, forum oluşturulması, katılımcı demokratik toplum özlemleri açısından umut yaratmaktadır. İnternet, bir yandan partiler ile seçmenler arasında iki yönlü iletişimi kolaylaştırırken, diğer

yandan değişik çıkar gruplarıyla düşünce platformları, demokratik topluluklar ve formlar oluşturmaktadır. Ayrıca, internetin cep telefonunda kullanımı, mesajlar, e-mailler, siyasal iletişim açısından internet hizmetlerinin yaygınlaştırılmasına yol açmaktadır” (2008: 239).

İnternet teknolojilerinin siyasal iletişim uygulamaları açısından değerlendirdiğimizde diğer teknolojilerden farklı sonuçlardan söz etmek gerekir. İnternet ve siyasal katılma bakımından üç olgu önem kazanmaktadır. Bunları, İnterneti enformasyon kaynağı, iletişim aracı ve sanal kamusal alan olarak ele almak şeklinde sıralayabiliriz (Karakaya-Polat, 2006: 436 aktaran Tokgöz, 2008: 296) İnternetin sanal kamusal alan oluşturmaya yönünden tartışılması gereken iki önemli husus bulunmaktadır. Birincisi, kamusal alanı genişletmesi/yayması, ikincisi ise siyasal katılma ve tartışma için sanal bir platform oluşturmaya yönelmesidir. İnternetin kamusal alanı genişletmesi/yayması bakımından eşitsiz katılımlı, fazlasıyla parçalanmış yapısı ve artan ölçüde ticarileşmesinden dolayı sınırlı olduğu görülmektedir (Papacharissi, 2004; Pattie ve diğerleri, 2003; Mckenzie ve Wageman, 1999’dan aktaran Tokgöz, 2008: 297).

Sonuç olarak, siyasal iletişim sürecinin, siyasal kampanyaların ve reklâmcılığın da günümüzde özellikle hem yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi hem de medya endüstrisinin çağdaş küreselleşme ile birlikte güçlenmesi sonucunda siyasetin eğlence öğelerini³ sıklıkla kullanan ve *medya demokrasisi*⁴ olarak adlandırılan, siyasetin medyayı sömürgeleştirdiği yeni bir dönemden söz etmek mümkündür. Ekonomi politik bir yorumcu olarak Nicholas Garnham’ın, siyasal iletişimi kültürün endüstrileşme sürecinde yer alan pek çok araçlar ve ilişkilerle bağlantılandırıdığı görülür (Garnham, 1990, 90-102’den aktaran Tokgöz, 2008: 161). Bu noktada sosyal medyanın araç ve ortamlarının özellikle eğlence amaçlı kullanımının çok yaygın olduğunu belirtmekte yarar vardır. Bu gelişmelerin egemen olduğu süreçte, Amerikan tarzı siyasal kampanyacılığın ön plana çıktığı görülmektedir. Bu durum son iki

³ Günümüzde medya eğlence öğeleri kullanıldığı gibi, siyaset de eğlence ve dramatik öğeleri kullanmaktan sakınmaz. Medyanın siyaseti magazinleştirdiğinden söz edilmesi bakımından Andreas Dörner *eğlencelik siyaset (politainment)* kavramını ortaya atmıştır (Tokgöz, 2008: 307).

⁴ Thomas Meyer’e göre, medya demokrasisi kavramı, medyanın siyasal süreçte her şeyden önce kamuoyunu şekillendirmede ve siyasal karar alma sürecinde belirleyici rol edinme yollarına işaret eden bir kavramdır. Bu nedenle, medyanın siyaseti sömürgeleştirmesinden söz ederek Meyer, bu oluşumun en hızlı biçimde ABD’de görüldüğünü, ama diğer Batı demokrasilerinin ise ABD’ye yetişmek için çaba gösterdiklerini vurgular (Meyer, 2002, 16’dan aktaran Tokgöz, 2008: 298).

dönem Amerikan Başkanlık seçimleri özellikle hem siyasal kampanyalara hem de siyasal iletişim araştırmalarına sıklıkla konu olmuştur.

▪ **Siyasal Partiler, Siyasal Katılım ve Yurttaşlık**

Siyasallaşma, siyasal katılım kavramları yurttaşlık tartişmalarını ve siyasi partilerin ele alınmasını da beraberinde getirir. Siyasal toplumsallaşma, aslında en genel tanımıyla siyasal kültürün aktarımıdır. Aynı zamanda siyasal yaşamın yeniden üretilmesi olgusu ve sürecidir. Siyasal toplumsallaşmayı merkeze alan araştırmalarda, siyasal değer, inanç, tutum ve davranışların daha sonraki kuşaklara aktarılarak yaygınlaştırılması esas alınır. Bu yönden, siyasal toplumsallaşma araştırmalarında siyasal iletişim olgusu önemli bir yer tutar (Tokgöz, 2008: 118). Siyasallaşma, kavram olarak tam anlamıyla açıklanamamakla birlikte, siyasal katılma, siyasal ilgi, siyasal sorunlar hakkında bilgi edinme veya her üçünün birleşimini ifade eder biçimde kullanılmaktadır (Tokgöz, 1972, 20'den aktaran Tokgöz, 2008: 119).

Aziz de siyasal iletişimde bulunan geniş ve dar anlamı ile herhangi bir 'siyasal aktörün' faaliyetinin siyasal olarak nitelenebileceğini ifade eder (2003: 9). Bu anlamda bu aktörlerin içerisinde örgütsel olarak da en etkili olanlar siyasi partilerdir: "Siyasal partiler, siyasal bir amaçla, halkı yönetmek üzere ortaya çıkan örgütlü gruplardır. Dolayısıyla, siyasal partilerin yaptıkları tüm faaliyetlerde, kurdukları tüm ilişkilerde siyasal çıkar aranır. Bundan ötürü, siyasal partilerin yapacakları her türlü iletişim, -siyasal iletişim en dar anlamı ile de tanımlansa-siyasal iletişim tanımı içerisinde yer alır. Siyasal partilerin halka yönelik olarak yaptıkları her türlü faaliyet siyasal iletişim içeriklidir" (Aziz, 2003: 20).

Siyasal iletişimin en somut biçimde siyasal reklâm ve kampanyalar nedeniyle görünür olduğu süreç, seçim dönemleridir. Bu dönemler de hem siyasal katılmayı hem de siyasi partileri görünür kılar. Bu dönem sonunda gerçekte seçimler ve seçmenlerin oy verme davranışı da siyasal katılımın en somut sonuçlarından birisidir.

Siyasal katılım sürecine katılan kişi ve toplulukları Aziz, Maurice Duverger'in yaptığı ayrım üzerinden geliştirmiş ve şöyle bir sonuca ulaşmıştır: "Duverger'in siyasal partilerdeki bu temel unsurlarından sonra daha ayrıntılı sınıflandırma yapacak olursa, parti için faaliyette

bulunanlar, en dıştaki seçmenden başlayarak en ortada bulunan parti liderine kadar giden yedi katmanlı bir yapı gösterir: Seçmen, taraftarlar, üyeler, militanlar, il ve ilçe örgütleri, merkez yönetim ve parlamento grubu, liderin yakın çevresi ve lider” (Aziz, 2003: 56). Bu noktada özellikle sosyal medya dolayımı siyaset iletişim sürecinde bu yapının en dışındaki ve en içindeki/ortasındaki tarafların (seçmen ve lider) dolayimsız, aracısız, diğer katmanlar olmadan bir araya gelebileceğini söyleyebiliriz. Tıpkı Başbakan Recep Tayyip Erdoğan’ın Twitter’deki kalabalık takipçi sayısı gibi lider çevresinin de takipçi sayısının çok olduğunu söyleyebiliriz. “Bu grupta ele alınan ‘lider çevresi’ ise yasal bir örgütlenme olmayıp, liderin o günlere gelmesinde rolü olan çalışma arkadaşlarından oluşur. Bu kişilerin yasal bir durumu yoktur. Kendiliğinden, partinin yapısına göre ve liderin kişiliğinden kaynaklanan bir mekanizma ile oluşur” (Aziz, 2003: 60).

Siyaset iletişim sürecinde özellikle siyaset katılımı birlikte üzerinde durulması gereken en önemli başlıklardan birisi de yurttaşlık tartışmalarıdır. Ali Yaşar Sarıbay, şehir-devletinden günümüze kadar gelen sürede iki ana yurttaşlık kavramsallaştırmasından söz eder, bunlardan ikincisi günümüz demokrasilerinin dayandığı türden yurttaşlıktır: “yurttaşlığı bir statü, bir yetki, bir hak veya pasif şekilde kullanılan haklar manzumesi olarak görür” (1994: 96). Sarıbay, demokrasi ve yurttaşlık ilişkisini de demokrasinin performansı adına yurttaşların siyasete katılmaları ve aktif olmaları, başka bir deyişle yurttaşlık kültürünün (*civic culture*) toplumda egemen olmasıyla bağlantılandırıldığını vurgular (1994: 97). “Seçim siyaset katılımının hukuki boyutudur” (Sarıbay, 1994: 97). Oysa ideal olan durum katılımı sadece seçimlerle sınırlamamaktır. Bu noktada da katılımcı demokrasi kavramına başvurmak gerekir; “Yurttaşların kendilerini etkileyen tüm kararların alınmasına etkin olarak çeşitli şekillerde katılmaları ve bu katılımın toplumun tüm sektörlerinde oldukça yüksek bir ademi merkezilik aracılığıyla gerçekleşmesi” (M.E. Olsen, 1982’den aktaran Sarıbay, 1994: 99).

Peter Dahlgren’e göre, hükümet, eğitim ve medya gibi “yurttaşlık teknolojileri” (*kavram Cruikshank’e (1999) aittir*) aracılığıyla yurttaşları ve yurttaş kültürünü güçlendirir veya güçsüzleştirir (2000: 335). Dahlgren’e göre, yurttaşlık kültürünün dört boyutu vardır ve modern demokrasilerde medya etkisini araştıran görgül araştırmalar için bu dört boyut oldukça önemlidir:

- uygun bilgi ve yeterlilikler, örneğin iletişim becerileri demokratik yurttaşlık için vazgeçilmezdir,
- demokratik değer ve prosedürlere bağlılık, ilgili pratikler, rutinler,
- tüm bunların gündelik yaşama sinmiş olması,
- son olarak yurttaş olarak kimlikler önemlidir (2000: 337-338).

Yurttaşlık, siyasal katılım, siyasi partiler ve benzeri tartışmaların Türkiye bağlamında ve günümüz koşullarında yerli yerine oturması için modern siyasal alanın gelişimi üzerine de kısaca değinmek gereklidir. Türkiye’de siyasetin ve siyasal iletişimin bugünkü görünümüne yönelik analizlerde 1980’lerden sonra tüm dünyada etkisini gösteren neo-liberal politikaların etkisinden mutlaka söz etmek gerekir. Bu etki hem toplumsal yaşamda, hem siyasette ve siyaset yapma biçiminde, hem ekonomide hem de kültürel yaşamda somut sonuçlar ortaya koymuştur. 1980 sonrası tüm dünyada yaşanan ve Türkiye’de de gözlemlenebilen yön değişikliğinin en belirgin izlenebileceği alanlardan birisi de medya endüstrisidir. Bu bakımdan sürecin yansımalarını siyasal iletişim sürecindeki çeşitli uygulamalarla da izlemek mümkündür. Tokgöz’ü (2010) izleyerek söyleyecek olursak, 1983 ilkbaharında, 1980’den sonra kapatılan siyasal partiler yerine yeni siyasal partilerin kurulmasına Milli Güvenlik Konseyi tarafından izin verilmiştir. Siyasal iletişim bakımından Türkiye’de ayrıca yeni bir uygulamanın başlatılmasına da ön ayak olmuştur. 7 Temmuz 1983’te Resmi Gazete’de yayınlanan kararı ile Milli Güvenlik Konseyi, “Siyasal partiler program ve tüzüklerini tanıtmak ve faaliyetlerini açıklamak maksadıyla basılan ilan verebilirler.” ilkesini benimsemiştir (Tokgöz, 2010: 177). 1983 Genel Seçimleri siyaset arenasına dâhil olan yeni aktörlerin bir biçimde kamuoyuyla bir araya geldiği/ karşılaştığı ilk seçimdir, dolayısıyla halkın bu yeni isimleri ve aktörleri tanınması için siyasal reklam önemli bir işlev görmüştür. 1983 Genel Seçimi’nde seçime katılan Anavatan Partisi, Milliyetçi Demokrasi Partisi gazetelere siyasal reklâm vermişlerdir. Seçime katılan Halkçı Parti, partisinin gazetelerde siyasal reklâmını yaptırmamıştır. Hiç kuşkusuz, 1983 Genel Seçimi’ni, Türk siyasal yaşamında siyasal reklâmcılığın başlaması bakımından dönüm noktası olarak kabul etmek gerekir (Tokgöz, 2010: 181).

1980 sonrası yaşanan süreç, salt uygulamalarda gözlemlenebilen sonuçlar doğurmamıştır. Bunun yanı sıra siyaset yapmanın veya siyasetin temellendiği temel değerler, alanlar ve bakış açılarının oluşmasında da etkili olmuştur. Bu sürecin sonunda toplumsal yaşamda, siyasette,

kültürde, ekonomide egemen olan anlayış ve buradaki hegemonik aktörlerin belirleyici ve tanımlayıcı gücü önemlidir. Bu bakımdan Aylın Özman ve Simten Coşar 1980 sonrasında Türkiye’de siyasetin yeniden yapılandırıldığını, evrim geçirdiğini ifade ederler. Bu tespit ve yapılan değerlendirmeler bu çalışma açısından da önem taşımaktadır. Çünkü, incelemeye alınan siyasi partilerin özellikle söylemsel düzeyde ortaya koydukları değer ve bakış açılarını kavrayabilmek için Türkiye’de siyasetin bir önceki dönem geçirdiği süreci de yansıtmak gerekir. Araştırmacılar bu dönüşümün ve/veya yeniden yapılanmanın kavranabilmesi için de merkez siyasetin dönüşümünün eleştirel bir analizini yapmak gerektiğini vurgulamaktadır (2013: 97). Araştırmacılar, merkez sağ ve merkez sol politikaların Türkiye’de siyaseten geçirdiği dönüşümü inceleme konusunda AKP olgusuna vurgu yapmakta ve bu partinin 2002 Genel Seçimleri’nden başlayarak kurumsal iktidarını sağlamlaştırdığı ve benzer biçimde de merkez siyasetin tanımlanmasında da kilit rolüne dikkat çekmektedir (2013: 98). Özman ve Coşar, Türkiye’de 1980 sonrası merkez siyasetin eleştirel çözümlemesi konusunda üç temel başlığı odağa almaktadır: milliyetçilik, laiklik ve neo-liberal kapitalizm (2013: 101). Bu üç temel vurgunun bu çalışmada ele alınan ve incelenen siyasi partilerin söylemsel pratiklerine büyük ölçüde egemen olduğu söylenebilir. Özman ve Coşar, 1960-70 arası merkez siyasette büyük oranda sınıf temelli belirlenimlerin etkili olduğunu, 1980’lerden itibaren küresel neoliberalizme eklenme süreci ve istikrar vurgusunun otoriter bir rejimi hâkim kıldığını, bu anlamda “istikrar için uzlaşma” temelinde ANAP’ın ortaya çıkışını ve bu partinin bünyesinde topladığı eğilimlerin (liberalizm, milliyetçilik, İslami tonlara sahip muhafazakârlık ve sosyal demokrat eğilimler) Türkiye siyasetinin merkez alanına dair önemli tarihsel ipuçları olarak sergilemektedir (2013: 102-104). Bu konudaki detaylı tartışma ve kendinden önceki sağ iktidarlara AKP’nin kurduğu devamlılık ilişkisi AKP özelinde gerçekleştirilen söylem çözümlemesi kısmında derinleştirilmektedir.

Alev Özkazanç’a göre ise, Türkiye modernleşmesinin en önemli özelliği, temel aktörün devlet olması, dolayısıyla da “devlet aklı” gereğince bu sürecin tepeden ve muhafazakâr gerçekleşmesidir (2012: 91). Dolayısıyla siyasal alanın gelişimi ve siyasi partilerin ulus devlet içerisinde örgütlenmelerinde de bu devletçi yaklaşımı, daha doğru bir ifadeyle devlet egemenliğini göz ardı etmemek gerekir. “Modern vatandaşlığın siyasal bağlamını belirleyen asıl dinamik ulus-devletin kuruluş sürecinin özgünlükleri olmuştur. Bu sürecin özgünlüğü birey, haklar, özgürlükler, eşitlik, demokrasi, katılım, kamusal alan gibi temel kavramların asıl olarak “devlet düzenini” ilgilendiren kavramlar olarak görülmüş olmasıdır” (Özkazanç,

2012: 92). “Dolayısıyla Türk modernleşmesinde devlet-toplum ilişkilerinin oluşmasındaki en temel belirleyen, nüfusun kompozisyonunun radikal olarak dönüşmüş ve yeni nüfus ile devlet arasında din ve etnik bağ üzerinden aidiyet duygularının güçlenmiş olmasıdır” (Özkazanç, 2012: 92). Buradaki din ve etnik bağ Sünnilik ve Türklük üzerinden işlemektedir. “Böylece modernleşme sürecinde temel bir ikilem ortaya çıkmıştır. Bir yandan İslam, devletin temel örgütlenme ilkesi ve meşruiyet temeli olarak resmen ve yasal-kurumsal olarak zayıflarken, devletin toplumsal tabanı olarak kültürel ve siyasal önemi güçlenmeye başlamıştır” (Özkazanç, 2012: 92).

Seçmen iradesi, sandıktan çıkan sonucun mutlak bir sonuç olması durumu ve bir biçimde siyasal iletişim sürecinin en azından kampanya düzeyinde tartışılmaz biçimde sonlandıran bir somut görünüm olarak kavranmaktadır. Özkazanç, çok partili döneme geçişle birlikte Türkiye’de merkez sağın meşruiyet söyleminin ana teması olarak seçmen iradesinin mutlaklaştırılmasının ortaya çıkışını şöyle anlatır: “‘Ulusal egemenlik’ kavramı, çoğunluğu elde eden partinin yani ‘halkın iradesini yansıtan’ partinin kısıtlanmamış yönetimi olarak algılanmıştır” (2012: 98). Alev Özkazanç bir yönetim rasyonalitesi olarak nitelendirdiği popülizmin Demokrat Parti (DP) döneminde ortaya çıktığını ifade eder: “...Böylece bireyler maddi çıkarlarla tanımlanırken devletin amacı da bu çıkarları tatmin etmek olarak belirlenir. Seçmen için rekabete dayalı çok partili sisteme geçişle birlikte daha önceden sadece yerel düzeyde etkili olan bu popülist ilişkiler ulusal düzeye sıçramış ve DP’nin toplumsal siyaseti asıl olarak parti merkezli bir patronaj siyaseti haline gelmiştir. Böylece siyasal iktidarın meşruiyeti, ideolojik bağlılıklardan daha çok, kontrol ettiği ve dağıtabildiği rantın miktarına ve rant dağıtım tarzlarına dayanmaya başlar” (2012: 99).

Özman ve Coşar’ın Türkiye’deki siyasal yaşama yönelik olarak ordu etkisine yaptıkları vurguya benzer biçimde Özkazanç da 1960 sonrasında ülke tarihi için önemli gelişmelerin ivme kazanması adına sivil asker bürokrasisinin etkisinden söz eder (2012: 102). Ordunun ve siyasal İslamın Türkiye siyasetine yönelik belirgin konumları bugünkü siyasal görünümü de belirlemektedir: “Öte yandan siyasal İslam 60’ların liberal ortamında örgütsel ve ideolojik olarak gelişme imkanı buldu. İslamın siyasallaşması, Kemalizmin toplumsal uzamı yeniden tanımlamasını zorlaştırarak hegemonyasını zedeledi” (Özkazanç, 2012: 105). Özellikle, günümüzde AKP iktidarını öncülleyen diğer sağ iktidarları da odağa alarak yapılan bu değerlendirmede mevcut hegemonik yapının temel belirleyenleri bir biçimde ortaya

konmaktadır: “Aslında bir yandan devlet geleneğinin genel çerçevesi içinde yer alan, öte yandan bu geleneği özellikle burjuvazi ve İslami-muhafazakar kesimler gibi ‘sivil’ güçler lehine ‘esnetmeye’ çalışan ekonomist bir söylem şeklinde tezahür eden özgün bir otoriterlik-liberalizm-muhafazakârlık sentezinin, 1950’den beri Türkiye’de geleneksel merkez sağın temel karakteristiğini oluşturduğu söylenebilir” (Özkazanç, 2012: 109). 1980’lerden sonra yandaşmacılığın gelişmesi Özkazanç tarafından yapılmış önemli bir durum tespitidir. Bu tartışmanın incelenen dönemde siyasi partiler ve siyasetçiler tarafından da “yandaşlık” vurgusuyla sıklıkla dile getirildiği söylenebilir. Bu çalışmanın odak partilerinden birisi olan AKP’ye ilişkin “radikal merkez” tanımlaması da partinin hegemonik duruşunu açıklayan bir tanımlamadır. “Kendi söylemiyle AKP, DP ve ANAP geleneğinin devamı olan ‘muhafazakâr-demokrat’ bir partidir. Öte yandan AKP, siyaset bilimi literatüründe ‘radikal merkez’ olarak tanımlanan, kendini ‘sağın ve solun ötesinde’ gören ve tüm toplumsal çatışma ve kampaşmaların üzerinde mutlak bir ‘konsensüsü’ temsil etmeye soyunan bir hegemonik oluşum olarak da görülebilir. Bu itibarla AKP hem iktidar olup, hem de muhalif görünen bir parti olarak Türkiye için yeni bir yönetim zihniyetini ve farklı bir siyasi rejimin temellerini oluşturmaktadır” (Özkazanç, 2012: 117).

Sonuç olarak ifade etmek gerekir ki, özetle bu çalışma kapsamında ele alınan ve incelenen siyasi partilerin ortaya koyduğu politikalar ve benimsedikleri değerler çoğunlukla bir geleneğin devamı şeklinde algılanabilir. Benzer biçimde siyasal iletişim sürecinde partilerin kendilerini konumlandıkları ve tanımladıkları belirli alanlar da söz konusudur ve bu alanlara yönelik olarak (örneğin ordu gibi) aldıkları tavır ve benimsedikleri politika da yine geçmişten beslenen duruma işaret etmektedir. Elbette, bu çalışmada odak vurgu siyasal iletişim etkinliğinin sosyal medya ortamlarında ne tür görünüm sergilediği ve söylemsel düzlemde bir tutarlılık gösterip göstermediği üzerinedir. Dolayısıyla, siyasi tarih ve siyaset bilimi açısından bu partilerin burada yer alan sınırlı analizi sadece bu söylemsel tutarlılığı izleyebilmek adına yapılmıştır.

1.2. Siyasal İletişim Sürecinde Sosyal Medya Ortamlarının Kullanılması

Küreselleşme, Yeni Sağ’ın yükselişi, ulus-aşırı dev sermayelerin siyasi arenada egemen olması, 2008 gıda kriziyle birlikte ortaya çıkan küresel ölçekli sosyo-ekonomik sorunlar,

siyasal iletişim sürecinin yarattığı ilişki biçimlerini değiştirmiş ve dönüştürmüştür. Salter (2003) İnternet'in ademi-merkeziyetçi yapısı ve içeriğinin çoğunlukla kullanıcılar tarafından oluşturulduğu bir metinsel iletişim sistemi olmasından dolayı demokratik iletişim için yeni bir teknolojik kaynak olduğunu savunur. Yeni medya ortamlarının sahip olduğu dijitallik, etkileşimsellik, kullanıcı türevli içerik yaratımı, hipermetinsellik, yayılım ve sanallık (Binark, 2009), son yıllarda siyasal iletişim sürecinde yer alan tüm aktörlerin siyasi tartışmaları yönlendirmesinde etkin rol oynamaktadır. Bu bağlamda sınır tanımayan yurttaşların oluşturduğu ulus aşırı kamusal alan olarak çevrimiçi siyasi tartışmalar (Cammaerts, 2008) özellikle Batı kaynaklı güncel akademik üretimlerde sıklıkla irdelenmektedir. Web 2.0 ortamlarından sosyal medyanın siyasal iletişim sürecinde kullanılması, geleneksel siyasal iletişim yöntem ve tekniklerine göre siyasi partilere ve liderlere, partililere, parti sempaticanlara ve henüz “oy verme” kanaatini oluşturmamış seçmenlere siyasal metin/ileti ile etkileşime girme, katılma/dahil olma, yayma ve kendi içeriğini üretmek paylaşma açısından bir çok olanak sağlamaktadır. Bu olanaklar yeni medya ortamlarının sahip olduğu bir takım özelliklerden beslenmektedir. Bunlar, dijitallik, etkileşimsellik, kullanıcı türevli içerik yaratımı, hipermetinsellik, yayılım ve sanallık (Lister vd., 2003: 13) olarak sıralanabilir.

Siyasi partilerin özellikle etkileşimsellik ve kullanıcı türevli içerik üretiminin paylaşılmasına ve yaygınlaşmasına olanak sağlayan web 2.0'ı kullanmaya başlamasındaki temel nedenleri, yeni medyanın özelliklerini de göz önüne alırsak ilk elde şu şekilde sıralayabiliriz:

- siyasi partilerin ve liderlerin kendilerini ve söylemlerini tanıtmayı amaçlamaları,
- düzenli enformasyon akışı ile seçmen kitleyi parti etkinliklerinden haberdar etmek,
- seçmenlerin belli konularda görüşlerini derlemek,
- yasal düzenlemeler olarak tanıyorsa partiye yönelik olarak maddi destek toplamak,
- çevrimdışı ortamda siyasi partinin ve liderin etkinliklerine destek ve izleyen sağlamak.

Türkiye'de toplumsal paylaşım ağı Facebook'un kullanım pratikleri üzerine ilk özgün ve kapsamlı çalışma olan *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook-Görülüyorum Öyleyse Varım!* adlı

(2009) çalışmada da Toprak vd. “İnternet’in görece özgürlükçü yapısı, kullanım maliyetinin düşüklüğü ile yaygınlığı, sanal uzamda farklı amaçlarla bir araya gelmiş grupların sayısını ve çeşitliliğini günbegün arttırmaktadır” (2009) saptamasında bulunmaktadır. Ümit Atabek vd. (2006) ve Gamze Yücesan Özdemir de (2009) sendikal örgütlenmelerin İnternet ortamını kullanmasının iletişim olanaklarını, yatay örgütlenme ve politika üretimindeki katılımı desteklemekte olumlu yönlerine dikkat çekmektedir. Gamze Göker de yeni toplumsal hareketlerin aktivistlerinin web 1.0 ve web 2.0 ın sağladığı olanakları örgütlenme ve eylemlilik için nasıl başarı ile kullandığını çalışmasında açıklamaktadır (2007 ve 2009). Benzeri şekilde Aslı Tunç (2005) ve Gülüm Şener de (2006) yeni toplumsal hareketlerin İnternet’i aktivizm için nasıl etkin şekilde kullandığını ele alırlar. Aslı Tunç ve Zeynep Atikkan’ın *Blogdan Al Haberi* (2011) adlı çalışması da toplumsal hareketlerde blog kullanımını çeşitli örnekler üzerinden serimlemektedir. Alternatif Bilişim Derneği’nin derlediği Cesur Yeni Medya adlı çalışmada ise Arap Baharı/İsyanlarında sosyal medya kullanımı ile Wikileaks olgusu birlikte irdelenmektedir (2011).

Yeni medya ortamlarının siyasal iletişim uygulamalarında kullanılması üzerine uluslararası literatürde yer alan çalışmaların hemen hepsinde yukarıda sıraladığımız şekilde yeni medyanın özelliklerinin önemine işaret edilmektedir. Örneğin Peter Dahlgren, *Media and Political Engagement: Citizens, Communication and Democracy* (2009) adlı çalışmasında, İnternet’in yurttaş katılımında etkileşimsellik, kullanıcı türevli içerik üretimi ile anaakım medyanın eşik bekçiliği denetiminden/süzgecinden kurtulma gibi sahip olduğu potansiyellere dikkat çekmiştir (154). Dahlgren’e göre, yeni iletişim teknolojileri yurttaşa eriştikleri bilgi üzerinde daha fazla olanak sağlar: örneğin ne tür bilgiye erişileceği, buna nasıl ve ne zaman erişileceğini artık yurttaş düzenleyebilir (2009: 44).

Yeni medya ortamlarından İnternet’in kamusal alan yarattığı iddiasını destekleyen Dahlgren, çevrimiçi kamusal alanları da sınıflandırmıştır:

- Önce ve sonra siyasal alanlar-ki bunlar toplumsal ilişkiler veya kimlikler ile genel çıkarlar hakkında üretilmiş bireysel veya örgütsel web siteleri, bloglar, forumlar veya sohbet siteleri olabilir.
- Bir diğer alan gazetecilik alanıdır-ki bu alanda da çevrimiçi gazetecilik yapılmaktadır (167).

- Üçüncü alan ise siyasal savunuculuğun yapıldığı alandır.
- Dördüncü alan, alternatif aktivist alanıdır-ki bu alanda İnternet ortamı yeni toplumsal hareketler tarafından kullanılır.
- Beşinci alan ise, e-devlet alanıdır. Bu alanda ise e-devlet uygulamaları (e-oylama/katılım, e-eğitim, e-sağlık, e-ticaret, e-adalet vb.) yer almaktadır (168).

Ancak Dahlgren çevrimiçi ortamlarda yurttaşın katılımı ve siyasal iletişim pratikleri konusunda iki önemli kısıta da dikkat çeker: tecimselleşme ile tekelleşme olgusu ve dijital uçurum olgusu (170). Andrew Chadwick *Internet Politics: States, Citizens, and New Communication Technologies* (2006) adlı çalışmasında İnternet ortamının siyasal iletişimde kullanılmasını üçlü bir yapı içerisinde ele alır: erişim, kurumlar ve yönetim ile gözetim olgusu. Chadwick de Habermas'ın kamusal alan kavramının İnternet ortamına uyarlanması tartışmalarını çalışmasında değerlendirmektedir. Lincoln Dahlberg, Habermas'cı anlamda, İnternet ortamında müzakereci kamusal alanın koşullarını sıralamaktadır: devlet ve ekonomik güçlerden özerklik; dogmatik ifade etme yerine mantık yürütme, düşünümsellik, ideal rol alma, içtenlik ile söylemsel içerme ve eşitlik (aktaran Chadwick, 2006: 89; Dahlberg, 2001: 615-633).

Domain Tambini de "New Media and Democracy: The Civic Networking Movement" adlı çalışmasında (1999), İnternet ortamının kamusal ifade için yurttaş katılımını nasıl desteklediğini kentlerin/yerel yönetimlerin ağ uygulaması üzerinden incelemiştir. Bu incelemesinde, yeni medyanın kapasite, etkileşimsellik, zaman-uzam sınırının ortadan kalkması, geleneksel medyadaki eşik bekçisi mekanizmasının ortadan kalkması, katılım ve ifade için para ve zaman maliyetinin azalması gibi özelliklerinin kamusal ifade ve katılımdaki olumlu yönlerine dikkat çeker (311). Tambini'ye göre, yeni medya ortamına yurttaşın katılımı, enformasyon eldesi, tercihlerin ölçümü ve ifade etme şeklinde tezahür etmektedir (311-315).

Sosyal medya uygulamalarının siyasal iletişim kampanyalarında kullanılması üzerine ABD'deki çalışmalar daha çok ortamda yer alan iletilerin içerik analizi üzerine yoğunlaşmıştır. Örneğin, Scott P. Robertson vd.nin 2006-2008 tarihleri arasında Facebook ortamını gözlemleyerek yaptıkları çalışmada, Facebook duvarı;

- a) kanıyı destekleme,
- b) kanıtlara karşı negatif link verme,
- c) eyleme çağrılar,
- d) şakalar veya saçma sapan yazılar,
- e) adaya ilişkin sorular, için kullanılmıştır (2009).

Steffen Dalsgaard'ın çalışmasında ise Facebook'u araştırmanın etik boyutu da ele alınırken, ABD'de Başkan adaylarının Facebook kullanmadaki başarıları da açıklanmaktadır. Örneğin, seçimden önce Barack Obama'nın 871.903 Facebook arkadaşı, profilinin ise 3 milyondan fazla destekçisi vardı (2008: 12).

Toplumsal paylaşım ağları, profillerden oluşan, profillerinde yarı-kalıcı yorumlar içeren ve kamuya açık kişisel sosyal ağları tanımlayan bir kategoridir (Boyd, 2006). Turkheimer (2007) çevrimiçi sosyal ağları siyasal iletişimde İnternet'in yükselen önemli uygulamalarından biri olarak ifade ederek, 2008 ABD Başkanlık seçim kampanyalarında bilgi aktarımı ve paylaşımı için önemli bir araç olduğunu belirtmektedir. Turkheimer'in yürüttüğü çalışmada, YouTube'un 2008 ABD'deki Başkanlık seçimlerindeki etkisinin, adayların adaylıklarını çevrimiçi video ve podcast'ler aracılığıyla açıklamasıyla daha erken ortaya çıktığını ortaya koymaktadır.

Christine B. Williams ve G. J. Jeff Gulati'nin araştırmalarında (2009, 2007), Facebook'un Başkanlık seçimlerinde kullanılması kapsamlı bir şekilde incelenmiştir. Williams ve Gulati özellikle siyasal iletişim sürecinde sosyal medyanın kullanılmasının web sitelerinden farkının altını çizmektedir. Bu farklılık vurgusu, bu çalışma için de oldukça önemlidir. Bu farkları şu şekilde sıralayabiliriz:

- Adaylar web sayfasının içeriği üzerinde tam denetime sahiptir; ancak sosyal medya kullanımında bu denetim ortadan kalkabilir.
- Sosyal medya kullanımında, seçmen-kullanıcı içerik üretimiyle iletişim ortamına dâhil olma hatta diğer kullanıcılarla etkileşime girme olanağına sahiptir.
- Sosyal medya kullanımında içerik çelişkili veya çatışmalı biçimde dönüştürülebilir/türeyebilir.

Tamara A. Small'ın ABD'de ve Kanada'da 2008 seçimlerinde Facebook kullanıma ilişkin araştırmada, bu uygulamanın sağladığı yararlar şu şekilde sıralanmıştır (2008: 86):

- Düşük maliyet
- Genç seçmenlere erişim olanağı
- Kampanyayı destekleyecek gönüllü ekibi/havuzu oluşturmak
- Seçim kampanyasına fon oluşturmak
- Etkileşimsellik özelliğinden dolayı aday-seçmen arasında, seçmenler arasında iletişimin kurulabilmesi.

Small, Obama'nın Facebook'ta gönüllü desteğiyle 600 milyon ABD doları yardım topladığını da belirtir (2008: 86). Bu çalışma kapsamında sosyal paylaşım ağlarına yönelmemizin nedeni, kimi zaman siyasi partilerin İnternet sayfalarının sadece birer “elektronik broşür” niteliğinde olmasındandır (Schweitzer, 2005: 328); web 1.0'ın siyasal iletişim sürecine ancak yineleyici/tekrar edici etkileri olduğunu ayrıca belirtmek gerekir. Lilleker ve Jackson (2008) ise siyasi partilerin web 2.0'a uyum politikalarıyla ilgili çalışmıştır. Çalışmaları kapsamındaki siyasi partiler, web 2.0'ın kültürel normlarına uymaya çalışmak yerine web 2.0'ı kendi ihtiyaçlarına uyarlamayı tercih etmektedir. Web 1.0'ın sınırlılığının farkında görünseler de, web 2.0'a uyum sağlamak yerine, *web 1.5* gibi bir ara yol bulmuşlardır. Etkileşimi mümkün kılan web 1.5, aynı zamanda tek yönlü monologu ve içerik üzerinde kontrolü sağlar.

Sosyal medyanın siyasi faydalarına değinen akademik çalışmalar arasında, toplumsal paylaşım ağlarının yurttaşlara tartışma kültürü ve çevrimiçi siyasi tartışmalar kapsamındaki konu ve görüşlere çeşitlilik kazandırdığını vurgulayanlar da vardır (Gueorguieva, 2008; Hayes 2008; Williams ve Gulati, 2007).

Facebook'un Endonezya'da 2009 Başkanlık seçimlerinde kullanılması üzerine de oldukça ilgi çekici bir araştırmadan da kısaca burada bahsedelim. Hamideh Molaci Farsongi'nin araştırmada bu ortamda Başkanlık seçimlerine ilişkin tartışmalarda Endonezya'daki medeni kültürün ve tartışma adabının doğrudan Facebook'a taşındığı belirtilmiştir (2010). Bu saptama aslında siber uzam veya sanal uzam olarak adlandırılan bu uzamların “hayali” alanlar olmadığını, burada kamusal tartışmalara katılan ve fikirlerini ifade edenlerin varolan *habitus*larını taşıdıklarını/verili *habitus*larından beslendiklerini göstermektedir.

Gurevitch, Coleman ve Blumler Obama'nın Başkanlık seçimlerinde yaygın kitle iletişim araçlarında karşılaştığı engellerin üzerinden gelmek için toplumsal paylaşım ağlarının viral kapasitesinden yararlandığını belirtmektedir (2009: 168). Gurevitch, Coleman ve Blumler'a göre günümüzde siyasal liderler takipçileri ile daha fazla etkileşim konusunu dikkate almak durumundadır (2009: 171). Dijital etkileşim çağında, araştırmacılara göre, siyasal imgelerin ve iletilerin üretimi, alımlama aşamasında bozulması daha olanaklıdır (2009: 179). Dijital iletişim ortamlarında siyasal iletiler bir kez yayıldı mı, enformasyonun bütünlüğü ortadan kalkar. Tıpkı müzik fanları gibi, bu siyasal içeriklere de ekler yapılabilir, üzerinde değişiklikler mümkündür. Kullanıcı türevli içerik üretimi bu olanakların yaşama geçmesine olanak sağlar. Bu nedenlerle günümüzde siyasal aktörlerin kamu iletişiminde bazı önemli değişiklikleri göz önüne alması gerekmektedir. Bunlar: enformasyon teknolojilerinin kullanımının artık sadece endüstriyel olarak merkezileşmiş ve profesyonelleşmiş olmamasıdır; kamunun yaygınlaşması ve parçalanması; televizyon yerine daha açık kamusal alanların kampanyada kullanılması; sivil ve siyasal rollerin iç içe geçmesi ve öze alan-kamusal alan ayrımının ortadan kalması (2009: 178).

Facebook ve diğer sosyal paylaşım ağlarının birer sosyal laboratuvar olarak ne kadar etkili oldukları üzerine bir tartışma aşağıda kısaca özetlenmiştir⁵. Facebook çeşitli toplumsal hareketlerin ve siyasal oluşumların izlenebilmesi adına sosyal bilimciler için önemli olanaklar sağlamaktadır. Facebook kurumsal yapısı içerisinde çalışan bir grup veri analisti olarak tanımlayabileceğimiz grup için Facebook insanın toplumsal davranışına yönelik en devasa veriye sahiptir. Bu veriler henüz tam anlamıyla kullanılmış ve/veya işletilmiş değildir, ancak *Data Science Team* diye adlandırılan ve Facebook yapısı içerisinde konumlandırılmış bu grup Facebook platformunu sosyal medya çağının Bell laboratuvarları olarak adlandırılmaktadır. Matematik, programlama becerisi ve sosyal bilim beceri ve bilgisine sahip bu grup eldeki verilerin Facebook'un ticaret ve sosyal bilimler alanında gelişmesini sağlayacak biçimde nasıl kullanacakları üzerinde durmaktadır. Bu araştırma grubunun temel hedefi bu kadar kişisel verinin toplandığı bir alandan gerçekten ne öğrenilebilir sorusunun yanıtını bulmaktır. Profil bilgileri, zaman tüneli ve "beğen" butonuyla artık kişisel verilerin toplanması çok daha kolay olmakta, ayrıca Facebook çeşitli uygulamalar ve web sayfaları sayesinde kişilerin bu sosyal

⁵ Bu konuya ilişkin bilgiye <http://www.technologyreview.com/featured-story/428150/what-facebook-knows/> adresinden erişilmiştir.

mecra sınırları dışındaki çevrimiçi ortamlarda da ne/neler yaptıklarını izleyebilmektedirler (ne dinleniyor, ne okunuyor vb.) Böylece yaşamlar ve etkileşimler üzerine oldukça zengin bir kayıt arşivinin ortaya çıkarılması mümkün olmaktadır. *Data Science Team*'ın (DST) yöneticisi Cameron Marlow, bu kadar büyük bir kaynağın keşfinin insanların nasıl ve ne yönde davrandıklarını anlama konusunda sosyal bilimler açısından bir devrim yaratacağını düşünmektedir. Facebook, bu veriyi ayrıca kendi karını yükseltmek için de kullanmaktadır. Marlow, Facebook için “ilk kez toplumsal davranışı inceleyeceğimiz bir mikroskopumuzun olması ile kalmıyor, milyonlar üzerinde deneyler yapabiliyoruz” demektedir. Marlow'un ekibi Facebook üzerinde bir tür örüntü bulmak üzere çalışmaktadırlar. Örneğin, eklenene yeni bir özelliğin sosyal ağ kullanıcıları arasında nasıl yaygınlaştığı üzerine çalışmaktadırlar. Marlow bir benzetme de yaparak, Facebook'un karşılaştığı zorluklar/meraklar ile sosyal bilimlerin karşılaştığı zorlukların benzer olduğunu söylemektedir. Bu türden zorluklar/meraklar şunlar olabilir: neden bazı insanlardan çıkan kimi düşünceler veya moda akımları evrensel olurken bazılarında çıkanlar olmuyor veya ne ölçüde kişinin gelecekteki eylemleri geçmişteki iletişimlerinin bir ürünü olarak ortaya çıkıyor? Marlow'un ekibinden bir grup da ulusların “brüt milli mutluluğu” nu kişilerin Facebook aktivitelerini girerken kullandıkları pozitif veya negatif duygu yansıtan kelime ve tamlamalardan çıkarmaktadır. Örneğin, bu endekse göre mutluluk tatillerde artmakta fakat bir kamusal figürün ölümünde azalmaktadır. Örneğin ilişki durumları ve beğeniler ve reklâmlar arasındaki ilişkilerin çalışılması da önemlidir. İlişkinsini yeni bitirmiş birinin sayfasında daha çok acıklı temalar, baladlar varken arayüzeyde buna uygun reklam seçilmektedir. Ancak, bu konuda “tarama” halen en etkili unsurdur, dolayısıyla da Google'ın reklâm geliri Facebook'un 10 katıdır. Facebook'un Data Science Takımı, kullanıcıları arasında çeşitli kontrol ve deney grupları oluşturarak örneğin ortamdaki davranışlarımızın yakın arkadaşlarımız tarafından etkilenip etkilenmediğini araştırmaktadır. DST bu verileri manipüle etme amaçlı değil, bilimsel amaçlı kullandığını iddia etmektedir. Bu çalışma için DST'in gerçekleştirdiği çeşitli deneysel çalışmalar içerisinde ABD ara seçimlerine yönelik çalışmaya özellikle değinmek gerekir. Marlow'un takımı ABD ara seçimlerinde Facebook kullanımı üzerine de bir çalışma yapmıştır. 2008'den bu yana Facebook, kullanıcılarına oy kullandıklarını gösterebilecekleri bir sistem sağlamaktadır ki bu sistem ayrıca arkadaşlarına onların da oy kullanmalarını hatırlatan bir sistemdir. Ekip, bu sinyali kullananlarla seçmen kayıtlarını karşılaştırmışlar ve gerçekten oy kullanıp kullanmadıklarını bulmaya çalışmışlardır. Marlow ayrıca, araştırmacıların şifrelenmiş “anonimleştirilmiş” veri ile çalıştıklarının ve belirlenmiş kullanıcıların seçmen oy kayıtlarıyla

eşleştiremeyeceğini belirtmektedir. Facebook, bu biçimde çözümlenebilirse, yani Facebook çevrimdışı yaşamda insan davranışına yönelik etkilere sahipse, örneğin hükümet kuruluşları “nasıl sağlıklı beslenilir?” temalı bir Facebook projesi çalışabilir. Bu veri içerisinden yapılacak tahminlerle her türden ticari işi yapmak mümkündür. Facebook’un kullanıcılarını ve düzenleyicileri hayal kırıklığına uğratmadan bunu yapacağı düşünülürse, oldukça kârlı bir iş olduğu ortadadır. Facebook’un bu denli büyük veriyi muhafaza etmesi ve işlemesi için geliştirdiği yazılım ve araçlar da merak konusu ve bu tür araçların satışıyla da Facebook gelecekte kâr elde edebilir. Marlow ayrıca Facebook’un sahip olduğu veri ile yapılabileceklerin henüz başlangıç aşamasında olduğunu da belirtmektedir.

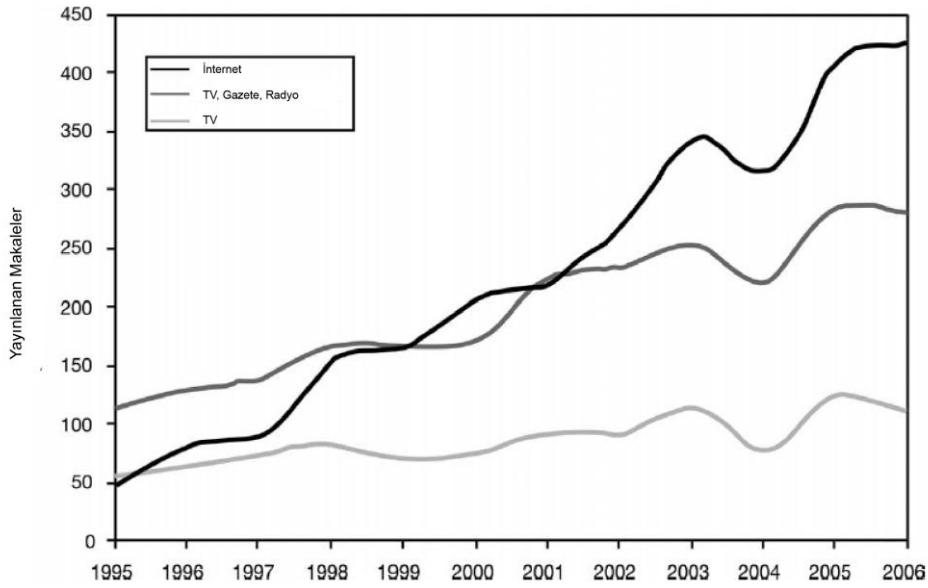
Vatandaşlık olgusunun pekiştirilmesinde olduğu kadar, siyasal gelişmelerin değerlendirilmesinde de önemli rol oynayan sosyal medya ortamları, siyasal tercihlerin belirlenmesinde siyasi parti ve liderler tarafından kullanılan temel araçlardan biri hâline gelmiştir. Çok yönlü yapısı neticesinde sosyal medya ortamlarının siyasal iletişim kanallarındaki kullanımında farklı deneyimler ortaya çıkmaktadır. Bu deneyimlerin hangi koşullar altında şekillendiğini anlayabilmek, ancak sosyal medya ortamlarını bir siyasal iletişim aracı olarak tanımlayabilmek ve onun kurumsal pratiklerini ortaya koymak yoluyla mümkündür.

Siyasal iletişim kapsamında sosyal medya ortamlarının kullanımına iki perspektiften yaklaşılabılır. Bunlardan *ilki*, belli bir siyasi parti ve/veya parti lideri merkezinde organize edilen siyasal kampanyalar, *ikincisi* ise tabandan gelen örgütlenmelerdir (Diarmaid, 2011). Sosyal medya olgusunu bir bütün olarak ele alırsak, ikinci bakış açısının birincinin önemini arttırdığı varsayılabilir. Çünkü, siyasal bağlamda sosyal medyaya gücünü veren bileşen, onun sosyopolitik etkileridir. Barack Obama’nın 2008 Amerika Birleşik Devletleri (ABD) seçimlerinde galip gelmesi, 2009 İran seçimleri ve sonrasında yapılan protestolar, Wikileaks ve Arap Baharı gibi başlıca örneklerden anlaşılacağı üzere, sosyal medya ortamlarının kendini siyasal mekanizmanın bir parçası olarak ispatlaması, beraberinde getirdiği toplumsal etkiler neticesinde gerçekleşmiştir. Bir anlamda, sosyal medya ortamlarının siyasal iletişimdeki benliğini anılan toplumsal olaylardaki rolüne bağlı olarak kazandığı ifade edilebilir.

Sosyal medya ortamları bağlantılı sosyopolitik gelişmelerin küresel çaptaki etkileri akademinin yoğun ilgisine maruz kalmış, bu kapsamda İnternet medyası özelinde çok sayıda

çalışma yapılmıştır. Siyasal iletişim üzerine yayınlanan bilimsel makalelerin sayısına bakıldığında, İnternet çerçevesinde konumlandırılan çalışmaların özellikle 2000'lerin başlarından itibaren artış gösterdiği görülmektedir (Şekil 1). Ortaya çıkan tabloda, İnternet çizgisinin farklı alanlarda yapılan çalışmalardan beslendiği öngörülebilir. Son yıllardaki artma eğiliminde ise sosyal medya ortamları kapsamında yapılan çalışmaların etkisi hissedilmektedir.

Şekil 1. Siyasal iletişim üzerine yayınlanan bilimsel makaleler (1995-2006)



Kaynak: Chadwick, A. & Howard P. N. "New directions in internet politics research", Andrew Chadwick & Philip N. Howard (Der.) (2009) *Routledge Handbook of Internet Politics*, NY: Routledge, s 2.

Sosyal medya ortamlarının siyasal iletişimde oynadığı rol, İnternet ile olan ilişkisinden bağımsız değildir. Bu yüzden sosyal medyayı siyasal iletişimin bir parçası olarak konumlandırırken, İnternet'in siyasi amaçlı kullanımını irdelemek gerekir. Davis ve diğerlerinin (2009) çalışmasında, İnternet'in ABD seçim kampanyalarındaki yeri üç dönemde incelenmiştir. Bunlardan *ilki* keşif dönemi, *ikincisi* olgunlaşma dönemi, *üçüncüsü* ise olgunlaşma sonrası dönemdir. Keşif dönemindeki İnternet kullanımı, George H. W. Bush ve Bill Clinton'ın 1992 seçim kampanyalarında yürüttüğü çalışmalar ile başlamıştır. İlk yıllarda İnternet kullanımının başlıca amaçları arasında eposta göndermek ve bilgisayarlı bilgi sistemlerinde (BBS) varlık göstermek yer alırken, 1998'e gelindiğinde bir çok aday ve partinin web sitesine sahip olduğu gözlenmiştir. İnternet, 2000 yılına kadar süregelen keşif dönemi boyunca, sık güncellenmeyen enformasyonel içeriğin sergilenmesi amacıyla

kullanılmıştır. Etkileşim fonksiyonuyla gelen olgunlaşma dönemi, siyasal kampanya sitelerinin gelişmiş özellikler ile donatılmasıyla başlamıştır. Günümüzde siyasal amaçlar doğrultusunda kullanılan sosyal medya uygulamalarının temelinde, bu dönemin web sitelerinde hayata geçirilen fikirlerin yattığı ileri sürülebilir. Olgunlaşma döneminde İnternet'in seçim kampanyalarına olan desteği dört ayrı kategoride toplanabilir: *Kampanya faaliyetleri, iletişim, harekete geçirme ve kaynak yaratma*. Kampanya faaliyetleri, seçim için bilgi toplama ve seçim malzemelerinin dağıtımıyla; iletişim işlevi, reklam verme, belli topluluklara ulaşma ve eposta adreslerinin toplanmasıyla; harekete geçirme, seçmenlerin seçim sürecine daha fazla dahil olmasını sağlamak yürütülen etkinliklerle; kaynak yaratma ise, çok sayıdaki kaynaktan az miktarda gelir sağlamayı öngören stratejiler ile ilişkilendirilebilir. Olgunlaşma sonrası dönem, seçim kampanyalarının kurumsal sitelerin dışına taşarak İnternet geneline yayıldığı devreye tekabül eder. Kampanya sitelerinin seçmene ulaşmada yetersiz kalmasıyla tetiklenen süreçte iki tür siyasal iletişim aracı devreye girmiştir: Medya kontrollü çevrimiçi iletişim araçları ve kullanıcı kontrollü çevrimiçi iletişim araçları. Üçüncü şahısların kontrolünde bulunan medya kontrollü çevrimiçi iletişim araçları, haber sitesi ya da blog gibi kampanya sitelerine kıyasla daha fazla seçmene ulaşan enformasyon aktarım kanallarıdır. Kullanıcı kontrollü çevrimiçi iletişim araçları ise, Facebook ve Twitter'ı da içine alan sosyal paylaşım ağlarını kapsar. Dolayısıyla, sosyal medya ortamlarının aslen dâhil olduğu kategori, kullanıcı kontrollü çevrimiçi iletişim araçlarıdır.

Sosyal medya ortamlarını siyasi partiler açısından değerlendirirken, onu İnternet medyası dâhilinde yer alan diğer siyasal platformlardan ayrı tutmak gerekir. Çünkü web 2.0'ın özelliklerinden beslenen bu sosyal mecralar, potansiyel seçmenin halihazırda yerleşik bulunduğu platformlar olarak partilerin stratejik kararlarına doğrudan tabi değildir. Diğer bir ifadeyle, siyasi partiler de tıpkı seçmenler gibi bu sosyal ağların birer üyesidir ve de bu mecraların yönetiminde sınırlı etkiye sahiptir. Bu noktada, kurumsal sosyal medya hesapları ile parti siteleri arasındaki ayrıma dikkat çekmek gerekir. Çünkü sosyal medya ortamlarının siyasal iletişim aracı olarak deneyimlenmesi, her ne kadar yukarıdan aşağıya bir ilişkiyi temsil ediyor gibi görünse dahi, içinde farklı türden dinamikleri barındırır. Söz konusu dinamiklerin temel belirleyicisi ise, siyasi aktörlerin seçmene yaklaşmasını sağlayan etkileşim unsurudur. Nitekim sosyal medya ortamlarının kısa geçmişinde konu olduğu bilimsel çalışmaların ilgi odağı da bu unsur çevresindeki gündem maddelerine yönelmektedir. Magro'nun (2012: 150), 2007–2012 aralığında sosyal ağ uygulamaları üzerine yayınlanan bilimsel makaleleri baz

olarak yaptığı çalışmada ortaya koyduğu bulgular, bu varsayımı doğrular niteliktedir (Tablo 1).

Tablo 1. Sosyal ağlar üzerine yapılan bilimsel çalışmalar (2007-2011)

Dönem	Ana tema
2007-2008	Sayısal uçurum engeli Vatandaşın [sosyal medyaya] itimadı Örnek olaylar (deneysel uygulamalar)
2009	Temel tanımlamalar Strateji/yönelim belirleme ihtiyacı
2010	Katılım/sayısal uçurum Başarıya yönelik talimatlar Örnek olaylar (başarı örnekleri)
2011	Değişim araçları Acil durum yönetimi Strateji ve yönelim için talimatlar

Kaynak: Magro, M. J. (2012). "A Review of Social Media Use in E-Government", *Administrative Sciences*, 2(2), 148-161, s. 150.

Tablodan anlaşılacağı üzere, sosyal medya ortamları hakkında yapılan çalışmaların evriminde, etkileşimi esas alan temalar son yıllarda belirginlik kazanmıştır. Önceki yıllarda erişim sorunları, güvenilirlik, temel tanım ve açıklamalar çerçevesinde çalışmalara konu olan sosyal medya, günümüzde siyasi aktörlerin kitlelere ulaşma çabasında bir araç olarak uygulama stratejilerinin geliştirilmesiyle gündeme gelmektedir. Söz konusu stratejiler ise, sosyal medya pratiği dâhilindeki etkileşim deneyimine bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Siyasal iletişim açısından yaklaşıldığında, sosyal medya ortamlarının tüm yönleriyle keşfedilerek verimli bir araç olarak kullanılabilmesi, ancak etkileşim unsurunun ne gibi sonuçları beraberinde getirdiğinin anlaşılmasıyla mümkündür. Söz konusu sonuçların ülkeler bazında farklılık göstermesi ise kaçınılmazdır. Burt ve Taylor'ın (2001: 72) gönüllü kuruluşlar perspektifinden ortaya koyduğu yaklaşım siyasi partilerin sosyal medya ortamları kullanım pratiklerine uyarlandığında, partilerin sosyal ağlardaki yönelimini belirleyen tek etkenin sosyal medyanın kendisi olmadığı görülebilir. Sosyal medya ortamları ve İnternet'in siyasi kurumlar tarafından

nasıl kullanıldığı, toplumsal koşulların etkisi altındaki düşünüş ve değerler sistemine bağlı kalarak şekillenir.

Kluver ve diğerlerinin (2007) çalışmasında İnternet ile gelen olanakların yanı sıra kampanyaları etkileyen sosyopolitik faktörler de göz önünde bulundurulmuştur. Çalışma, İnternet kampanyalarını anlamlandırabilmek ve web pratiklerinde ortaya çıkan değişkenleri tanımlayabilmek üzere ikna etme esasında geliştirilen yöntemden yararlanmıştır (Foot ve Schnider, 2006: 22). Buna göre, ikna etme sürecinin İnternet kampanyalarındaki işleyişi, yürütülen kampanya ve siyasi aktörler arasında farklı ilişkiler sunan dört pratik çerçevesinde işler: Bilgilendirme, katılım, bir araya getirme ve harekete geçirme. Bu pratikler, çalışmaya konu olan çeşitli kampanya örneklerinde *ekonomik gelişme* ve *teknolojik gelişme* bağımsız değişkenleri çerçevesinde karşılaştırmalı analize tabi tutulmuştur. Öte yandan, İnternet kampanyalarında uluslararası modellerin anlaşılabilmesi için ülkelerin *siyasal gelişim* ve *siyasal kültür* bağlamında gösterdiği özellikler de dikkate alınmıştır. Buradan hareketle, İnternet kampanyalarının bağlı bulunduğu dinamiklerin sosyal medya ortamı için de geçerli olduğu ileri sürülebilir. Ancak, siyasi kurum ve liderlerin sosyal medya kullanım pratiğinde seçmen davranışlarının belirleyici etkisi ön plandadır.

Bu noktada, İnternet'in siyaset ile olan ilişkisindeki iki farklı açılıma değinmekte fayda vardır. Bunlardan ilki, siyasal arenadaki farklı fraksiyonların daha dengeli biçimde temsil edilmesinde İnternet'in olumlu rol oynayacağından hareketle bastırılmış ve muhalif grupların siber uzamda örgütlenme becerilerinin arttığına işaret eder (Bennett, 2003). İnternet, küçük çaplı partilerin ve bağımsız adayların sesini duyurmada önemli bir araçtır (Davis, vd. 2009: 13). Bu sayede gerçek demokrasilerin inşa edilmesi sürecinde önemli rol oynar ve gerek geribesleme kanalları, gerekse toplulukları bir araya getirme potansiyeliyle siyasal iletişimin güçlü bir ayağını temsil eder. İkinci yaklaşımın savunusunda ise, İnternet'in siyasi kurumların etkisi altında kalarak geleneksel medyanın akıbetini paylaşacağı öngörüsü yer alır (Resnick, 1998). Burada iki yönlü bir ilişkiden söz edilebilir. İnternet'in siyasal güçlerin baskısıyla yapılandırılması, aynı zamanda bu medyanın hakim siyasal yapıyı güçlendirmesi anlamına gelmektedir. Dolayısıyla, bu yöndeki bir bakış açısının İnternet'in seçmen tarafındaki potansiyelini göz ardı ettiği ifade edilebilir.

Tsagarousianou'ya göre (1999: 189), e-demokrasi projeleri seçmenin karar verme mekanizmalarına üç yoldan katkıda bulunur: Enformasyon temini, tartışma ve katılım. Bu olanaklar arasında tartışma ve katılım, sosyal medya dahilinde gerçekleştirilen siyasi kampanyalarda daha fazla ön plana çıkarılırken, kurumsal web sitelerinin çoğunlukla enformasyon teminine hizmet ettiği gözlenmiştir. Kluver ve diğerlerinin (2007) farklı sosyopolitik özellikler gösteren ülkelerdeki İnternet seçim kampanyalarını karşılaştırmalı analize tabi tutmak suretiyle yürüttükleri çalışmada ortaya çıkan eğilim de bu yöndedir. Araştırmadan edinilen diğer bulgular, siyasal üretim süreçlerine dair bazı noktaları aydınlatmaktadır. Bu bulgular, herhangi bir ulusal seçim ortamında bulunan siyasi aktörlere ait üretim pratiklerinin, farklı ulusal seçim ortamlarında temsil edilen aynı türden aktörlerin üretim pratikleri ile benzeştiğini ortaya koymuştur. Diğer taraftan, farklı niteliklerdeki siyasi aktörlere ait üretim pratikleri, aynı ulusal seçim ortamında dahi farklılaşmaktadır (Kluver, 2007: 258). Yine aynı araştırmaya göre, web üretim pratiklerinin ulusal çaptaki uygulama biçimleri üzerinde siyasal kültürün önemli derecede etkisi bulunmaktadır. Yurttaşlar arasında siyasal katılım ve bağlılık düzeylerinde görülen farklar, siyasi aktörlerin web üretim pratiklerinde çeşitlenmeyi beraberinde getirmektedir (Kluver, 2007: 259). Hedef seçmen kitlesi özelinde tasarlanan kampanyaları şekillendirmek, siyasal üretim pratiklerinde uzmanlaşmayı gerektirmektedir.

Geçmişte sanal ortamlar üzerinde kontrol sahibi olamadıkları gibi, belli grup ve seçmenleri nasıl hedef almaları gerektiğini de bilemeyen siyasi aktörler (Stromer-Galley, 2000), bugün bilhassa sosyal medya ortamlarında yürütülen kampanyalar ile gelen olumlu sonuçların memnuniyetini duymaktadırlar. Şüphesiz, bunların başında sosyal medyayı etkin biçimde kullanan ilk ABD başkanı Barack Obama gelmektedir. Obama, sosyal medyayı seçim stratejisine entegre etmesindeki başarısından dolayı, "Sosyal Ağların Kralı" (The Washington Post, 2007) olarak nitelendirilmiştir. Bu noktada, ABD nüfusunun %78.3 (Internet World Stats) oranındaki İnternet erişimi ve Obama'nın başarısını göz önünde bulundurarak, siyasal iletişimde sosyal medya ortamları kullanımını, Obama'nın 2008 ABD seçimlerindeki deneyimi özelinde irdelemek yerinde olacaktır.

▪ Obama'nın Seçim Kampanyası

Edelman'ın "The Social Pulpit" adlı raporunda Barack Obama'nın başarısının temel nedeni, kampanyasında sanal örgütlenmeye verdiği destek olarak gösterilmektedir (Lutz, 2009). Aslında Obama kampanyası bazı bakımlardan yenilikçi olmasına rağmen, kullandığı araçlar itibariyle önceki kampanyalarla benzeşmektedir. Obama, sosyal medya ortamlarını kullanarak bağış miktarını artırmaya çalışan ilk başkan adayı da değildir. Bu alanda daha önce girişimde bulunan John McCain, 2000 seçimlerinde dört günde 2 milyon doları İnternet ortamında toplamış, ancak bu bağışları oya dönüştürmede başarısız olmuştur (Rapaport, 2000). Öte yandan, Dean'in 2004 seçimlerinde yaptığı gibi, önceki yıllarda başkan adaylarının destekçilerini İnternet aracılığıyla kendi yerel topluluklarında bir araya getirmeye çalıştığı da bilinmektedir. Dolayısıyla Obama yine bu hedefi gerçekleştirmeyi çalışan ilk başkan adayı sayılamaz. Obama'yı farklı kılan faktörler planlama ve etkin kullanımdır. Bu kapsamda önceliklerin belirlenmesi ve potansiyel seçmenin saptanarak takip edilmesi gibi hususlar planlama dahilinde gerçekleştirilmiştir. Yine örneğin 2008 yılında Obama kampanyasının İnternet ayağında McCain'e göre on kat fazla personel istihdam edilmiş, seçim öncesi süreçte Facebook'ta beş kat, Youtube'da ise dört kat fazla kişiye ulaşılmıştır. Bu anlamda, Obama'nın İnternet ve teknolojiyi seçim kampanyasına McCain'den daha iyi entegre edebildiği söylenebilir.

Obama'nın sosyal medya ortamlarını kullanımı, seçim sonrasında yönetimin nasıl işleyeceğinin bir göstergesidir (Lutz, 2009). Örneğin, henüz kurulduğu ay iki milyondan fazla seçmenin ziyaret ettiği *change.gov* sitesi, vatandaşa fikirlerini paylaşma ve yönetimin siyasi görüşlerine yanıt verme fırsatı sunmuştur. 5 binden fazla kişi bu sitede sağlık reformuyla ilgili düşüncelerini paylaşmıştır. Sağlık ekibi bu konuda kampanya listesindeki milyonlarca kişiye e-posta göndermiş ve onları yönetimin program ve faaliyetleri hakkında güncellemeler almak yönünde teşvik etmiştir. Ayrıca, aciliyeti bulunmamak kaydıyla, herhangi bir mevzuatın imzalanmadan önce beş gün süreyle kamuoyunun görüşlerine açılacağı belirtilmiştir.

Seçmeni seçim sürecinin aktif bir elemanı olarak gören bu anlayış, Obama'nın kampanyasına olumlu yönde katkıda bulunmuştur. Lutz'un hazırladığı Edelman raporunda Obama kampanyasının nitelikleri ve buradan çıkarılması gereken dersler aşağıdaki şekilde sıralanmıştır:

1. Katılımın aşamalarında desteği artırmak: Obama kampanyasında kişilerin katılım derecelerine dayanan bir kampanya esas alınmıştır. Kampanya, sıradan destekçilere katılım fırsatı sunarken, aktivist gruplar için daha faal işler öngörmüştür. Buna göre, Obama'yı destekleyen bir seçmen, basamakları tırmandıkça daha fazla bağlılık ve değer yaratmıştır. Kampanya, destek veren adayların her biri için farklı seçenekler sunmuştur. Bu, üç basamaklı bir modeldir:
 - *Kişisel*: Destekçinin bir sosyal ağda Obama ile arkadaş olmasıyla ilk adım atılır. Sonrasında destekçi, kampanya hakkında bilgi almak için SMS ve e-posta listelerine kaydolur. Bu aşamada ilk bağışını yapabilir.
 - *Sosyal*: Bu yatırımın ardından arkadaşının profiline yorum yazarak ona Obama'nın neden doğru aday olduğunu anlatır, kendisi de *MyBarackObama.com*'a kanalize olur. Burası seçmenin hesap oluşturabileceği, grup kurabileceği veya bir gruba üye olabileceği nitelikte bir platformdur.
 - *Tarafarlık*: Bu basamakta seçmen grupta ilgi çekmek üzere görsel paylaşabilir, blog için yazabilir ya da desteğini gösteren bir video hazırlayarak onu YouTube'da yayabilir.
2. Süper kullanıcıları yetkilendirmek: Obama, daha geniş bir kitleye ulaşmak için kendini kampanyaya aday taraftarlarına daha fazla destek sunmuştur. Kampanyada gönüller takip edilmiş ve güvenilir aktivistler belirlenmiştir. Bunların daha faal olabilmesi için gerekli araçlar temin edilmiştir. Süper kullanıcıların MyBO web sitesinde Obama veritabanına erişimi sağlanmış bu sayede kendi ağlarını kurmalarının önü açılmıştır.
3. Kullanıcı türevli içeriğe kaynak sağlanması: MyBO sitesi, Obama'yı desteklerken ihtiyaç duyulan video, konuşma, fotoğraf ve benzeri içeriği sağlama işlevi görmüştür. Destekçilerin ürettiği 400 bin video YouTube'a yüklenmiş, bir o kadar blog da MyBO sitesinde açılmıştır. Lutz (2009), bu destek olmaksızın kampanyanın böylesine ciddi bir miktardaki üretimi gerçekleştirmesinin mümkün olamayacağını savunur. Ona göre, bu durum belli bir avantajı beraberinde getirmiştir. Edelman'ın 2008 yılı Güven Barometresi'ne göre, bireyler için bilginin en güvenilir kaynağı "kendisi gibi olan kişiler"dir. Dolayısıyla, benzer inançları taşıması ve/veya aynı siyasi/dini görüşü paylaşması nedeniyle bu kişilerce oluşturulan özgün bir video, resmi üretimlere göre daha ikna edici özelliktedir.
4. İnsanların bulunduğu yere gitmek: ABD'de yetişkinlerin yüzde 60'ı bir sosyal ağa kayıtlı olmasına rağmen çoğu birden fazlasına üye değildir. Bu yüzden Obama'nın on beş sosyal ağda profili oluşturulmuştur. Obama aynı zamanda *AsianAve.com*, *MGente.com* ve *BlackPlanet.com* gibi Asya kökenli, Hispanik ve Afroamerikanlar'a

hitap eden sosyal ağlarda hesabı olan ilk başkan adaydır. Ayrıca Obama'nın her sosyal ağa kayıtlanmadığına da dikkat çekmek gerekir. Obama profilini on beş ağ ile sınırlandırmış ve ağlarda kurduğu ilişkileri MyBO web sitesine yönlendirilmiştir.

5. Seçmenin aşına olduğu araçları kullanmak: Seçim döneminde Facebook'un 150 milyon, MySpace'in 110 milyon, LinkedIn'in ise yaklaşık 50 milyon kullanıcısı bulunmaktaydı. Obama kampanyası, her biri kendi içinde farklı nitelikler gösteren bu ağların kesişim noktası olmuştur.
6. Seçmenin içeriğe yönlendirilmesi: Obama kampanyasında popüler arama kelimeleri ile erişilebilecek basit siteler oluşturulmuştur. Buna ilave olarak, rakiplerin Obama'yı eleştiren videolarına cevaben aynı etiketleri kullanan videolar yayımlanmış ve seçmenin yaptığı taramada referans verilen asıl üretimi görmesi sağlanmıştır.
7. Mobil cihazlar üzerinden harekete geçirmek: Kampanyada SMS ve mobil sitelere özel önem atfedilmiştir. Bunlar, seçmene ulaşmanın uygun maliyetli araçları olmanın yanı sıra motive edici özelliktedir.
8. Katılım faaliyetlerini artırmak için mantıksal analizleri kullanmak: Obama kampanyasında her e-posta, SMS ve web sitesinin başarısı takip edilmiştir. Oluşturulan tüm içerik farklı sürümlerde denenmiştir.
9. İnternet operasyonunu yaymak: Obama kampanyası, sosyal medya çalışmasında kullanılacak donanım ve yazılıma 2007 yılında 2 milyon dolardan fazla yatırım yapmıştır. Kurulan sistemin milyonlarca destekçiyi kurumsal düzeyde kapsamı öngörülmüştür. Center for Responsive Politics (2008) verilerine göre, Obama'nın 2008 Temmuz ayı itibariyle yaptığı medya harcamaları şu şekildedir: Televizyon 91,593,186 dolar; basın 7,281,443 dolar; İnternet 7,263,508 dolar; diğer medya 1,139,810 dolar ve basın danışmanları 66,772 dolar. Buna karşılık Clinton'ın İnternet harcaması 2.9 milyon dolardır. McCain ise aynı kategoride 1.7 milyon dolar harcamıştır.
10. Doğru takımı oluşturmak: Obama, kampanyasının yoğunlaşmaya başladığı 2008 yılından önce İnternet stratejisini planlamıştı. Kampanyanın 11'i çekirdek kadroda olmak üzere toplam 30 kişiden oluşan bir İnternet ekibi vardı. Önceki kampanyalarda İnternet sonradan eklenmiş bir role sahip iken, Obama kampanyası sosyal medyanın tüm unsurlarını organizasyona dahil etmiştir. Mobil iletişim de kampanyanın her aşamasına entegre edilmiştir.

Yukarıda verilen geniş kapsamlı liste, Obama kampanyasının detaylarını seçim kılavuzu görünümünde ortaya koymaktadır. Diarmaid (2011) ise Obama'nın sosyal medya kullanımında öngördüğü stratejilerin ana hatlarını şu şekilde çizmiştir:

- Siyasi kimliğin inşası: Rakipleriyle kıyaslandığında Obama'nın genel seçmen portföyündeki bilinirliği oldukça düşüktü. Bu yüzden, kimliğinin farkındalığını düşük maliyetle artırmada tercihini sosyal medyadan yana kullanmıştır.
- MyBarackObama.com (MyBO): Kişiselleştirme yoluyla profil oluşturulabilen sitede, arkadaş listesi kurma ve blog yazma olanaklarının yanı sıra gruplara dahil olma, kaynak yaratma (para toplama) etkinliklerine katılma ve etkinlik organize etme gibi opsiyonlar da bulunmaktaydı. Sosyal ağlardaki kullanıcıların bir araya geldiği MyBO, Obama'nın seçim stratejisindeki temel araçlardan biri olmuştur. Bu arada 2008 Haziran ayı itibariyle MyBarackObama.com'un dünya çapında 15 milyon üyesinin bulunduğunu belirtmek gerekir. Castells'e göre bu rakam Obama'nın cazibesinin ABD sınırları dışına taşıdığını göstermesi bakımından önemlidir (Castells, 2009: 382).
- Birden fazla platformda bulunmak: Obama, tek bir platforma bağlı kalmak yerine, belli gruplara hitap eden daha küçük çaplı siteler de dahil olmak üzere çok sayıda sosyal ağda kendini göstermiştir.
- Bağış: Obama, kendini gösterdiği her bir platformda bağış için ayrı bir *widget*⁶ buldurmak suretiyle yaklaşık 500 milyon dolar toplamıştır. Yapılan İnternet bağışlarının sayısı 6.5 milyondur (The Washington Post, 2008).
- Katılım: Farkındalık yaratmak ve katılımı artırmak üzerine kurulu olan seçim stratejisiyle 13 milyon eposta adresine 1 milyar eposta gönderilerek geniş kitlelere ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu yöntem, sosyal medyanın sınırları dışında yer almakla beraber, onu destekler niteliktedir.

Barack Obama'nın ABD başkanlık seçimlerinde gösterdiği başarı, sosyal ağların viral⁷ gücüne dayanmaktadır (Gurevitch vd., 2009: 168). 2008 yılı genelinde demokrat seçmen

⁶ Widget bir platform üzerinde bütünleşik çalışarak o platforma ekstra özellik katan "küçük" araçlara denir. Bu platform bir web sayfası veya widget motoru denilen alt yapı olabilir. İster web sayfanızda, ister masaüstünüzde, ister bir programın içinde widget ekleyerek bunda olmayan özellikleri ekleyebilirsiniz. Bir widget kendi başına çalışabilir. Widgetlar genel amaç yerine özel amaçlar doğrultusunda çalışır. Örneğin bir RSS okuyucusu, hava durumu monitörü, takvim, hesap makinesi, video yayını gibi. Bazı widgetlara parametre girerek özelleştirmek mümkündür. (<http://www.yararlibilgiler.net/widget-nedir/>, Erişim tarihi: 25 Şubat 2012).

⁷ "Viral", kullanıcıların kendi aralarındaki paylaşımlarıyla yaygınlık kazanan İnternet içerikleri için kullanılan bir tanımlamadır. İçeriğin dağıtımı, bir kullanıcıdan diğer kullanıcıya yapıldığından, "virüsle ilgili olan, virüsten kaynaklanan" anlamındaki "viral" ifadesi kullanılmaktadır. (Bkz.

kitlesinin siyasi amaçlı İnternet kullanımı diğer siyasi kampanyaların destekçilerine göre daha fazladır (Castells, 2009: 390). Ancak burada asıl olan İnternet ve sosyal medyanın ne kadar kullanıldığı değil, nasıl kullanıldığıdır. Castells'e (2009: 386) göre Obama kampanyasının yarattığı etki, bundan yarım yüzyıl önce Saul Alinsky tarafından detaylandırılan klasik Amerikan topluluk organize etme yöntemini İnternet'e uyarlayabilmesinden kaynaklanmaktadır. Bu da iki önemli faktörün bir araya gelmesiyle gerçekleştirilmiştir: Bunlardan ilki, bağış ve veri toplama mekanizmalarının merkezileştirilmesi, ikincisi ise, harekete geçirme taktiklerinin yerleştirilmesidir (Castells, 2009: 393). Söz konusu faktörlerin seçmen takip sistemini güçlendirdiği ve harekete geçirme kabiliyetini artırdığı söylenebilir. Her birey/seçmen, "kişisel kitlevi iletişim"⁸ (*self-mess* communication) işini de gönüllü üstlenmiştir. Castells'e göre kitlesel "öz-iletişim teknolojisinin gelişimi de kendi kültürümüzün bireysel özerkliği ve toplumsal aktörün kendisini yapılandırma projesine vurgu yapan bir kültürün bir ürünüdür" (2012: 26). Castells ayrıca şu vurguyu da yapar: "toplumsal değişim için uğraşan aktörler, çoğunlukla İnternet platformunu anaakım medyanın enformasyon gündemini etkilemenin yolu olarak kullanmaktadır ve politik seçkinler siyasal yelpazenin tümünde giderek artan bir şekilde kitlesel öz-iletişim yöntem ve araçlarını kullanmaktadırlar. Çünkü onların herhangi bir materyali yaymak konusundaki esneklikleri, hızlı hareket etme kabiliyetleri ve dizginsiz kapasiteleri, özellikle gerçek zamanlı medya politikalarını uygulamaları ile yakından ilgilidir" (2012: 29). Bu noktada kişisel kitlevi iletişimin Türkiye'de de yakın dönemde seçim kampanyalarında siyasi aktörler tarafından daha farkında kullanılabileceğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Oy topladığı kesimin demografik özellikleri göz önüne alındığında, Obama'nın ABD'deki 30 yaş altı nüfusun %66'sı tarafından desteklendiği görülmektedir. İnternet'in bu yaş aralığında yer alan nüfus tarafından daha yüksek oranda kullanıldığını düşünürsek, seçim öncesinde uygulanan sosyal medya stratejisinin önemi ortaya çıkar. Elbette, seçimlerin sonucu sadece ve sadece sosyal medya stratejilerine bağlı değildir. Oy verme ediminde belirleyici olan etkenlerin sayısı çok fazladır. Sosyal medya, bu etkenler içinde – belli bir öneme sahip olmakla beraber – sadece bir değişkeni temsil eder. Öte yandan, yakın geçmişe ait göstergeler, günümüze kıyasla çok farklıdır. Örneğin, Mart 2012 itibarıyla 800 milyonu aşan Facebook

http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5168d0171eff04.39464721 ve https://tr.wikipedia.org/wiki/Viral_reklam, Erişim tarihi: 10 Nisan 2013).

⁸ "Kişisel kitlevi iletişim", Türkçeye "kitlesel öz-iletişim" olarak da çevrilmektedir.

kullanıcılarının sayısı, bahsi geçen dönemde 100 milyon dolaylarındadır (Internet World Stats). Buradan hareketle, siyasal kampanya tasarımında sosyal medya ortamlarının öneminin arttığına dikkat çekmek gerekir.

Gurevitch ve diğerlerinin (2009: 164) belirttiği üzere, 1960'larda başlayan televizyon-siyaset ilişkisi hâlen hüküm sürmekte, ancak yayın-merkezli siyasal iletişim modelinin sayısal çağdaki önceliği baskı altında bulunmaktadır. Bu ortamda siyasi enformasyonun temel kaynağı olan geleneksel haber medyasının gün geçtikçe daha az bilgilendirici hâle geldiğini söyleyen Davis'e (2010: 746, 757) göre ana akım haber medyası – içinde bulunduğu yapısal durum gereği – gelecekte siyasi gelişmelere gündeminde daha az yer ayıracak ve ortaya çıkan boşluğu İnternet platformları ile forumlar dolduracaktır. Seçimler için yapılan medya harcamalarında halihazırda geleneksel medyanın ağırlığı hissedilse de, Obama örneğinde görüldüğü üzere, İnternet'in payı artmaktadır. Kitleleri örgütlemedeki rolü göz önüne alındığında, genel perspektifte İnternet, özelde ise sosyal medya ortamları siyasilerin daha fazla ilgisine maruz kalmaktadır.

Günümüzde aktivistler ve diğer gözlemciler için her zamankinden daha fazla siyasi enformasyon mevcuttur. Bu ortamda parti üyeleri, gazeteciler ve İnternet ortamında aktif olmak isteyen diğerleri için geleneksel haber medyası ve partilerin öngördüğü iletişim alanlarının engelleri ortadan kalkmaktadır (Davis, 2010: 756). Siyasi kurum ve parti liderlerinin perspektifinde de seçmen ile bir araya gelmenin yolları çeşitlenmektedir.

Siyasi parti ve liderlerinin İnternet ortamlarında varlık göstermelerinin temeli, her şeyden önce seçmen tabanını genişletme çabasına dayanır. İnternet'in bir çekme teknolojisi (*pull technology*) olduğu göz önüne alındığında, geleneksel web sitelerinin bu amaca hizmet etmekte yetersiz kaldığı anlaşılabilir (Ward ve Gibson, 2009: 29). Potansiyel seçmenin halihazırda toplandığı sosyal ağlar ise, siyasetin temel araçlarından biri olarak önem kazanmaya devam etmektedir.

PEW İnternet Araştırma Merkezi'nin "Social Media and Political Engagement" adlı raporunun⁹ sonuçları oldukça ilgi çekicidir. Bu rapora göre, toplumsal paylaşım ağlarındaki politika içerikli materyaller ve kampanyalar, pek çok kullanıcının görüşlerini ve politik

⁹ <http://pewinternet.org/Reports/2012/Political-engagement.aspx> (Erişim tarihi: 31 Mart 2013).

etkinliklerini etkilemede mütevazı bir role sahiptir. Ancak ABD Başkanlık seçimlerinde Demokratlar ve Liberaller büyük çoğunlukla bu ağların siyasal iletişim sürecine olumlu etkisinin olduğunu düşünmektedir. 2012 Başkanlık Seçimlerinde hem Barack Obama hem de Mitt Romney, toplumsal paylaşım ağlarını seçmen çekmek için kullanmışlardır. Toplumsal paylaşım ağlarının kullanıcılarına bu ortamların çeşitli politik etkinlikler için faydası veyahut oynadığı rol sorulduğunda şu saptamalara ulaşılmıştır:

- Toplumsal paylaşım ağlarının kullanıcılarının %36'sı bu ortamların *politik haberleri takip etmelerinde* “çok önemli” olduklarını veya “önemli” olduğunu söylemektedir.
- Toplumsal paylaşım ağlarının kullanıcılarının %26'sı bu ortamların *kendileri için önemli olan politik meselelerle ilgileyecek insan kazanma adına* “çok önemli” olduklarını veya “önemli” olduğunu söylemektedir.
- Toplumsal paylaşım ağlarının kullanıcılarının %25'i bu ortamların *politik meseleleri diğerleriyle tartışma açısından* “çok önemli” olduklarını veya “önemli” olduğunu söylemektedir.
- Toplumsal paylaşım ağlarının kullanıcılarının %25'i bu ortamların *önemli politik olaylar hakkında kendi görüşlerini paylaşan insanları bulmaları açısından* “çok önemli” olduklarını veya “önemli” olduğunu söylemektedir.

Bu raporun sonucunda ise, sosyal medya ve siyasal katılım konusunda şu saptamalar yapılmıştır:

- Toplumsal paylaşım ağlarının kullanımı bazen politik görüşlerin ve katılımın değişiminde etki sahibi olmaktadır;
- Toplumsal paylaşım ağlarında paylaşılan politik malzemenin sayısı görece azdır;
- Politikayla daha ilgili olan kullanıcılar toplumsal paylaşım ağlarından daha çok etkilenmektedir;
- Demokrat partililer, Cumhuriyetçiler ve Bağımsızlarla kıyaslandığında, toplumsal paylaşım ağlarının öneminin daha fazla olduğuna inanmaktadır;
- Toplumsal paylaşım ağlarında kullanan Afro-Amerikalılar ve genç yetişkinler toplumsal paylaşım ağlarında önemine daha çok inanmaktadır.
- Demokratlar ve Liberaller toplumsal paylaşım ağlarındaki etkileşim dolayısıyla olaylara daha çok dahil olduklarını söylemektedir;
- Aileleriyle ve arkadaşlarıyla politika hakkında konuşan insanların toplumsal paylaşım ağlarında politika içerikli paylaşım yapma olasılıkları daha yüksektir;

- Politika hakkında daha çok konuşan insanların toplumsal paylaşım ağlarının politik aktiviteler açısından önemli olduğunu söyleme olasılıkları daha yüksektir;
- Politikadan çokça bahseden insanların toplumsal paylaşım ağlarının kendilerinin politik etkinliklere dahil olmalarında etkili olduğunu söyleme olasılığı olasılıkları daha yüksektir.

1.3. Türkiye’de Siyasal İletişim Sürecinde ve Seçimlerde Sosyal Medyanın Kullanılması

Türkiye’de yeni medya ortamlarının siyasal iletişim sürecinde kullanılmasını irdeleyen sınırlı sayıda özgün çalışma vardır. Bu çalışmalarda ise, alanyazına şu saptamalarda ve katkılarda bulunulmuştur:

Hasret Aktaş’ın *Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak İnternet* (2004) adlı çalışmasında ise, 3 Kasım 2002 Erken Genel Seçimleri’nde siyasi partilerin İnternet sitelerini siyasal iletişim aracı olarak kullanma pratiklerini incelemektedir. Aktaş, Kasım 2002 Erken Genel Seçimler’inde, Genç Parti’nin Telsim abonelerine gönderilen seçim kampanyası SMS’lerinin yanı sıra Yahoo portalına da reklam verdiğini belirtir (179). Aktaş, siyasi partilerin İnternet ortamını kullanmalarının avantajlarını çalışmasında sıralar: seçmenlere mümkün olan her ortam ve zaman diliminde iletim kurabilme; en ucuz ve en hızlı iletişim aracı olmasından dolayı seçmenle en az maliyetle en hızlı şekilde iletişim kurabilme (219). Aktaş, çalışmasında siyasi partilerin resmi İnternet sitelerinin kısmi içerik çözümlemesini de yapmıştır. Aşağıdan yukarıya iletişim olarak değerlendirdiği ortamın etkileşimsellik özelliğinin incelenmesinde, Adalet ve Kalkınma Partisi’nin bu konuda diğer partilere göre daha başarılı olduğunu saptamıştır (250). Aktaş’ın çalışmasını yaptığı dönemde, aşağıdan yukarı iletişim özelliğinin kullanılmasında en başarısız parti Cumhuriyet Halk Partisi’dir (251). Aşağıdan yukarı iletişim özelliğini başarı ile kullanamayan bir diğer parti de Milliyetçi Hareket Partisi’dir (254). Seçim kampanyası iletişiminde ise en başarılı İnternet siteleri Anavatan Partisi ile Adalet ve Kalkınma Partisi’nindir (267). Aktaş’a göre, İnternet’in siyasi partiler tarafından kullanılmasının en büyük faydası, anaakım medyanın habercilik tekeli kırmasıdır. Aktaş’ın önerisi siyasi partilerin seçim kampanyalarında İnternet kullanımlarına ilişkin profesyonel uzman desteği almalarının gerekli olduğudur.

Rabia Karakaya Polat, “The Internet and Political Participation: Exploring the Explanatory Links” (2005) adlı çalışmasında İnternet’in kamusal alanın sınırlarını genişletip genişletmediği, veya sanal bir kamusal alan yaratıp yaratmadığı sorusu ile böyle bir sürecin siyasi katılımın derecesini ve yöntemini nasıl etkilediğini sorgulamıştır (2005: 448). Karakaya Polat, Habermas’ın kamusal alanı tanımlayan ölçütlerden yola çıkarak İnternet’in kamusal alanın sınırlarını genişletme potansiyelinin eşitsiz dağılım/erişim, olanakları, büyük oranda parçalanmış yapısı ve gittikçe artan ticarileşme nedeniyle sınırlı olduğunu sonucuna varmaktadır (450).

Günseli Bayraktutan-Sütcü “İktidarın Müzelerinin Sanal Uzamdaki Varlığı Üzerinden Siyasal İletişimi Yeniden Düşünmek” adlı çalışmasında yurttaş için katılımcı bir demokrasi temelinde çeşitli olanaklara sahip İnternet’in, siyasi partiler tarafından bir tür kitle iletişim aracı olarak kullanılmakta olduğunu belirtir (Bayraktutan-Sütcü, 2007: 71-96). Bayraktutan-Sütcü, siyasi partilerin web sitelerinin parti örgütleri tarafından etkin ve katılımcılığı destekleyen bir şekilde kullanılıp kullanılmadığını incelemektedir. Bu çalışmanın soruları şunlardır:

- Partide çalışan “e-politik cemaat” kim/kimler?
- Bunlar mekân olarak parti genel merkezini mi kullanıyorlar, yoksa başka bir örgütsel yapılanmanın içerisinde mi?
- Sayfaları tasarlayanların partiyle ilişkileri ne düzeydedir?
- Sayfa ne kadar sürede güncelleniyor?
- Kullanılacak başlıklara ve haberlere kim karar veriyor?
- Sayfanın maliyeti ne kadar, maliyeti yükselten başlıklar nelerdir?
- Çoklu medya neden var/ yok?
- Sayfanın amacı ne?
- Kaç kişilik bir ekip bu sayfayı hazırlamaktadır?
- Üyelerle ilişkiler/ üyelerin İnternet sayfasını kullanımını nasıl? Bu konuda üyeler arası farklılıklar var mı?
- Parti yönetimi sayfayı kullanıyor mu?
- İnternet sayfasının parti içi iletişimde kullanılmakta mıdır?

Araştırmacı, çalışmasında web sitelerinin etkileşimsellik özelliğinin altyapı etnografisi tekniği ile saptamasının yanı sıra, web sitelerinin adminleri ile de görüşme yapmıştır. Bayraktutan-

Sütcü'nün çalışması 2007 yılında –ki o yılda da Türkiye’de Genel Seçimler olduğunu anımsayacak olursak- Adalet ve Kalkınma Partisi’nin yeni medya ortamlarının siyasal iletişim süreç ve uygulamalarında kullanımına önem verdiğini göstermektedir. Bayraktutan-Sütcü, “İnternet kullanımı tek başına değerlendirildiğinde ise, ortamın çoğunlukla örgüt içi iletişimde kolaylaştırıcı olarak kullanıldığı dikkat çekmektedir. Örgütün dışına dönük iletişimde ise çoğunlukla liderin varlığında bedenleşmiş parti görüş ve politikaları aktarılmaktadır” (2007: 91) saptamasında bulunmaktadır.

Onur Öksüz ve Elif Turan Yıldız, “Siyasal İletişimde İnternet Kullanımı: “Türkiye ve ABD’deki Siyasal Partilerin Web Sitelerinin Karşılaştırmalı Analizi” (2004) adlı çalışmalarında İnternet’in siyasal amaçlı kullanımının, siyasal iletişim çalışmaları alanında - gerek siyasal iletişim kampanyalarının planlanması gerekse hedef kitle yönelimleri açısından- önemli dönüşümlere yol açtığını belirtmektedir (2004). Bu dönüşümlerden biri siyasi partilerin resmi web sitelerinin yanı sıra, gençler tarafından yoğun bir şekilde kullanılan Facebook gibi toplumsal paylaşım ağlarında resmi veya gayri resmi grupların kurulması olmuştur. Öksüz ve Yıldız siyasi partiler için yeni medya ortamında varolmanın anlamı şöyle özetlemektedirler: “Siyasi partilerin aracı olmadan haber gündemini kontrol edebildikleri ve kendilerini daha iyi sunabildikleri bu yeni sofistike medya ortamı, siyasal partiler ve seçmenleri arasındaki iletişim eksikliğini büyük ölçüde gidermekte ve siyasal parti üyeliklerinde gözle görülür bir artış sağlamaktadır. Ayrıca mesajların daha büyük hedef kitlelere ulaştırılması, yaygın ve hızlı bir finanssal destek sağlaması açısından da yeni imkânlar sunmaktadır” (2004: 994). Dolayısıyla günümüzde siyasal partilerin, daha çok seçmene ulaşmak amacıyla İnternet’i etkin kullandığı ve hatta daha çok gençler tarafından sıklıkla kullanılan Youtube ve Facebook gibi sitelere yöneldikleri görülmektedir. Öksüz ve Turan Yıldız’ın siyasi partilerin İnternet kullanımıyla ilgili iddialarından biri de siyasi partilerin web tabanlı iletişime yönelmelerinin ardında, profesyonel bir izlenim bırakmak ve modern görünmek isteklerinin önemli rolü olduğudur (994). Bu çerçevede, Facebook ortamındaki Türkiye kökenli siyasal örgütlenme pratiklerine bakıldığında, oldukça dikkat çeken bir şekilde bu ortamdaki siyasi parti veya taraftar/sempatizan örgütlenmelerinin arttığı görülmektedir.

Toprak ve arkadaşlarının çalışmasında (2009) siyasal partilerin adlarından yola çıkarak, Facebook ortamında 2009 yazında yapılan “tüm sonuçlar”da yapılan aramalarda elde edilen

veriler değerlendirilmeye çalışılmıştır. “Tüm sonuçlar” üzerinden parti adları temelli yapılan aramalarda doğrudan partiyle ilgili olanların haricinde, bazen, farklı şahıs ve grup sayfalarının da sonuç bölümünde listelendiği görülmüştür. Bunun nedeni, aranılan siyasi partinin adının, Facebook’ta açılan diğer hesapların açıklama metninde ifade edilmesinden veya yer almasından kaynaklanmaktadır. Siyasi partiler içerisinde bu tarama tarihinde Adalet ve Kalkınma Partisi adına açılan 500’ün üzerinde grup olduğu görülmüştür. Bunların arasında her ne kadar, partiye muhalif görüşte gruplar yer alsada, varolan grupların çoğunun partinin söylemsel pratiklerini ve siyasi uygulamalarını destekler nitelikte olduğu görülmüştür. Resmi olarak da Adalet ve Kalkınma Partisi’nin Facebook ortamında bir hesabı bulunmaktadır. Ancak hesabın “bilgiler” bölümünde partinin iç tüzüğüne ve grup sayfası üzerinden de partinin web bağlantısına ulaşılmaktadır. Adalet ve Kalkınma Partisi’nin arama sonuçlarında en fazla üyeliği (11.494) olan grubun duvar yazısına 1468 adet not düşülmüştür. Facebook’ta “Saadet Partisi’nin Gençlik Kolları”yla ilgili yapılan tarama sonucunda, 36 tane grup olduğu bu çalışmada saptanmıştır. Tarama neticesinde aynı zamanda en fazla üyeye sahip olan “Saadet Partisi Gençlik Kolları Facebook Teşkilatı” isimli grubun Facebook ortamında gerçekleştirdiği örgütlenme pratiği de dikkat çekicidir. Grubun sayfasında yer alan açıklama bölümünde şu ifadeler yer verilmiştir: “Saadet Partimizin İnternet’teki bir online teşkilatını da burada oluşturmuş bulunmaktayız. Hayırlı olsun. Facebook’da tüm milli görüşlüyüm diyen tüm dünya müslümanlarını grubumuza bekliyoruz. Facebook aracılığıyla çokluğumuzu bir kez daha tüm dünyaya gösterelim.” Cumhuriyet Halk Partisi’nin Facebook taramasında tür tanımlaması olarak “resmi” ibareli grubu, aynı zamanda en fazla üye sayısına da sahiptir (62.331 kişi/üye) (Toprak vd., 2009).

“Civicweb: İnternet, gençlik ve sivil/politik katılım” (www.civicweb.eu) başlıklı proje kapsamında siyasi parti bilişim yöneticileriyle gerçekleştirilen derinlemesine yarı-yapılandırılmış görüşmeler sırasında (2007-2008), 2002 Genel Seçimleri’ne katılan siyasi partilerin bu seçimlerin 3 ay kadar öncesinde parti sitelerini güncellediği ve görsel tasarımlarını da yeniledikleri vurgulanmıştır. Ancak o dönemde e-broşür niteliği taşıyan bu siteler parti mevzuatı, gündemi, genel başkan’ın ulusa seslenişi ve parti kollarının örgüt

şeması gibi bilgileri içermektedir. Seçmenlerden gelen yorumlar ciddi moderasyona tabi tutulup çok az sayıda yoruma yer verilmektedir¹⁰.

2007 Genel Seçimleri öncesinde, laiklik, terör ve demokrasi tartışmaları yeni bir genç sivil ve politik söylemin gelişmesine yol açmıştır. Milletvekili seçilme yaşının 25'e düşürülmesiyle ilgili tartışmalar neredeyse yarım yüzyıldır siyasi partilerin gündeminde olmasına karşın, gerekli yasal düzenlemeler yapılmamıştır. Ekim 2006'da Kanun Parlamento tarafından onaylandı. Bu gençlerin üç ay boyunca sistemli bir şekilde bilişim teknolojileri desteğiyle örgütlenmesi ve kampanya yürütmesi sayesinde edinilen bir başarıydı (Telli-Aydemir ve Apak, 2007). Bu örgütlenmenin farkında olan siyasi partiler, gençlik kollarını mobilize ederek, sanal topluluklar, forumlar, çeşitli sözlüklerde, haber ve eğlence portallarında verilen reklamlar, podcast'ler ve bloglar aracılığıyla yoğun seçmen etkileşimli bir seçim kampanyası yürüttüler. Özellikle 2007 Genel Seçimleri'nde siyasi partiler tarafından parti etkinliklerinin ve özellikle lider mitinglerinin duyurulması, basın açıklamalarının yüklenmesi ile sürekli-düzenli güncellemelerle web 1.0 ortamının etkin bir şekilde kullanılmaya çalışıldığını söyleyebiliriz. 2007 Genel Seçimleri'nde AKP'nin siyasal iletişim stratejisi içerisinde web 1.0 ortamının planlanmasının da yer aldığı bilinmektedir. Aysel Aziz de benzer mecralarda kullanım örneği olarak "İnternet ortamında hem bilgilendirme, hem de seçmen tutum ve davranışını etkileme amacı ile doğrudan reklam yapılmıştır, Genç Partinin uygulamasında olduğu gibi, *Yahoo* gibi yabancı haber portallarına partinin reklâmı verilmiş, ayrıca mobil telefonlara kısa mesajlar (SMS) geçilerek partilerin reklamları yapılmıştır" saptamasında bulunmaktadır (2011: 175).

2009 Yerel Seçimlerinde siyasi partilerin gençlik kollarının özellikle Facebook gibi toplumsal paylaşım ağını parti politikasını anlatmak ve etkinlikleri duyurmak için yoğun olarak kullandığı, bazı belediye başkan adaylarının da Facebook duvarından seçmenine seslenmeyi seçtiği görülmüştür. 2011 Genel Seçimleri'nde de siyasi partilerin ve liderlerin sosyal medya ortamlarını daha yoğun kullanacağı bu izlekte öngörülmüştür. Türkiye'nin 2008 yılı itibarıyla Facebook'u en çok kullanan 4. ülke olması¹¹, TBMM'deki partilerin bu arayüzde yüzlerce

¹⁰Bkz. D13 report. "The Production of Civic websites for young people": <http://www.civicweb.eu/images/stories/reports/civicwebwp74thnovemberproducerreportfinal.pdf>. Erişim tarihi: 21 Şubat 2011. Ayrıca Bu projenin bulgularının da yer aldığı ilgili bir yayın için bakınız: *Katılımın E Hali: Gençlerin Sanal Alemi* (Der. Aslı Telli Aydemir) (2011). <http://ekitap.alternatifbilisim.org/katilimin-e-hali.html>

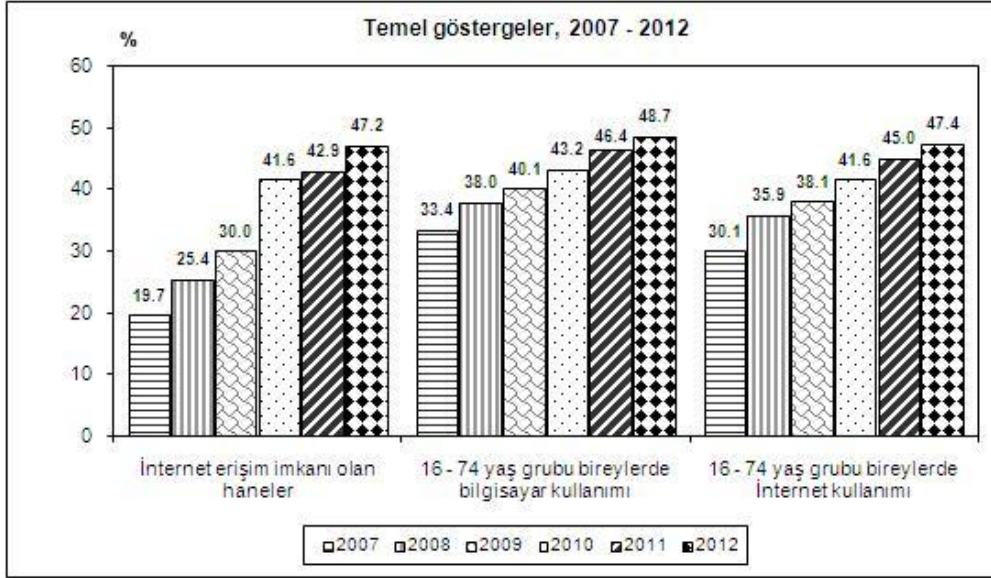
¹¹ <http://www.internetworldstats.com/europa2.htm>. Erişim tarihi: 21 Şubat 2011

sayfa ve grup açmış olmasına da neden olmuştur. 2009-2010 itibariyle ise Türkiye’de Twitter yaygınlık kazanmış ve özellikle dijital okuryazarlığı yüksek görece genç milletvekilleri Twitter hesapları üzerinden binlerce takipçi edinmişlerdir. Son birkaç aydır; özellikle seçimlerin yaklaşmasından dolayı, siyasi parti liderleri¹² de Twitter’ı aktif olarak kullanmaya başlamışlardır.

Bu noktada İnternet’in en büyük video paylaşım sitesi olan *Youtube*’un da siyasi propaganda veya siyasi kampanya başlığı altında Türkiye’den de gitgide daha fazla videoyu dolaşıma soktuğunu belirtelim. Ecem Engin’in *Birgün* gazetesinde 5 Temmuz 2007’de yayınlanan (2007: 5) haberine göre, 2007 Genel Seçimleri’nde siyasi partiler YouTube’u propaganda amaçlı kullanmışlardır. Bu habere göre Youtube’da CHP ve adayları ile ilgili 4 bine yakın, AKP’yi konu alan 3 bine yakın (anti propaganda nitelikliler de dahil olmak üzere), Milliyetçi Hareket Partisi ve Saadet Partisi’nin 1000’e yakın, İşçi Partisi’nin 600, Genç Parti’nin 400, Demokrat Parti’nin 300’e yakın video paylaşımı bulunmaktadır. 2010 yılından bu yana özellikle Cumhuriyet Halk Partisi Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu ile Milliyetçi Hareket Partisi Genel Başkanı Devlet Bahçeli Twitter hesaplarından seçmenlerine 140 harfle o günün gündeminde yer alan toplumsal, siyasal, ekonomik ve kültürel olaylarla ve sorunlarla ilgili kanılarını iletmektedir. Bu iletilerin özellikle genç kullanıcılar tarafından takip edildiği gözlemlenmektedir.

¹² Abdullah Gül, Kemal Kılıçdaroğlu, Devlet Bahçeli, Süheyl Batum ve Bülent Arınç Twitter hesaplarıyla ilgili bkz. <http://www.ntvmsnbc.com/id/25150410/>; http://www.gazeteport.com.tr/SIYASET/NEWS/GP_849449. Erişim tarihi: 19 Şubat 2011.

Tablo 2. Türkiye’de İnternet erişimi ve kullanımına yönelik 2007-2012 yıllarını kapsayan TÜİK verileri¹³



Ertuğrul Acar’a göre sosyal medyanın gerçek anlamda etkili olduğu ilk seçim 12 Haziran 2011 Genel Seçimleri’dir (2012: 259). Acar, 2007 Genel Seçimleri’ne dair yaptığı değerlendirmede ise sosyal medya araçlarının bugünkü kadar yaygın olmamasına (Facebook, Twitter vb.) ve seçim dönemine de denk gelen YouTube erişim yasağına vurgu yapmaktadır (2012: 260). Acar 2007 Genel Seçimleri’ne ilişkin değerlendirmesinde Bayraktutan 2011’den aktararak şunu ifade etmektedir: “22 Temmuz Genel Seçimleri’nde siyasi partilerin web sayfaları adeta birer elektronik broşür olarak işlemekteydi ve bugün sosyal medyanın en önemli gücü olarak değerlendirilen ‘etkileşimsellik’ten uzak bir görünüm sergilemekteydi” (2012: 260).

2011 Genel Seçimleri öncesi hem siyasi partilerin hem de adayların sosyal medyada varlık göstermeye başladıklarını söylemek mümkündür. Acar, çalışmasında siyasi partilerin sosyal medya kullanım pratiklerini özetlemiştir. Acar’ın çalışmasında da sunulduğu üzere AKP’nin resmi web sitesi üzerinden çeşitli başlıklar altında icraatlarının anlatıldığı sayfalar, video kanalları, adayların tanıtıldığı sayfalar mevcuttur (www.akicraatlar.com, www.akhedefler.com, www.akkanal.com.tr gibi) (2012: 261). AKP’nin Facebook hesabı, Acar’ın deyimiyle “merkez üssü” [www.facebook.com/ Recep-TayyipErdoğan](http://www.facebook.com/Recep-TayyipErdoğan) adresiydi (2012: 262). AKP’nin sosyal medyaya yönelik çeşitli projeleri de söz konusudur. Acar’ın

¹³ <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=10880> Erişim tarihi: 05 Nisan 2013.

çalışmasında da vurgulanan “Slogan Benim” ve “Ödüllü Blog Yarışması” Facebook üzerinden de duyurulmuştur ve partinin Facebook sayfasında yüksek beğeni sayısı elde etmiştir (2012: 262). Bu çalışmalara yönelik vurgu ve önem bu proje kapsamında AKP Gençlik Kolları’nda yaptığımız görüşmelerde de sıklıkla ifade edilmiş ve etkileşimin çevrimiçi ortamdan çevrimdışına taşınmasında önemli bir araç olarak kullanıldığı vurgulanmıştır. Örneğin Türk Dış Politikası konulu blog yarışması birincisi Yusuf Yerkele daha sonra Başbakanlık Müşaviri, Özel Kalem Müdür Yardımcısı olarak çalışmaya başlamıştır¹⁴. Acar, sosyal medya ve 2011 Genel Seçimleri bağlamında parti teşkilatlarında çalışan partililer haricinde tam da mecranın doğasına uygun biçimde sempati duyan kullanıcıların da bu ortam ve araçlar üzerinden siyasi iletişim sürecine dâhil olmalarına da vurgu yapmakta ve çeşitli örnekler vermektedir: “...12 Haziran seçim sürecinde siyasi görüş belirtme adına parti gönüllüleri çeşitli faaliyetlerini sosyal medya üzerinden yürütmüşlerdir. Bunların içinde en dikkat çekici olanlardan biri 20 Mayıs 2011 tarihinde başlatılan #akpyeoyvermeyeceğim kampanyasıdır ve eylem, sosyal medyada günün konusu (topic) haline gelmiştir. Bu eylemden hemen bir gün sonra, yani 21 Mayıs 2011 tarihinde başlayan #akpartiyeoyvereceğim konusu gündeme gelmiş, bu sefer de karşıt olan bu kampanya Twitter listesinin konu sıralamasında en üste yerleşmiştir” (Acar, 2012: 262).

Acar, çalışmasında Cumhuriyet Halk Partisi’ni de incelemiştir ve bu partinin seçim dönemi çalışmalarını şu şekilde özetlemiştir: “Resmi sitesi haricinde CHP, seçim için üç site daha açmıştır: Partinin vaatlerinin sıralandığı www.41sozveriyoruz.com; sosyal medyayla bütünleştirilen bir tartışma platformu olan www.seffafsayfa.org ve AK Parti’nin icraatlarının eleştirildiği www.dokuzyilinfaturasi.com adlı site” (Acar, 2012: 263).¹⁵

CHP’nin sosyal medya ortamlarında, özellikle Facebook’ta partiyi temsil eden birden fazla hesap açtığı görülmektedir: “CHP Halkla İlişkiler”, “Kemal Kılıçdaroğlu”, “Sakin Gücüz”, “Herkes için CHP” ve “CHP TV” gibi (Acar, 2012: 264). Twitter üzerindeki CHP ile ilgili

¹⁴ Yusuf Yerkele’in sosyal medya dolayımı “keşif ve yükselme” öyküsünün özellikle AKP Gençlik Teşkilatı içerisinde oldukça pozitif bir kavrayışla anlatılmasına birkaç kez tanık olunmuştur. Ayrıca yine görüşmeler sonucunda edinilen izlenim de şudur ki Yerkele’in kariyer öyküsü AKP’nin sosyal medyayı insan kaynağı olarak kullanma konusunda tek öykü değildir, benzer biçimde genel merkez teşkilatı içerisinde çalışan başka isimler de görüşmelerde telaffuz edilmiştir.

¹⁵ Adalet ve Kalkınma Partisi için iki tür kısaltma benimsendiği görülmektedir. Metin boyunca AKP kısaltması kullanılacaktır, ancak farklı araştırmacılardan yararlanıldığında veyahut alıntı yapıldığında üreticinin kullandığı biçimiyle kısaltmaya dokunulmayacaktır.

hesaplara bakıldığında tablo şöyledir: “CHP’de hem partiye ait bir resmi Twitter hesabı (@CHP_online) hem de Kemal Kılıçdaroğluna ait bir kişisel Twitter hesabı (@kilicdarogluk) bulunmaktaydı” (Acar, 2012: 264). CHP ile ilgili sosyal medya ortamlarında var olan içerikler incelendiğinde ise, kullanıcı türevli üretilmiş içeriklere de rastlamak mümkündür. Örneğin Youtube’da Kemal Kılıçdaroğlu’nun mitinglerde yaptığı gafların görüntüleri de popüler olurken, ‘cinemacopy’ kullanıcısı tarafından ‘Kılıçdaroğlu Gafları’ başlığıyla yüklenen videoyu 90 binin üzerinde kişi izlemiştir (www.youtube.com, 2011) (Acar, 2012: 265).

Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) ise, seçim döneminde sosyal medyayı etkili kullanabilmesini engelleyen kimi somut olumsuz deneyimler yaşamıştır. Acar’a göre, MHP’nin seçim kampanyasının İnternet’teki merkez üssü “‘Ses Ver Türkiye’ adıyla kurulan web sitesi olmuş, sitede partinin seçim çalışmalarına ayrıntılı bir biçimde yer verilirken, Genel Başkan ‘Devlet Bahçeli’nin konuşmaları’, ‘adayların tanıtımı’, ‘partinin vaatleri’ ve ‘partiye ait videolar’ yayınlanmaktaydı ve ayrıca ‘MHPTV’ adıyla bir site de yayına dahil edilmişti” (Acar, 2012: 265). Acar, MHP ile ilgili olarak seçim öncesi bazı milletvekili adaylarına ait özel yaşamın gizliliğini ihlal eden görüntülerin İnternet’te dolaşıma sokulmasının MHP’nin sosyal medya ortamlarını seçim sürecinde etkili kullanamamasına yol açtığını iddia etmektedir (2012: 266).

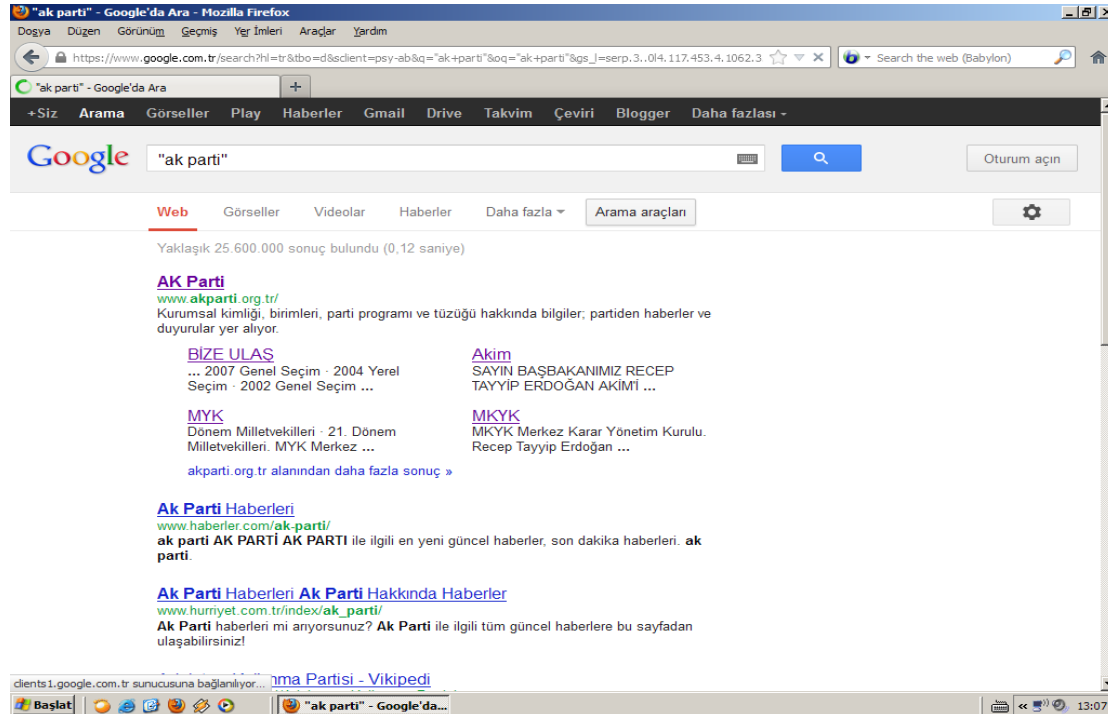
MHP’nin kurumsal Twitter hesaplarına bakıldığında liderin görünürlüğüne oldukça yüksek olduğu ortaya çıkmaktadır: “MHP’nin Twitter’daki ana taşıyıcısı Genel Başkanı Devlet Bahçeli’ydi ve Bahçeli’nin @devletbahceli adlı kişisel hesabını takip edenlerin sayısı 159 binin üstüne çıkarken, MHP’nin seçim sloganı adına açılan @sesverturkiye hesabını takip edenlerin sayısı ise dört binlerde kalmıştır (www.twitter.com, 2011) (Acar, 2012: 266). MHP liderinin bir miting konuşması seçim döneminde oldukça popüler olmuş ve özellikle kullanıcı türevli içerik konusunda yaratıcı örnekler üretilmesine neden olmuştur: “Hatta öyle ki muzip İnternet kullanıcıları ‘püskevit’ten hareketle çeşitli video klipler bile hazırladılar. Youtube’da ‘882swat’ kullanıcısının yüklediği video 112 bin 194 kişi tarafından izlendi. ‘CeMJeTSoN’ kullanıcısının yüklediği Püskevit (300 Spartalı) videosu ise 187 bin 186 kez tıklandı (www.youtube.com, 2011)” (Acar, 2012: 267).¹⁶

¹⁶ Söz konusu videoya YouTube video kanalından 22 Ocak 2013 tarihinde yeniden erişilmiştir (http://www.youtube.com/watch?v=0HBQnxjWtZs). Video 300 Spartalı isimli Hollywood yapımı bir filmin üzerine Devlet Bahçeli’nin miting konuşmasının kurgulanmasından oluşmaktadır. Bu erişimde videonun

Acar, 2011 Genel Seçimleri'nde sosyal medya kullanımı ile ilgili olarak şunu ifade etmiştir: “Herkes birer tanıtımcı, reklâmcı, hatta siyasi halkla ilişkileri yürüten konumundaydı. Facebook, Twitter, YouTube paylaşımları siyaset ve seçmenler arasındaki ilişkiyi canlı tuttu. Çok sayıda milletvekili aday, reklâm yapmanın ve seçmene ulaşmanın en etkili yolunun sosyal medya olduğunu fark etti. Milletvekillerinin bazıları seçim öncesinde de Twitter kullanıcısıyken, süreçte seçmenlere ulaşmak için yeni hesap açan milletvekili adaylarının sayısı da bir hayli yüksekti” (2012: 271).

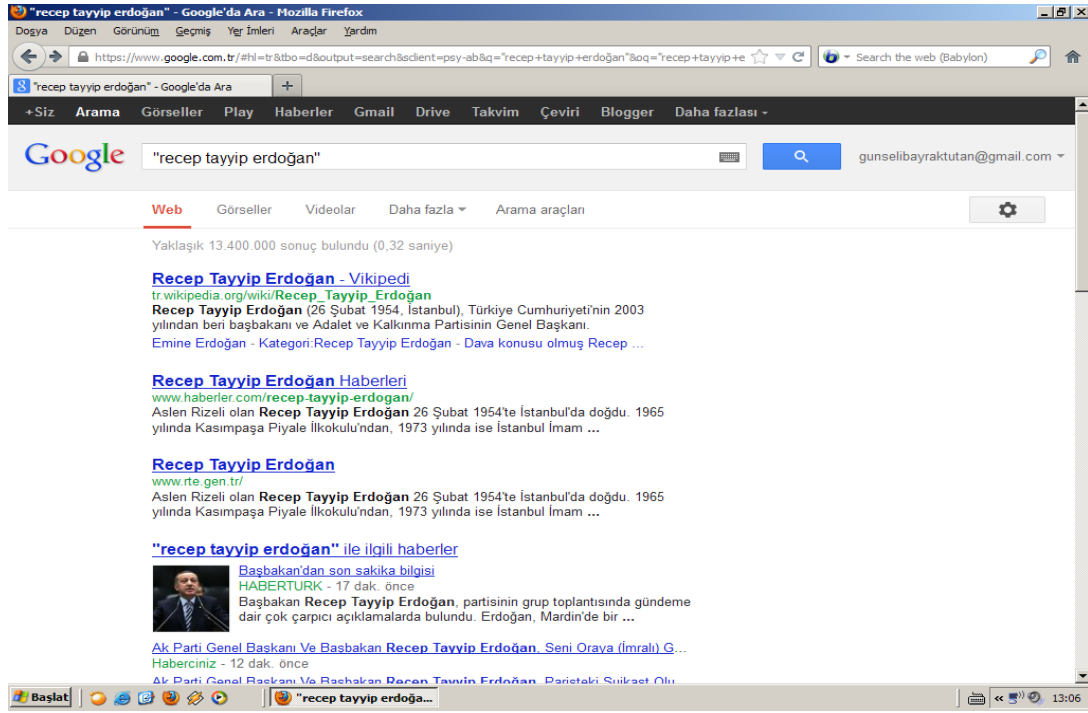
Sosyal medya ortamlarında siyasi parti ve parti lideri iki ayrı kurumsal görünüm olarak ortaya çıkar. Acar, Google aramalarında da parti liderlerinin partilerden önce olduğu saptamasını yapmaktadır, örneğin Google'da Recep Tayyip Erdoğan araması 16 milyon 800 bin sonuç verirken, AKP 3 milyon 130 bin'de kalmaktadır (2012: 267). Ancak bu tespitin teyidi için 23 Ocak 2013 tarihinde yapılan Google aramasında Recep Tayyip Erdoğan taraması 13.400.000, ‘AK Parti’ taraması ise 25.800.000 sonuç vermektedir. (Bakınız Şekil XX ve XX.)

Şekil 2. Google Arama Motorunda “Ak Parti” Anahtar Kelimeleriyle Yapılan Tarama Sonucu



yüklenildiği tarihten bu yana 685,313 kez izlendiğini ve en son 1 gün önce (21 Ocak 2013 tarihinde) yorum aldığı görülmektedir. Dolayısıyla kullanıcı türevli bu türden içerik üretimlerinin sosyal medya ortam ve araçlarında bir tür süreklilik kazandığını söylemek mümkündür.

Şekil 3. Google Arama Motorunda “Recep Tayyip Erdoğan” Anahtar Kelimeleriyle Yapılan Tarama Sonucu



Bu çalışmada ele alınan partilerden bir diğeri olan Barış ve Demokrasi Partisi 2011 Genel Seçimleri'ne bir parti çatısı altında girmemiştir. Dolayısıyla bu seçimlere bir blok çevresinde toplanan bağımsız adaylar olarak giren ve daha sonra mecliste grup oluşturan bu hareket için, diğer partilerde söz konusu olduğu gibi parti ismini içeren kurumsal herhangi bir sosyal medya kullanım pratiği söz konusu değildir. *Türkiye ve Sosyal Medya* (2012) isimli çalışmalarında Dağhan Irak ve Onur Yazıcıoğlu, 1980 sonrası medyayı etkileyen dönüşümün bir sonucu olarak Kürt siyasi hareketinin temsilcisi olarak BDP'nin ve diğer sosyalist oluşumların anaakım medyada yer alamadığını ve alternatif medya kanalları aradıklarını vurgulamışlardır (2012: 89). Irak ve Yazıcıoğlu'nun çalışması bazı olayların ve kişilerin ana akım medyada yer almaması üzerine sosyal medyanın bir tür alternatif mecra olarak kullanılmasına yönelik örnekler de sunmaktadır. Örneğin yine Uludere/Roboski Olayı ile ilgili olarak araştırmacıların sosyal medyayı geleneksel medyayla karşılaştırdıkları analizin sonucu şöyledir: “Konvansiyonel, özellikle de ana akım medyanın bu olayı aktarmakta ne kadar geç kaldığını ve tereddütlü davrandığını gösteren bir delil; Twitter, Facebook ve EkşiSözlük'te 24 saat içinde 2 bin civarı yoruma rastlanırken haber sitelerinde neredeyse hiçbirşey olmaması. İlk gün içinde baktığımız haber sitelerinde kayda değer hiçbirşey bulamazken, Habertürk'ün internet sitesinde ancak 33 yorum bulabiliyoruz” (2012: 86).

Uludere/Roboski olayının BDP ve sosyal medya gündemi ilişkisi üzerindeki önemli vurgusuna parti özelinde ileride de değinilecektir. BDP üzerinden sosyal medya ortamları kullanımına ilişkin özel bir çalışma söz konusu olmamakla birlikte, Irak ve Yazıcıoğlu'nun çalışmalarında, Kürt sosyal medya kullanıcılarının en çok rağbet gösterdikleri mecranın Facebook olduğunun gözlemlendiği belirtilmiştir (2012: 91). Facebook'un bu bakımdan tercih edilme nedeni olarak da şunları sıralamaktadırlar: "Facebook'un sayfa yapısı nedeniyle gruplaşmalara, hatta sektör yapılanmalara daha müsait oluşu, bu tip daha sert tepkilerin ifade edilebilmesi için onu daha cazip kılıyor. Örneğin Twitter, her kesimden kullanıcının birbirini takip edebildiği bir alanken Facebook'taki sayfalar, içeriğine göre çok homojen bir kitleyi barındırabiliyor" (2012: 91). Bundan ötürü, bu araştırma projesinde de Facebook söylem analizi sadece BDP üzerinden gerçekleştirilmiştir. Irak ve Yazıcıoğlu, farklı mecraların taşıdığı farklı özelliklerin, ortaya çıkardıkları söylemi de şekillendirdiğini belirtmektedir (2012: 91).

Son olarak, burada Mehmet Gökhan Genel'in sosyal medya ortamlarından Twitter'ın 2011 Genel Seçimleri'nde siyasi partiler tarafından kullanılmasını betimleyici düzeyde değerlendirdiği 2012 tarihli çalışmasının bulgusuna kısaca değinelim. Araştırmacı, "Araştırmamızın sonucunda Türk politikacılarının sosyal medyaya bigâne kalmadıkları fakat bu alanın istenilen düzeyde de kullanılmadığı saptanmıştır. Araştırmaya konu olan siyasi liderlerin teknik olarak sosyal medyayı yeterince kullanmadıkları anlaşılmaktadır. Özellikle Twitter hesaplarının takipçilerin mesajlarına kapalı olması, Liderlerin yok denecek düzeyde takip listelerinin azlığı, siyasi kampanya süreci dâhilinde sosyal medyaya çok kısa denebilecek derecede zaman ayırmaları, sosyal medyayı daha çok "demeç verme" platformu olarak görüp etkileşimden uzak durmaları dikkat çeken olumsuzluklardan bazılarıdır." saptamasını yapmaktadır (2012: 30).

Birinci Bölümde öncelikle 2011 Genel Seçimleri'nde siyasi parti liderlerinin ve siyasi partilerin sosyal medya ortamları kullanımları üzerine yapılmış çalışmaların üzerinde kapsamlı bir şekilde durulmuş, bu aşamada siyasi partiler ve liderler özelinde kısa değerlendirmeler yapılmıştır. Burada dikkat çeken husus şudur: mecranın kişisel veya kurumsal bir kullanıma uygun olmaması takipçi, hayran, beğenen, etkileşime giren sayısını da belirlemektedir. Örneğin, Twitter kişisel bir mecra olması nedeniyle 2011 Genel Seçimleri'nde siyasi partilerin kurumsal Twitter hesapları olmasına rağmen temelde liderlerin

Twitter hesapları partinin hesabından daha fazla sayıda takip edilmiştir. Dolayısıyla bir sonraki seçim sürecine yönelik olarak bu mecranın daha kişisel kullanımı beklenir bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır. Projenin diğer Bölümlerinde partiler özelinde sosyal medya kullanımlarına yönelik daha ayrıntılı tartışmalar yer almaktadır. Birinci bölümün aşağıdaki kısmında ise her parti özelinde partinin ideolojisi, ideolojik bileşenleri ile yeni medya deneyimleri web 1.0'dan web 2.0'a uzanan izlekte ele alınacaktır.

1.4. Siyasi Partiler ve Yeni Medya Deneyimleri

1.4.1. Adalet ve Kalkınma Partisi

“Yeni rejimin söylemi de üzerinde uzun uzadıya durulması gereken konulardan biri. “Demokrasi, özgürlükler, insan hakları, vesayet, statüko, jakobenizm vb.” kavramlar yeni rejimin siyasetçilerini ve organik aydınları tarafından nasıl kullanılıyor, bu kavramlar kitlelere hangi araçlarla ulaştırılıyor, kavramların içi nasıl boşaltılarak iktidarın hizmetine sunuluyor, rejim bu söylem aracılığıyla meşruluğunu nasıl sağlıyor gibi sorularda ilk akla gelen sorular olarak karşımızda duruyor. Böylelikle yeni rejim inşası ile birlikte yeni bir söylemin nasıl hakim hale geldiği ve bu söylemin unsurlarının gündelik konuşma diline nasıl tahvil edildiği gibi sorulara da bir yanıt vermek mümkün hale gelebilir” (Yaşlı, 2012: 32).

▪ Kısa Tarihçe: Kuruluştan İktidara

Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) 14 Ağustos 2002 tarihinde (www.akp.org.tr) kurulan, Milli Görüş Geleneğinden ayrılan ve kendilerini “muhafazakâr demokrat”, yeni partinin ideolojisini de “muhafazakar demokrasi” çerçevesinde tanımlayan bir kitle partisidir¹⁷.

¹⁷ Aynur Köse ve Mustafa Yılmaz'ın Seçimler ve Değerler adlı çalışmalarında açıklandığı üzere, AKP 2002 yılı seçimlerinden itibaren temiz bir siyaset, dürüst bir yönetim ve güvenilir bir iktidar vaadiyle siyaset yapmakta ve bu temelde partinin amblemi de “ışığı, aydınlığı, şeffaf yönetimi temsil eden ‘ampul’ sembolünden” yararlanılarak kurgulanmıştır. Köse ve Yılmaz'a göre AKP'nin siyasal aktörleri böylece kirli siyaset ile kendileri arasına mesafe koymakta ve partiyi de bu bağlamda “Ak Parti” olarak adlandırmaya özen göstermektedirler (2012: 289). Keza, bu metaforik adlandırma sadece adlandırma düzleminde kalmamış, parti bu kısa adını parti

Tablo 3. 1970'ten 2009'a kadar İslami partilerin program ve lider değişiklikleri. (Tuğal, 2011: 58)

PARTİ ADI	YIL	LİDERİ	PROGRAMI
MİLLİ NİZAM PARTİSİ	1970-71	ERBAKAN	MİLLİ-CEMAATÇİ KALKINMACILIK, İSLAMCILIK
MİLLİ SELAMET PARTİSİ	1972-80	ERBAKAN	MİLLİ-CEMAATÇİ KALKINMACILIK, İSLAMCILIK
REFAH PARTİSİ	1983-98	ERBAKAN	SOSYAL ADALET, PİYASA DÜZENLEMESİ, İSLAMCILIK
FAZİLET PARTİSİ	1997-2001	KUTAN	İSLAMCILIK, DEMOKRATİKLEŞME
SAADET PARTİSİ	2001-2009	KUTAN, KURTULMUŞ	İSLAMCILIK, MİLLİYETÇİLİK
ADALET VE KALKINMA PARTİSİ	2001-2009	ERDOĞAN	MUHAFAZAKÂRLIK, DEMOKRATİKLEŞME, PİYASA REFORMLARI

Pasif Devrim adlı çalışmasında Cihan Tuğal AKP'nin 2002 yılındaki başarısı için, "AK Parti yukarıda bahsedilen merkez sağ eğiliminin bir başka çeşidiydi. İktidar bloğuna taşralı tüccarların ve işadamlarının yanı sıra dindar aydınların ve profesyonellerin de dahil edilmesiyle bu bloğu genişletmeyi arzuluyor ve aynı zamanda, neo-liberal ve dünya pazarına oynayan kesimlerin de bloktaki tabi konumuna son vererek ellerini güçlendirmek istiyordu. Umut vaat eden başka bir merkez sağ seçeneğin yokluğunda, kısa süre sonra, çok sayıda merkez sağ siyasetçi, aydın ve seçmen parti saflarına katıldı. Böylece AKP Kasım 2002 seçimlerinde ezici bir zafer kazandı ve tek başına hükümet kurdu" (2011: 66) saptamasını yapmaktadır. AKP'nin 22, 23 ve 24.Dönem milletvekillerinden Ömer Çelik'de "Merkez Sağ, 'Özalizm' ve AK Parti" adlı gazete yazısında¹⁸ partinin merkez sağ konumunu şu şekilde açıklamaktadır: "AKP, çoğunlukla gençlikleri 'siyasal İslam' geleneği içinde geçmiş insanların, bu geleneğe 'set' çekerek, "muhafazakâr demokrat' bir çizgiye yürümleri ile kurdu 'ideolojisi'ni. 'Muhafazakarlık' ve 'demokratlık' arasında bir 'sentez' talep eden seçmen kitlesi de buna yoğun ilgi gösteriyor. AKP, böylece, merkez sağ'a yerleşti" (aktaran

tüzüğüyle düzenlemiştir (http://www.akparti.org.tr/site/akparti/parti-tuzugu#bolum_, Erişim tarihi: 9 Ocak 2013).

¹⁸ Yazı için bakınız: *Star*, 30 Temmuz 2002.

Taşkın, 2013: 53). Yüksel Taşkın da AKP'nin merkez sağda doğan boşluğu doldurma stratejisi izlediğini belirtmektedir (2013: 56). Bu strateji nasıl başarılı olmuştur? Pekiyi, önce 2002 yılında, ardından 2007 yılında, en nihayetinde 2011 yılında Genel Seçimleri peşi sıra kazanan AKP nasıl bir partidir? İdeolojisi, ideolojisinin bileşenleri nelerden oluşmaktadır? yönetici kadrosu ve/veya lideri kimdir? Türk siyasi yaşamına on yıldır kesintisiz egemenliği ve toplumsal, siyasal ve ekonomik yaşama ilişkin yaptığı değişimler ve düzenlemelerle¹⁹ olumlu ve/veya olumsuz damgasını vuran bu siyasi partiyi ayrıntılı olarak ele almak gereklidir.

“Sizin karşınızda siyaset adamı Tayyip Erdoğan yok, sizin karşınızda Başbakan Tayyip Erdoğan yok, sizin karşınızda AK Parti Genel Başkanı Tayyip Erdoğan da yok. Sizin karşınızda sizden biri var. Kardeşiniz, kader arkadaşınız, yol arkadaşımız, kimsesizlerin kimi, sessiz yığınların sesi bir kardeşiniz var. Recep Tayyip Erdoğan var. Biz bu yola böyle çıktık. Milletimizle konuşurken siyasetin diliyle değil, samimiyetin diliyle konuşuruz. Biz milletimizle konuşurken devletin diliyle değil, hasbiliğın, muhabbetin diliyle konuşuruz. Biz sizinle konuşurken statükonun diliyle asla konuşmayız, gönül diliyle konuşuruz” (1 Haziran 2011, Diyarbakır Mitingi, Erdoğan'dan aktaran Tığ vd. 2012: 256-257).

“Tayyip Erdoğan sizin efendiniz değil, hizmetkarınızdır; bunu böyle bilin. Biz, bu millete efendiliğe gelmedik, biz bu millete hizmetkar olmaya geldik. Bizim durumumuz bu. Çünkü biz, halka hizmetin Hakk'a hizmet olduğunu bilenlerdeniz, bu yola böyle koyulduk” (30 Nisan 2011, Muş Mitingi, Erdoğan'dan aktaran Tığ vd. 2012: 260).

Melahat Yılmaz *İlmli İslam ve Muhafazakar Demokrasi (AK PARTİ ÖRNEĞİ)* adlı yüksek lisans tez çalışmasında, “AKP bir fikir partisi değil bir lider ve kitle partisidir” (2007: 6) saptamasında bulunmaktadır. Bunun nedenini de şu şekilde açıklayabiliriz: Parti ideolojik temelini popülist sağ söylemin argümanlarıyla oluştururken, kendi seçmen kitlesini toplumsal ve kültürel zeminde muhafazakâr, ekonomik alanda ise serbest pazar ekonomisinin girişimci ruhuna uyumlu bireyler olarak konumlandırmaktadır. AKP'nin bir kitle ve lider partisi olması

¹⁹ Bu değişimler ve düzenlemelerin kısa özeti için “Hedef Hazır Türkiye 2023” başlıklı AKP 2011 Seçim Beyannamesine bakınız: <http://www.akparti.org.tr/upload/documents/beyanname2011.pdf> Erişim tarihi: 14 Ağustos 2012.

saptaması, bu çalışma için oldukça önemlidir. Özellikle, parti liderinin ve kadrolarının söylemsel pratiklerinde bu saptamanın izleri rahatlıkla sürülebilmektedir. Tuğçe Gürel *Türk Siyasi Tarihinde “Muhafazakarlık” Kimliği ve AKP Örneği İncelemesi* (2007) adlı yüksek lisans çalışmasında “Aslına bakılırsa yenilikçilerden ziyade Tayyip Erdoğan partisiydi. Çünkü tüm AK Partililer ‘Anadolu Tayyip diyor’dan başka pek bir şey söylemiyorlardı... Yani AK Parti dışarıdan bakılınca yok; bir ‘Tayyip Erdoğan Partisi’ var. Lider etrafında şekillenen, liderin karizmasıyla sesini yükselten, yönünü belirleyen bir parti. Tayyip Erdoğan Bey’in karizmasına baktığımız zaman şunu görüyoruz: Mazlum olma ve halkla diyalog kurma, halkın bedensel ve tarihsel dilini siyasetine taşıma özellikleri karizmatik bir lideri ortaya çıkartıyor. Fakat burada mazlum olma, bir başka deyişle, zenci olarak kendisini görmesi, toplumdaki itilmişlerin, bastırılmışların lideri olarak ortaya çıkmasının muhalif gruplar açısından çok önemli bir rol oynadığını görüyoruz” (154) saptamasında bulunmaktadır. Partinin lider partisi olması özellikle Recep Tayyip Erdoğan’ın kimliği ile yakından ilgilidir: “Erdoğan, bugüne kadar Türkiye’nin yönetici kadrosunu oluşturan “elit”lerden farklı olarak değerlendirilmektedir. Erdoğan’ın kimliğini oluşturan unsurlara bakıldığında ortaya ilginç bir tablo çıkmaktadır: İmam Hatip Lisesi, futbol, Fenerbahçe, çekirdekten Milli Görüş, dindar, geçmişte sert ve sistem karşıtı söylemleriyle tanınan, bürokrasi tecrübesi olmayan, yabancı dil bilmeyen bir Başbakan olarak gözükmektedir. Erdoğan, bunları seçmen iletişimde hiç saklamamış, açık açık söylemiş ve hatta vurgu yapmıştır” (Gürel, 2007: 160). Gürel’in deyişi ile, “Erdoğan’ın liderliği; inançlılığı, Kasımpaşalılığı, hırsı, “uğradığı haksızlık”lardan ve mağdur olmaktan yılmamış olması, delikanlılığı, sisteme protestocu/baş kaldıran yapısıyla sembolize edilmektedir” (207). Dolayısıyla, Erdoğan halkın içinden biri, bizatihi halkın kendisidir. Tuğal’ın deyişi ile “halkın kahramanıdır” (2011: 67). Recep Tayyip Erdoğan kendi konumunu şu şekilde dile getirmektedir:

"Benim hikâyem... bu milletin hikâyesidir. Ya halk kazanacak, iktidara gelecek ya da Anadolu'ya yabancı, zalim ve dik kafalı, halka tepeden bakan bir azınlığın monarşik idaresi devam edecek. Karar verme yetkisi halkın elindedir."²⁰ (aktaran Hale, 2010: 116)

William Hale, “Kitleler, Tayyip Erdoğan’ın ‘ne dediğine’ değil, ‘nasıl dediğine’ bakmaktadırlar. Mimikleri, görünüşü, ses tonu, yaşam tarzı vs. daha etkili olmaktadır” (2010:

²⁰ *Yeni Şafak*, 2 Ekim 2002, Tekin’den alıntı.

162) eklemesini yaparak, Erdoğan'ın başarı retorikğine dikkat çekmektedir. Yasin Selçuk da AKP'deki liderin/Genel Başkan'ın gücü üzerine oldukça erken dönem yapılan yerinde bir saptamada şunları demektedir: “Tayyip Erdoğan'ın kişiliği partinin tabanından her düzeydeki örgüt yapısına kadar güçlü bir tutkal oluşturmakta, bir karizmatik toplumsal sermaye işlevini yerine getirmektedir” (2005: 53). Hakan Yavuz ise Erdoğan'ın siyaset yapma biçimini şu şekilde açıklayarak, O'nun pragmatik karakteristiğine dikkat çekmektedir:

“Erdoğan için siyaset hizmet etmek gündelik hayatı ıslah etmek üzerine kurulmuştur ve halkın isteklerini ifade edebilmesi için pragmatik bir araçtır. İstanbul'daki tecrübesi temelinde Erdoğan AKP'nin meşruiyetinin en temel kaynağının halkın ihtiyaçlarıyla buluşmak ve sosyal hizmetleri herkese götürmek olduğunu fark etmiştir. Bu farkındalık onu Türkiye tarihindeki en pragmatik ve aynı zamanda en az ideolojik davranan lider yapmıştır. Söz konusu olan, ulusal düzeyde uygulanan yerel tabanlı siyasettir”(2010: 26).

Erdoğan'ın AKP içinde ve AKP'liler üzerinde karizmatik lider rolüne ve etkisini burada açıkladıktan sonra, AKP teşkilatının yatay ve demokratik örgütlenmeye sahip olmadığını; bunda da Erdoğan'ın otoriteryan kişiliğinin etkisinin olduğunu belirtelim. Sultan Tepe'nin “İslami Eğilimli Bir Parti Olarak Adalet ve Kalkınma Partisi'nin Değişim Vaatleri, Çelişkileri ve Sınırları” (2010) başlıklı çalışmasında, “Partinin otoriter yapısına karşı artan memnuniyetsizliğin değişik şekillerde ifade edildiği görülebilir. İlk AK Parti hükümetinde başbakan yardımcısı olarak görev yapan Ertuğrul Yalçınbayır, parti içi demokrasi ilk baştaki siyasi hedeflerinden ayrılmış ve özellikle çoğulcu yapısına rağmen parti içi muhaliflerin sert bir şekilde bir kenara itildiği bir "fırça (atma)" demokrasisi haline gelmişti” (154) açıklaması yapılmaktadır. Tepe, AKP içindeki bu otoriter ve tek merkezli yapının Parti'nin ideolojik söylemi ile çeliştiğini iddia eder (155). Bu noktada kurulduğundan bu yana Recep Tayyip Erdoğan'ın AKP'nin ilk ve tek Genel Başkanı olduğunu da belirtelim. AKP içindeki Erdoğan'ın tek karar verici konumuna Hakan Yavuz şu çarpıcı örnekle dikkat çekmektedir: “Örneğin Erdoğan "milletvekillerini" bürokratlar tarafından hazırlanan kanun tekliflerine değişik önerileri vermekle eleştirmiştir.²¹ "Milletvekilinden istediği bürokratlar tarafından hazırlanan kanun tekliflerini tartışmaları değil, *oy vermeleridir*” (2011: 158).

²¹ Cevdet Akçalı, “Başbakan Erdoğan'ın bir itirafı, Türkiye'de kanunları kim yapıyor?, *Yeni Şafak*, 27 Haziran 2004.

Tanıl Bora milliyetçiliği, muhafazakârlığı ve İslamcılığı Türk sağının birbirine dönüşebilir halleri olarak tanımlamaktadır. Bora'ya göre, milliyetçilik Türk sağının dilbilgisidir. Bora, içerikleri, kavramları, imge ve simge yaratma gücüyle milliyetçiliğin, Türk sağının katı hali olduğunu öne sürer. Türk sağının lügatini, değerlerden, geleneklerden ve ritüellerden beslenen İslamcılık oluşturur; İslamcılık ta Türk sağının sıvı halidir. Türk sağının hava halini ise muhafazakârlık oluşturur. Muhafazakârlık bir ruh hali, bir duruş biçimi, yaşamı algılayış ve tecrübe etmeye ilişkin bir üsluptur denebilir (aktaran Gürel, 2007: 93-94). Kıvanç Koçak ta, Türk sağının üç halinin “karizmatik lider” Recep Tayyip Erdoğan’ın “lugâtına iyi tercüme” olduğunu iddia eder:

“Zira “Master Erdoğan”ın başarısının arkasında yatan fikri dünya tüm sığınağına rağmen, kuşatıcı ve kapsayıcı özellikleriyle her kesime rahat rahat hitap ediyor. “Türk sağının üç hali”, milliyetçilik-muhafazakarlık ve İslamcılığı aynı gövdenin birbiriyle uyumlu organları olarak gören Tanıl Bora’nın “üç pozisyon arasındaki sınırların iyice belirsizleştiği, iç içe geçtiği” tespiti; “milliyetçiliği, muhafazakarlığı ve İslamcılığı birbirine dönüşebilir oluş biçimleri olarak” yorumlaması Erdoğan’da cisimleşiyor: Sağın dilbilgisi/grameri olarak milliyetçilik; bir üslup, hava olarak muhafazakarlık ve onsuz olmaz bir imge, değer kaynağı olarak İslamcılık unsurlarının hepsini bir arada kullanan hatta onları aşan bir zihniyet” (2011: 35).

Tanıl Bora'ya göre muhafazakârlık, varolan toplumsal kültürü, gelenekleri, tarihi, dini değerleri ve inancı önemseyerek demokratik bir yapıda siyasal ve toplumsal alanı inşa etmeyi amaçlar. Muhafazakârlık, dinsel inancın ve pratiklerin varlığını, toplumun istikrarı ve otoritenin tesisi açısından gerekli görür ve dinsel ritüellerinin gerçekleştirilmesine, din bağına önem verir (Yılmaz, 2007: 98). Ömer Lütfi Mete de Yılmaz gibi, AKP’nin bir lider partisi olduğunu; fikir partisi olmadığını vurgular. Mete’ye göre, MHP’den, ANAP’tan, Refah Partisi’nden AKP’yi kurmak üzere gelenler, geçmişten getirdiklerini tamamen sıfırlamamışlar, muhafazakâr siyasal-toplumsal ve kültürel değerleri kolaylıkla terk etmemişler; ancak AKP çatısı altında buluştukları nokta yeni bir siyaset yapma tarzı olmuştur (2003). Bu yeni siyaset yapma tarzında, AKP, egemen Kemalist rejime karşı kendini “demokrat” ama “muhafazakâr demokrat” olarak konumlandırmış, kökten ve radikal İslamcı söylem ve pratiklerle böylece arasına “mesafe” koymuştur. AKP sağ siyaset yapan, bu sağ siyaseti de “muhafazakâr demokrat” kimlik kurgusu ile popülerleştiren, yaygınlaştıran bir partidir. Ancak Tanıl Bora, AKP’yi neo-liberal muhafazakâr bir parti olarak tanımlar:

“AKP'nin kendisi için tercih ettiği ideolojik kimlik, muhafazakâr-demokratlıktır.²² Ben AKP'nin ideolojik vasfını *neoliberal-muhafazakârlıkla* tanımlamanın isabetli olduğu kanısındayım. Liberal-muhafazakârlık bir yandan Türk merkez sağının 'fitratında' vardır; bir yandan da AKP'nin kaynağındaki (onun dönüştürür' düğü) Milli Görüş geleneğinden beslenir. Liberal değil de neoliberal tanımını yeğlememin nedeni, AKP'nin neoliberalizm 'çağının' bir partisi olmasıdır: Neoliberalizmde, malûm, piyasa ideolojisi güçlü-tutkulu bir angajmanla mutlaklaştırılır, 'klasik' liberalizmin özgürlük ahlakıyla ilişkisi tamamen araçsallaşır” (2012: 26).

Fahrettin Altun “İslamcılığın Muhafazakar Demokrasiyle İmtihanı” adlı makalesinde (2005: 42) AKP'nin kuruluş sürecini tamamlamadan, I. Olağan Kongresini dahi gerçekleştirilmeden, iktidar olduğuna dikkat çekerek, Türk siyasi yaşamında örneğine az rastlanan bir biçimde, hem ulusal hem uluslararası destek ile büyük bir oy oranıyla iktidara geldiğini belirtir. AKP 2002'de kurulduktan sonra, üç Genel Seçimi (2002, 2007 ve 2011) oy oranını artırarak kazandı ve TBMM'nde 21, 22 ve 23. hükümeti kurma görevini üstlendi. 2002 Genel seçimlerinde % 34,29 oranında oy alarak Meclis'te 363 milletvekilliğine; 2007 Genel Seçimleri'nde % 46.58 oranında oy olarak Meclis'te 341 milletvekilliğine; 2011 Genel Seçimleri'nde %49,83²³ oranında oy alarak 327 milletvekilliğine sahip oldu.

²² Bu konuda Tanıl Bora, Üzeyir Tekin'in (2004) *Ak Parti'nin Muhafazakar Demokrat Kimliği*, Ankara: Orient Yayınevi adlı çalışmasına bakılmasını önermektedir.

²³ <http://ysk.gov.tr/ysk/docs/2011MilletvekiliSecimi/gumrukdahil/gumrukdahil.pdf>. Erişim tarihi: 01 Mart 2013.

Tablo 4. 3 Kasım 2002 Parlamento Seçim Sonuçları²⁴

PARTİ ADI	OY	ORAN
DEMOKRATİK SOL PARTİ	384.009	1,22
DEMOKRATİK HALK PARTİSİ	1.960.660	6,22
YURT PARTİSİ	294.909	0,94
MİLLİYETÇİ HAREKET PARTİSİ	2.635.787	8,36
DOĞRU YOL PARTİSİ	3.008.942	9,54
MİLLET PARTİSİ	68.271	0,22
BÜYÜK BİRLİK PARTİSİ	322.093	1,02
ANAVATAN PARTİSİ	1.618.465	5,13
LİBERAL DEMOKRAT PARTİ	89.331	0,28
SAADET PARTİSİ	785.489	2,49
BAĞIMSIZ TÜRKİYE PARTİSİ	150.482	0,48
ÖZGÜRLÜK VE DAYANIŞMA PARTİSİ	106.023	0,34
TÜRKİYE KOMÜNİST PARTİSİ	59.180	0,19
GENÇ PARTİ	2.285.598	7,25
İŞÇİ PARTİSİ	159.843	0,51
CUMHURİYET HALK PARTİSİ	6.113.352	19,39
ADALET VE KALKINMA PARTİSİ	10.808.229	34,28
YENİ TÜRKİYE PARTİSİ	363.869	1,15
BAĞIMSIZLAR	314.251	1,00

Tablo 5. 22 Temmuz 2007 Parlamento Seçim Sonuçları²⁵

PARTİ ADI	OY	ORAN (%)
AYDINLIK TÜRKİYE PARTİSİ	100.982	%0,29
BAĞIMSIZ TÜRKİYE PARTİSİ	182.095	%0,52
SAADET PARTİSİ	820.289	%2,34
İŞÇİ PARTİSİ	128.148	%0,37
CUMHURİYET HALK PARTİSİ	7.317.808	%20,88
HALKIN YÜKSELİŞİ PARTİSİ	179.010	%0,51
ÖZGÜRLÜK VE DAYANIŞMA PARTİSİ	52.055	%0,15
GENÇ PARTİ	1.064.871	%3,04
DEMOKRAT PARTİ	1.898.873	%5,42
LİBERAL DEMOKRAT PARTİ	35.364	%0,10
MİLLİYETÇİ HAREKET PARTİSİ	5.001.869	%14,27
ADALET VE KALKINMA PARTİSİ	16.327.291	%46,58
EMEK PARTİSİ	26.292	%0,08
TÜRKİYE KOMÜNİST PARTİSİ	79.258	%0,23
BAĞIMSIZLAR	1.835.486	%5,24

²⁴ <http://ysk.gov.tr/ysk/docs/2002MilletvekiliSecimi/gumrukdahil/gumrukdahil.pdf>. Erişim tarihi: 06 Mart 2013

²⁵ <http://ysk.gov.tr/ysk/docs/2007MilletvekiliSecimi/gumrukdahil/gumrukdahil.pdf>. Erişim tarihi: 06 Mart 2013.

Tablo 6. 12 Haziran 2011 Parlamento Seçim Sonuçları²⁶

PARTİ ADI	ORAN (%)
ADALET VE KALKINMA PARTİSİ	%49,83
DEMOKRAT PARTİ	%0,65
CUMHURİYET HALK PARTİSİ	%25,98
EMEK PARTİSİ	%0,07
MİLLET PARTİSİ	%0,14
LİBERAL DEMOKRAT PARTİ	%0,04
SAADET PARTİSİ	%1,27
HAK VE EŞİTLİK PARTİSİ	%0,29
HALKIN SESİ PARTİSİ	%0,77
MİLLİYETÇİ HAREKET PARTİSİ	%13,01
DOĞRU YOL PARTİSİ	%0,15
TÜRKİYE KOMÜNİST PARTİSİ	%0,15
MİLLİYETÇİ VE MUHAFAZAKAR PARTİ	%0,08
BÜYÜK BİRLİK PARTİSİ	%0,75
DEMOKRATİK SOL PARTİ	%0,25
BAĞIMSIZLAR	%6,57
GENEL TOPLAM	%100,0

Zaman gazetesi yazarı, Hüseyin Gülerce “12 Haziran seçimlerinin sonucu, tek başına AK Parti’nin siyasi bir başarısı olarak algılanmamalıdır. AK Parti, muhafazakâr demokrat dinamizmin siyasetteki karşılığıdır. Ortada partililiği aşan bir uyanış var, bir geliş var. Bu diriliş hamlesi iç ve dış bütünlüğü ile birlikte okunmalıdır... Muhafazakârlar, kendi değerlerine bağlı kalarak dünya ile entegre olmayı benimsedi. Bunun için de, sevgi diyerek, diyalog diyerek, uzlaşma diyerek evrensel insani değerlerde buluşmak bir gaye, bir hedef olarak belirlendi. Bu, çağın doğru okunmasının sonucudur...”²⁷ açıklamasını yaparak, AKP’nin seçim sonuçlarındaki başarısının ardındaki kilit kavrama “muhafazakâr demokrat” kimliğe dikkat çeker. Dolayısı ile, AKP’nin siyasi, ekonomik, toplumsal ve kültürel söylemini anlama çabası “muhafazakâr demokrat” veya “muhafazakâr demokrasi” şeklinde ifade edilen kavramın ve bileşenlerinin çözümlenmesini gerekli kılmaktadır.

Deniz Yıldırım, AKP’nin 2002’den 2011’e değin giderek artan oy oranı başarısını Gramscian izlekte değerlendirerek, neo-liberal popülist²⁸ “hegemonya projesi” olduğunu saptar: “Bir

²⁶ <http://ysk.gov.tr/ysk/docs/2011MilletvekiliSecimi/gumrukdahil/gumrukdahil.pdf>. Erişim tarihi: 01 Mart 2013.

²⁷ Hüseyin Gülerce, *Zaman*, 15.6.2011.

²⁸ Deniz Yıldırım’a göre neo-liberal popülizmin kitlelerin siyaset dışına itilmesinde özel işlevi vardı: “Neoliberal popülizm, siyasetin siysetsizleştirildiği, iktidar ve muhalefet partilerinin hemen tümünün neoliberal

hegemonya projesi olarak AKP, iktidar bloğunu oluşturan sınıfların geleneksel partilerinin temsil yeteneklerini giderek yitirdikleri bir ortamda, kendisinin uluslararası ölçekte ABD emperyalizminin 11 Eylül sonrası Ortadoğu tasarımlarında üstleneceği aktif rolle de ilişkili olarak, egemen sınıflar açısından krizin tamamen ortadan kalkmasına olmasa da, sürdürülebilir kılınmasına imkan veren bir “organik çözüm” olarak doğdu” (2009: 70).Yıldırım, saptamasına şu şekilde devam eder:

“Katıldığı her seçimden oylarını arttırarak çıkan ve bu anlamda Türk siyasal yaşamında bir ilke imza atan AKP, aynı zamanda Türkiye’nin hemen her bölgesinden oy alan, bu haliyle sınıfsal ve etnik bölünmeleri açacak ve iktidarın sınıf karakterini bağımlı sınıflar nezdinde silikleştirmeyi mümkün kılacak doğrultuda popülizmin tüm aygıtlarından yararlandı. Laclau’nun “egemen sınıflar popülizmi” olarak adlandırdığı bu popülizm türü, bir yandan ülke içinde burjuvazinin temsil krizini çözerek siyasal hegemonyasını ve bu sayede neoliberalizmi istikrara kavuşturuyor; diğer yandan da diğer birçok çevre ülkesinde de bir denetim ve kriz yönetme stratejisi olarak geliştiği üzere, çevreden merkeze kaynak ve değer transferini güvence altına alıyordu” (2009: 71).

AKP’nin Türkiye siyasetinde “merkez”e yerleşmesine ilişkin olarak, Yasin Doğan mahlası ile yazdığı *Yeni Şafak*’taki köşesinde “Ak Parti ve Dönüşüm” adlı yazısında Yalçın Akdoğan şu değerlendirmeyi yapmıştır:

“Merkezde yer edinmek ulusal ve uluslararası güç ve meşruiyet merkezlerinin değerlendirmesi açısından bir önem taşımaktadır. Burada olan, çevreyi taleplerinden vazgeçirerek merkeze taşımak değil, çevrenin talep ve değerlerini merkezin diline tercüme etmek olarak da yorumlanabilir. Bu çevrenin yutulması değil, çevrenin hesaba katılması sonucunu doğurmuştur... Türkiye’de devletten beklenti içinde olan ve “çevre”de konumlandırılan grupların sistem dışına itilmeden taleplerini siyasetin konusu haline getirebilmeleri demokratikleşmenin önemli bir kazanımıdır. Ak Parti farklı toplumsal grupların sorunlarını genel bir demokratikleşme perspektifiyle siyasetin konusu yapmış, marjinal ve lokal taleplerin hem sistem dışı kalarak radikalleşmesini önlemiş,

programda uzlaştığı, iktisadi karar mercilerinin uluslararasılaştığı bir evrede, siyaseti iktisat dışı bir alan olarak yeniden üreten teknikleriyle ve bu anlamda burjuva siyasetinin içine sürüklendiği temsil krizine geçici çare üreten yapısıyla önem kazanmaktadır (83)...Bu kişiselleştirilmiş siyaset tarzı, yoksullara yapılan yardımların ya da destek politikalarının hak temelinden soyutlanarak, hiyerarşik ve paternalist temelde, bağışlar ve hayırseverlik üzerinden örgütlendiği çerçeve içinde daha da anlam kazanır. Sonuçta, popülist siyaset tekniklerini eklemleyen bu tarz, neoliberal birikimin yeniden üretilmesi adına yaşamsaldır” (2009: 84).

hem de sistem içinde ayrışma sebebi olmasına izin vermeyerek kuşatıcılığı korumuştur.. “Meşruiyeti” canlı tutmak merkez partisi olmayı, “heyecanı” canlı tutmak çevrenin taleplerine duyarlı olmayı gerektirmektedir” (*Yeni Şafak*, 18 Ağustos 2006).

2011 Genel Seçimler’inde AKP’nin “seçim başarısını” ve Genel Başkan ve Başbakan Recep Tayyip Erdoğan’ın “balkon konuşmasını” değerlendiren Ahmet İnsel oldukça yerinde bir saptama yapmaktadır: “AKP yeni siyasal rejimin hegemon partisidir. Devlet partisi değil, devlete de hakim partidir”(2011: 14). Söz konusu konuşmada AKP Genel Başkanı ve Başbakan Recep Tayyip Erdoğan’ın şu sözleri AKP’nin artık merkezde hegemon parti olduğunu, Türk sağının tüm hallerini kendine tercüme ettiğini oldukça iyi bir şekilde ortaya sermektedir:

“...Melbourne’den Berlin’e kadar; Tokyo’dan Viyana’ya kadar; Paris’ten Toronto’ya kadar, 5 kıtadaki tüm Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarını, tüm soydaşlarımızı buradan selamlıyorum. Gözlerini Türkiye’ye çevirmiş, Türkiye’den gelecek haberleri büyük bir heyecanla takip eden, Bağdat, Şam, Beyrut, Amman, Kahire, Tunus, Saraybosna, Üsküp, Bakü, Lefkoşa ve diğer tüm dost ve kardeş ülke başkentlerini, dost ve kardeş halkları da buradan muhabbetle selamlıyorum. 12 Haziran 2011 seçim sonuçları ülkemize, milletimize, bütün coğrafyamıza, tüm dünyaya hayırlı olsun...İnanın bugün İstanbul kadar Saraybosna kazanmıştır; İzmir kadar Beyrut kazanmıştır; Ankara kadar Şam kazanmıştır; Diyarbakır kadar Ramallah, Nablus, Cenin, Batı Şeria, Kudüs, Gazze kazanmıştır. Bugün Türkiye kadar Orta Doğu, Kafkasya, Balkanlar, Avrupa kazanmıştır. Bugün, demokrasi kadar, özgürlük kadar, barış, adalet, istikrar kazanmıştır...Bu milletin bir evladı olarak şunu büyük bir gururla ifade etmekteyim: Bugün Türkiye, demokratik olarak büyük bir olgunluk kazanmıştır. Allah onlardan razı olsun, mekanları cennet olsun. Adnan Menderes’in, Fatin Rüştü Zorlu’nun, Hasan Polatkan’ın canlarını feda ettikleri demokrasi, bu ülkede sarsılmaz bir güce ulaşıyor. Merhum Turgut Özal’ın hayalleri, özlemleri artık yerini bulmuştur...”²⁹

²⁹<http://www.akparti.org.tr/site/haberler/basbakan-erdoganin-12-haziran-gecesi-yaptigi-konusmanin-tam-metni/8520> Erişim tarihi: 25 Ağustos 2012.

Şekil 4. 2011 Genel Seçimleri 'nde Menderes-Özal ve Erdoğan'ı Birlikte Gösteren Afiş



AKP Genel Başkanı ve Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın yukarıdaki seçim zaferi konuşmasında Menderes, Zorlu, Polatkan göndermelerinde Demokrat Parti geleneğiyle AKP arasında, Özal göndermesinde ise 12 Eylül 1980 Askeri Darbesinden sonra Türkiye'nin küresel kapitalizme hem popülist hem de muhafazakâr bir sağ söylemle entegre olmasını sağlayan ANAP çizgisiyle bağı kurulmakta, böylece AKP Türk merkez sağ partisi olarak artık kendi yerini tesis etmektedir.

▪ Muhafazakâr Demokrasi Nedir?

“AK Parti, din eksenli bir parti değildir. AK Parti'nin anlayışı, muhafazakar demokrasidir, ileri demokrasidir.” 13 Eylül 2001, Rusya'nın Ankara Büyükelçisi'nin Kabulü, Erdoğan, 2012: 417).

AKP kendini Milli Görüş geleneğinden ayırt edebilmek için, “muhafazakâr demokrasi” olarak tanımladığı kavramları, partinin kimliği olarak benimsemiş, bu kavramsallaştırmayı da, AKP Başkanı ve Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın danışmanlığını yapan, halihazırda Ankara Milletvekili olan Dr. Yalçın Akdoğan hazırladığı *Muhafazakâr Demokrasi* (2003) adlı

kitabında yapmıştır. Akdoğan, konuyu, ‘muhafazakarlık’, ‘özgürlük’, ‘değişim’, ‘toplum ve birey’, ‘demokrasi’, ‘insan hakları’, ‘laiklik’ ve ‘muhafazakâr demokratlık’ alt başlıklarıyla altında ele almıştır (2003: 96). AKP, Akdoğan’ın çalışması ile kurgulanan muhafazakâr demokrat ideolojisine model olarak Necmettin Erbakan’ın “Milli Görüş” adı altında toplanabilecek söylemlerini değil, Turgut Özal ve Adnan Menderes’in popülist sağ söylemsel pratiklerini temel almıştır. 22 Temmuz 2007 Erken Genel Seçim’de, “Milletin Adamları” adı verilen billboard ve afişlerde Adnan Menderes, Turgut Özal ile Recep Tayyip Erdoğan’ın fotoğrafları bir arada kullanılmıştır. Erdoğan 2011 Genel Seçimi’nde de miting meydanlarında hem Menderes’in hem de Özal’ın adını çeşitli vesilelerle anmış, seçim kampanyasında Türk sağ siyasetinin bu iki önemli lideri ile birlikte konumlandırıldığı billboardları ve afişleri kullanmıştır. Türk sağ siyasetine ilişkin bu simgelerin kullanılması ile, AKP’nin merkez sağ parti olduğu imlenmiştir.

AKP’nin muhafazakâr demokrasi anlayışını ise Erdoğan’ı izleyerek, Hakan Yavuz şu şekilde açıklar: “Erdoğan şöyle konuşmuştu: Türkiye’de demokrasiyi tam anlamıyla tesis etmek ve kurumsallaştırmak için çok fazla yol alındı, bu sözümona bir demokrasi değil, çoğulculuğu ve hoşgörüyü kapsayan bir demokrasidir. İdeal olan, seçimlere ve bazı kurumlara indirgenmiş mekanik bir demokrasi değil, idari, toplumsal ve siyasal alanlara nüfuz etmiş organik bir demokrasidir. Biz buna -bunun için yeni biz deyim türettik ve bunun altını çizmek istiyorum- derin demokrasi diyoruz.³⁰ (124)...Muhafazakâr demokrasi Türk milletini, kültürel ya da sınıfsal ayrımların olmadığı, Sünni-Hanefi-etnik Türk homojen bir bütün, bir ideal tip olarak algılar ve devletle birlik içinde olduğunu varsayar. AKP'nin hedeflerinden biri, homojen ulus ile dini-millî değerlerin bekçisi devlet arasında olduğu varsayılan bu birliği sağlamaktır. Bu nedenle, demokrasi tam olarak içselleştirilmemiştir ve halen güçlü otoriter eğilimlere sahip çoğunlukçu bir demokrasidir” (2011: 125).

“Fahrettin Altun’a göre, muhafazakâr demokrasi kavramı, AKP’nin İslamcılıkla yüzleşme girişimidir ve gücünü de buradan almaktadır” (aktaran Yılmaz, 2007: 115). Altun’a göre, “Parti, Avrupa ve Amerika ile rahat ilişki kurma imkanı bahşedecek, sermaye, medya ve askeri bürokrasi nezdinde meşruiyet problemini ortadan kaldıracak ve kendi toplumsal tabanı

³⁰R.T. Erdoğan’ın konuşması "Conservative Democracy and the Globalization of Freedom" için bakınız M. Hakan Yavuz (Der) (2006) *The Emergence of a New Turkey* Salt Lake City: University of Utah Press, 366.

ile de sıcak bir ilişki kurmaya elverecek bir kavramla kendisini anlatma gereği duydu ve bu da muhafazakâr demokrasi oldu. Ancak tüm bunların yanında muhafazakâr demokrasi kuramının icadı halihazırdaki İslamcı gündem ve birikimin yeniden biçimlendirilmesini de içeren bir projeydi” (2005: 42). Altun, AKP’nin muhafazakâr demokrat kimlikle siyaset yapmasının pek çok fayda sağladığını iddia etmektedir: “Bir yandan kendi toplumsal tabanına mesaj verirken, diğer taraftan içeride ve dışarıdaki güç odaklarına itimat telkininde bulunuyor. Ayrıca AKP siyaset yaparken muhalefetsizliğin keyfini de sürüyor diyebiliriz. Ancak keyif hali, siyaseten hiç de sahici bir hal değildir. Kendi toplumsal tabanını taleplerini rahatlıkla ertelemesi de, yarattığı ideolojik dönüşümlerin bu denli etkin olması da bu muhalefetsizlikle ilişkilidir” (aktaran Yılmaz, 2007: 130).

Akdoğan’ın ideologluğunu yaptığı muhafazakâr demokrasi anlayışını, AKP yayını olarak basılan *Muhafazakâr Demokrasi* adlı çalışmayı izleyerek açıklayalım. Öncelikle **muhafazakârlığın** ne anlama geldiğine bakalım:

“Muhafazakârlık, devrimci dönüşüme karşı evrimci veya tedrici değişimi savunan ve geleneksel toplumsal kurumların tahrip edilmesinin yanlışlığına vurgu yapan bir anlayıştır. AK Parti’ye göre de toplumsal dönüşüm her türlü değişimin temelini oluşturur. Değişimden maksat tedrici bir sürecin gerçekleşmesi ve doğal gelişimin sağlanabilmesidir... Muhafazakârlık değişime yönelik olarak bir ihtiyatlılık sahibidir. Ancak bu değişimin yöntemi ve kapsamıyla ilgilidir. Bu açıdan muhafazakârlığı tutuculuk şeklinde tanımlayarak, değişime kapalı statükocu bir anlayış gibi yorumlamak yanlıştır. AK Parti’nin Yeni Muhafazakârlığı toplumsal dinamiklere dayanan değişim ve dönüşümün lokomotifini olacaktır” (Akdoğan, 2003: 6).

Siyaset de toplumsal uzlaşma alanı olarak tanımlanmakta, farklı siyasi görüşler, etnik kimlikler ve mezhep aidiyetleri de bir tür kültürel çeşitlilik ve siyasete renk olarak görülmektedir:

“Muhafazakârlığa göre siyaset bir uzlaşma alanıdır. Toplumsal alandaki çeşitlilik ve farklılık siyasal alanda tanınmakta ve uzlaşmaya davet edilmektedir. AK Parti’ye göre de farklılıklar tabii bir durum ve zenginliktir. Toplumsal ve kültürel çeşitlilikler demokratik çoğulculuğun üreteceği tolerans ve hoşgörü zemininde siyasete bir renklilik olarak katılırlar. Katılımcı demokrasi de kendisini bu farklılıklara temsil olanağı sağlayarak ve siyasal sürece katarak geliştirir” (Akdoğan, 2003: 7).

Muhafazakâr demokrasi anlayışına göre **siyasi otoritenin kaynağı**, toplumsal destek diğer bir deyişle millettir: “AK Parti'ye göre de siyasi iktidarın en temel dayanağı milli iradenin kabulüne mazhar olarak meşruluğunu milletin genel kabulünden almasıdır” (Akdoğan, 2003: 8). Muhafazakâr demokrasinin toplum mühendisliğini red ettiğini ise Akdoğan şu şekilde açıklamaktadır: “Muhafazakârlık siyasi iktidarın bir kişi veya zümrenin elinde yoğunlaşmasını reddeder. Dayatmacı ve baskıcı bir hal alan otoriter ve totaliter anlayışları kabul etmez. Çünkü siyasi otoritenin (devletin veya hükümetin) sınırlandırılması düşüncesi muhafazakârlığın temel argümanlarından. AK Parti'ye göre de sınırlandırılmayan, keyfiliğe ve hukuksuzluğa olanak sağlayan, katılımı ve temsili önemsemeyen, bireysel ve kollektif hak ve özgürlükleri hiçe sayan totaliter ve otoriter anlayışlar sivil ve demokratik siyasetin en büyük düşmanlarıdır. AK Parti her türlü dayatmacı, buyurgan, tektipçi, toplum mühendisliğine dayanan yaklaşımları sağlıklı bir demokratik sistem için engel olarak görür” (2003: 8). Bu bağlamda, hükümetin görevi de, “topluma "tercihler empoze etme gücünü kapsamak olmayıp, barışı korumakla sınırlı" (2003: 9) olmak şeklinde Akdoğan tarafından açıklanmaktadır. Devlet-vatandaş ilişkisi de bu izlekte; “Asli fonksiyonlarına çekilmiş, küçük ama dinamik ve etkili bir devlet olmak vatandaşını tanımlayan, biçimlendiren, ona tercihler dayatan değil; vatandaşın tanımladığı, denetlediği ve şekillendirdiği bir devlet olmaktır” şeklinde açıklanmaktadır (Akdoğan, 2003: 9). Hükümetin rolü toplumda siyasi uzlaşmayı, AKP Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın deyişi ile “milli birlik ve kardeşlik projesini” tesis etmektir. Bu projede her toplumun kültürel farklarının ve kendine özgü kültürel kurumlarının ve yapılarının da bir tür kültürel özcülükle korunması ve devam ettirilmesinin altı çizilir. Demokrasi ve siyasi katılım da bu korumanın bir aracı olarak tanımlanır: “Demokrasiyi kabuleşeyen kılan da toplumsal ve kültürel farklılıkları ve talepleri siyasete katabilmesi ve kurulu düzeni dayatmacı aşırılıklardan koruyabilmesidir. AK Parti demokratik kültürü siyasetinin ana unsuru olarak görmektedir” (Akdoğan, 2003: 10).

Özetle, “AK Parti, Yeni Muhafazakâr Demokrat çizgiyi muhafazakârlığın genlerine ve tarihi kodlarına uygun şekilde, ama siyaset yaptığı coğrafyanın toplumsal ve kültürel geleneklerine yaslanarak ortaya koymaktadır” (Akdoğan, 2003: 129). AKP Genel Başkanı ve Başbakan Recep Tayyip Erdoğan da bu ideolojiyi şu şekilde açıklar:

“Biz muhafazakarız. Aile bizim için önemlidir, mahremiyet bizim için önemlidir, tarih ve tarihi şahsiyetler, tarihi şahsiyetlerin manevi değerleri bizim için son derece önemlidir. Biz köksüz bir

millet, köksüz bir devlet değiliz. Medeniyet inşa etmiş ve medeniyet tasavvuru olan bir milletiz. Biz muhafazakar olduğumuz kadar demokrat bir partiyiz... Evrensel değerleri benimsemiş, özgürlüklere saygı duyan, başkasının özgürlüğünü kısıtlamadığı sürece, başkasının kutsal değerlerine hakaret etmediği sürece her türlü fikrin serbestçe ifade edilmesini savunan bir partiyiz.” 14 Ocak 2011, Genişletilmiş İl Başkanları Toplantısı (2012: 28-29)

▪ Muhafazakâr Demokrasi İdeolojisinin Önemli Bileşenleri

"Aynı yoldan geçmişiz biz;
aynı sudan içmişiz biz; yazımız bir kışımız bir;
aynı dağın yeliyiz biz;
şarkılarda bir türkülerde bir;
hep beraber söyleriz biz; halaylar bir horonlar bir;
aynı sazın teliyiz biz;
gönüller bir dualar bir;
bir Allanın kuluyuz biz; has bahçedir yurdumuz;
aynı bağın gülüyüz biz; haydi bir daha..."³¹

Muhafazakâr demokrasi ideolojisinin temel bileşenlerini aile, millet, din ve iman şeklinde sıralamak mümkündür. Hakan Yavuz da “Erdoğan'ın muhafazakârlık anlayışı üç katmanlı bir toplumsal algıdan esinlenmiştir: aile, Osmanlıcılık ve dindarlık” (2011: 117) iddiasında bulunmaktadır. Bu noktada aile, millet ve din-iman bileşenlerini kısaca açıklayalım.

Aile

“Aileye yönelik her türlü tehdit ve saldırı karşısında varımızı yoğumuzu ortaya koymaktan da çekinmiyoruz, çekinmeyeceğiz. Çünkü, aile bizi biz yapan, bizi birbirimize bağlayan, geçmişimiz olduğu kadar geleceğimizi de belirleyen en değerli varlığımızdır. Şunu lütfen unutmayınız: Değerli arkadaşlarım, eğer aile çökerse hiç kuşkunuz olmasın Türkiye'nin, bu milletin çimentosu da erimiş, yok olmuş demektir. Kaçınılmaz olarak toplumsal yapımız da çöker. Aile kurumunun ne tartışılmasına, ne de yıpratılmasına biz göz yummayız, yumamayız” (21 Mayıs 2010, İl Başkanları Toplantısı, Erdoğan'dan aktaran Tığ vd., 2012: 21).

Gürel çalışmasında muhafazakâr demokrasi ideolojisinde ailenin oynadığı rolün önemini şu şekilde açıklar: “Aile toplumun en küçük birimidir. Ailenin anne, baba ve çocuklar olarak bir arada olması toplumun sağlıklı fertler yetiştirebilmesi ve sağlıklı olabilmesi üzerinde etkili

³¹ “Biz hepimiz Türkiye'yiz” adlı 2011 Genel Seçim Şarkısı için kaynak: <http://www.akparti.org.tr/site/secimler/2011-secim-sarkilari-ve-dosyalari>. Erişim tarihi: 28 Ağustos 2012.

olmaktadır. Aile bu açıdan bakıldığında toplumsal birlik için önem taşımaktadır. “Bu siyaset felsefesi aileyi hem toplumun temel birimi, hem de geleneksel ahlâkın koruyucusu olarak görmektedirler. Çünkü aile toplumu bir arada tutan bağların bir kısmını yaratır ve pekiştirir. Aynı zamanda aile toplumun atomize olmasını önler, toplum içinde dayanışmayı sağlar ve nihayet temel eğitim kurumlarından biri olma işlevini görür. Aile insanlarda toplumlarına mensubiyet ve aidiyet duygularını da kuvvetlendirir. Ayrıca aile insanların mutlu olabildiği belli başlı yerlerden biridir. Bu nedenlerle ailenin vazgeçilmez bazı toplumsal işlevleri vardır... Muhafazakârlar, “aile”yi sosyolojik işlevleri nedeniyle toplumun temel kurumu olarak nitelendirilmektedirler. Bu bağlamda aile; ‘neslin devamı’, ‘ahlâkın koruyucusu’, ‘bütünün parçası olma’ ve ‘sosyalleştirme’ özellikleriyle, farklı bir değer taşımaktadır. İnsan hakları yaklaşımı içinde bireysel hakların sınırları da, aile kavramına muhafazakâr bakış açısı, başlığı altında tartışılan konulardan olmaktadır” (Gürel, 2007: 11).

Akdoğan AKP’nin **aile** kurumuna verdiği önemi şu şekilde açıklamaktadır:

“Muhafazakârların temel kaygısı, bireyi ve toplumu sağlıklı şekilde bir arada tutabilmektir. AK Parti’ye göre de bireysel özgürlüğün tam olarak tesis edilebilmesi bireyi soyut, silik ve devlet karşısında korumasız kılmak değil, onu toplumsal alan içinde sivil ve sosyal oluşumlarla teçhiz etmekten geçmektedir. Toplumun ve toplumsal değerlerin korunması temel olmalıdır. AK Parti toplumun yapı taşı olan aile kurumunun sosyalleştirme misyonunu kaçınılmaz görmektedir. Grupsal aidiyet ve kolektif oluşumlar içinde bireyin iradesinin korunması da bir o kadar önemlidir” (2003: 9).

Bireyin haklarına gelince, “AK Parti de insan hak ve özgürlükleri çerçevesinde bireysel tercih ve kabullerin korunması gerektiğini saklı tutarak, aile kurumunu sarsacak uygulamalar konusunda hassasiyet gösterilmesi ve bebeklerin anne karnındayken bile haklarının korunması gerektiğine inanmaktadır. AK Parti tercihlere saygı duymak kadar, hakları korumanın da önemine inanmaktadır” (Akdoğan, 2003: 11) demekte ve şu soruları sormaktadır: “İnsan, kendi bedenine müdahale ederek kürtaj yaptırmaya, ötenaziye, cinsel tercihte bulunmaya veya vücudunu yıkıma uğratacak maddeler kullanmaya karar verebilecek bir yetkiye sahip midir? (41). Akdoğan’ın yanıtı AKP’nin bireye verdiği özerkliği de serimler: “Muhafazakârlara göre *yetkin olmayan* bir varlık olarak insan, konu kendi bedeni bile olsa, sınırsız bir yetkiye sahip değildir. Siyasette devrimi reddetmeyi gerektiren kurucu akıl, bireysel yaşamda da geri dönüşü olmayan radikal değişimi hoş görmemektedir” (2003: 41).

Bu açıklamada “kurucu akıl” vurgusu oldukça ilginçtir. Burada sorulması gereken soru, bireyin yaşamını ve özerkliğini sınırlayacak kurucu akıl, kimin aklıdır ve kaynağı nerede beslenmektedir?³².

Bu bağlamda **özgürlük** ne şekilde kavranmaktadır? Akdoğan’a göre özgürlük, sınırlı olmalıdır çünkü, toplumsal yaşamın gereği budur:

“Özgürlüğün sınırlı olmasıyla, özgürlüğü sınırlandırmayı genel bir kural gibi görmek arasında fark vardır. Temel özgürlükler koruma altında olmalıdır, onun sınırlılığı başkalarının özgürlüklerini koruma maksatlıdır, yoksa özgürlüğün temellerini daraltma maksatlı değildir. Özgürlüğün somutluğu, onun sadece yasal ve siyasi normlar çerçevesinde değil adet, gelenek, görenek, ahlak ve din gibi toplumsal normları da içerecek biçimde genel bir *normlar bütünü* içinde anlaşılmasıdır” (2003: 46-47).

Burada da özgürlük kavramı, kültürel özler/yapılar ile ahlâk ve dini değerlere “uygunluk” çerçevesinde tanımlanmaktadır.³³ AKP’de toplumun, diğer bir deyişle milletin kurucu ögesi “aile”dir. Kadının toplumsal konumu da aile içinde tanımlanır. Tepe’ye göre, “... temel ideolojik belge olan *Muhafazakâr Demokrasi’de* "kadın"a sadece beş defa yer verildiği görülmektedir; buralarda da kadının parti anlayışının öngördüğü ideal toplumda hangi görevleri ve pozisyonları işgal edeceği esas alınmıştır” (2010: 169).

AKP’nin muhafazakâr demokrasi ideolojisinde ailenin haiz olduğu özel yere 2011 Genel Seçimleri’nde AKP tarafından “Haydi Bir Daha” ve “Biz Hepimiz Türkiye’yiz” başlıklı tv. reklamları da göz önüne serer. Cenk Saraçoğlu da aile-millet-Türkiye=AKP” metanomik ilişkileneşine “AKP’nin 2011 seçimleri öncesinde kullandığı propaganda reklamlarından birinde ülkenin genç/yaşlı değişik kesimlerinden insanların yüzlerinde mütebessim ve huzurlu bir ifadeyle söyledikleri "Haydi Bir Daha" isimli şarkının sözleri ve bir bütün olarak reklamın görüntüsü "milletin" geleneksel bir aile şeklinde tasavvur edilmesinin en güncel

³² Bu noktada AKP’nin gerek 2004 yılında TCK’nın yeniden yazımında “zinayı aile kurumu için suç olarak tanımlaması” gerek 2012 yılında “Her kürtaj Uludere’dir” şeklinde AKP Genel Başkanı ve Başbakan Erdoğan’ın kadın bedeni üzerinde devletin tasarrufunu (kürtajın yasaklanmasına yönelik) savunan ve meşru kılmaya çalışan açıklamasına değinmek ve AKP’nin aile politikasını zamana yayarak görmek önem taşımaktadır. Bu izlekte, 2011 Genel Seçimleri’ni takiben, TBMM’nde 23.hükümeti kurma tasarrufunu kazanan AKP’nin Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı’nı kurması da anlamlıdır.

³³ Akdoğan, 2003: 131’de tekrar aynı vurgu yapılmaktadır.

örneklerinden birini oluşturuyor. Nitekim bu reklamda en somut ve görsel ifadesini bulan millet ile ailenin özdeşleştirilmesine yönelik muhafazakâr anlayış AKP'nin 2002 seçim beyannamesinde çok açık bir şekilde formüle edilmiştir” açıklamasıyla dikkat çekmiştir (2012: 259).

Millet

“AK Parti siyaseti, milletimizin yanlışları doğrularla değiştirme şuru ve iradesinden vücut bulmuştur. AK Parti, ülkesini seven, milletine inanan, değerlerine saygılı, dünyayı tanıyan, yeniliklere açık, bilgili, donanımlı, vicdan sahibi yeni nesillere öncülük etmek üzere yola çıkmıştır. AK Parti siyaseti, Türkiye'nin büyüklüğüne inanan, milletimizin asırlardan bu yana edindiği büyük birikim ve tecrübelerin farkında, tarihin ülkemize yüklediği misyonun şuurunda bir siyasettir. AK Parti, kendini mutlu azınlıkların, imtiyazlı sınıfların, gölge iktidarların hegemonyasına kilitlemeye asla razı olmayan, olmayacak bir partidir. AK Parti siyaseti, sadece ve sadece milleti esas alan, milletin hissiyatını siyasi dile tercüme eden bir siyasettir. AK Parti siyaseti, demokrasi içinde millet iradesini ve hukuk ilkelerini devre dışı bırakacak herhangi bir başka güç ve iradeye asla yer olmadığını bilen, duruşuyla bu gerçeğin hakkını veren bir siyasettir” (15 Ekim 2011, AK Parti Kızılcahamam Kampı, Erdoğan'dan aktaran Tığ vd., 2012: 25).

Muhafazakâr demokrasi ideolojisinde **millet** kavramı, devlete göre daha öncelikli bir yere sahiptir. Devlet, toplumun bütünlüğü ve istikrarını sağlayacak olan otoriteyi kullanacak aygıttır. Bu ideolojiye göre, devlet, yasaları geçerli kılmalı, dış düşmanlara karşı milleti korumalı ve milleti ortak değerler etrafında birleştirmeli, mali piyasaların sorunsuz bir şekilde işlerliğini, özel mülkiyetin güvenliğini sağlamalıdır. Millet farklı kültürel ve toplumsal özelliklere sahip bireylerin temel bir uzlaşma siyaseti içinde bir araya gelmesi ile oluşur. Siyasetin temel bir uzlaşma alanı olarak kabul edildiğini yukarıda AKP'nin muhafazakâr demokrasi ideolojisinde kabul edildiği açıklanmıştı. Bu çerçevede, milletin geçmiş, şimdi ve geleceği ile bir bütün olduğu da kabul edilmektedir: “Muhafazakarlık, toplumu organik bir varlık olarak görürler. Toplum sadece bugün yaşayan ve gerçek bireylerin oluşturduğu bir bütün değil, geçmişten geleceğe uzanan ve şimdiki zamanda yaşayanların bireysel varlığını aşan bir "bütün"dür” (Akdoğan, 2003: 54). Millet kavramı Türk sağ ideolojisine milli irade kavramının kullanılması ile güçlendirilir. Fatih Yaşlı'ya göre, “Millet kavramı, DP'nin ‘yeter söz milletindir’ sloganından beri, Türk sağının oy deposunu oluşturan kitleler için kullanılıyor ve esas olarak Anadolu'da yaşayan yoksul ve dindar halkı tarif ediyor. Bu anlamıyla millet, batılılaşma yanlısı elitlere karşı kendi değerlerini ve geleneklerini muhafaza eden, dışlanmış ve ötekileştirilmiş kitleler anlamına geliyor. Türk sağ en baştan beri kendisini elitlere karşı

milletin temsilcisi gibi sunmayı başardığından, ‘millet eşittir Türk sağı’ formülasyonuna ulaşmak zor olmuyor. Söz konusu başarı beraberinde ‘milli irade’ kavramını da getiriyor ve böylelikle Türk sağının bütün icraatları ‘milli iradenin tecelli etmesi’ gibi görülebiliyor ve gösterilebiliyor” (2012: 88). Bu noktada “vesayet rejimi” versus “mili iradenin tecelli etmesi” ikiliğinin Türk sağ politikalarında nasıl kurulduğunu bakalım: “Türk sağı bir yandan kendisini vesayet rejimine karşı milli iradenin temsilcisi, statükoya karşı devrimci ve bürokrasiye karşı sivilleşmenin temsilcisi olarak gösterirken, öte yandan karşısındaki bütün öznelere jakoben, tek parti zihniyetinin temsilcisi, ittihatçı ve darbeci gibi sıfatlarla itham ediyor. Burada jakoben sıfatı, halkın istekleri hilafına siyaseti düzenlemeye çalışan, dolayısıyla toplum mühendisliği yapan elitleri tarif etmek için kullanılıyor” (Yaşlı, 2012: 89). Örneğin, 2011 Genel Seçim Beyannamesinde AKP, “Sekiz buçuk yıl, Türk Demokrasisinin normalleşme yılları olmuştur” denilerek, “Olağan döneme, normal demokrasiye geçiş” olarak AKP hükümetleri dönemleri imlenmekte ve “vesayet yıllarından sonra gelen bu normalleşme süreci büyük bir değişim dönemidir” iddiasına bulunmaktadır. Görüldüğü üzere, bu söylemsel pratiklerdeki ikili karşıtlıklar, AKP tarafından kendine karşı tüm muhalefeti etiketlemek için başarı ile kullanılmaktadır.

Özellikle 2011 Genel Seçimleri’nde AKP’nin seçim kampanyasında kullandığı “Aynı yoldan geçmişiz biz aynı suyu içmişiz biz...” güftelerini içeren seçim şarkısı³⁴ vurgulandığı üzere, milleti bir araya getiren ortak paylaşımlardır. Bu ortaklığı kuran en önemli şey de AKP’nin siyasi politikasında din ve imandır. AKP’nin millet kavrayışındaki kurucu öğelerden biri de “geçmiş”tir, ki bu geçmiş şimdi ve gelecekle de bağlıdır. Bu geçmişin en önemli unsuru Osmanlı İmparatorluğu ve onun “cihan dini” “Sünni” İslamıdır. Yavuz’a göre, “AKP kurmayları örneğinde tarih, özellikle de Osmanlı İmparatorluğu’nun klasik dönemi bir "ideoloji" haline gelmiştir (2010: 27).³⁵ Yavuz’a göre, “Türkiye’nin geleceğinin anahtarının

³⁴ İzlemek için: http://www.youtube.com/watch?v=QB0g_MQEdY8, Dinlemek için: <http://www.akparti.org.tr/site/secimler/2011-secim-sarkilari-ve-dosyalari>. Erişim tarihi: 28 Ağustos 2012. Bu noktada bu seçim kampanyası parçasının da Anadolu’dan farklı ezgileri, kültürel motifleri içerimleyecek şekilde “türkü” formatında üretilmiş olmasının da “ortaklaşma” ve “uzlaşma” kültürü, ruhu yaratma amaçlı olması olduğu, türkü formatı ile AKP’nin Batılı olana karşı yerel/Anadolulu olan vurgusunu ön plana çıkardığını belirtelim.

³⁵ Osmanlıcılık ve neo-Osmanlıcılık konusunda bakınız: Gökhan Çetinsaya (2003) “Cumhuriyet Türkiye’sinde Osmanlıcılık”, *Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce, Cilt 5: Muhafazakârlık*, İstanbul: İletişim Yayınları, .361-380.

Osmanlı geçmişinde yattığına olan sağlam inanç AKP liderliğini birleştiren temel noktalardan biridir. Osmanlı hatta Selçuklu geçmişine dair derin bir özlem duyulur”(2011: 119).³⁶

Yasin Durak’a göre, AKP’nin Osmanlılık söylemi, neo-liberal ve uluslararası kapitalizmle eklemlenmiştir: “Cenk Saraçoğlu’nun dikkat çektiği üzere, Osmanlı’nın hakim olduğu coğrafyaya fazlasıyla ilgi duyan AKP’li kadrolar buralarda “liderlik” rolü oynamaya istekli bir görünüm ortaya koymaktadır. Osmanlı’nın kudretli ve ihtişamlı olduğu “eski güzel günler”, dindar-muhafazakar burjuvaların arzularına kök salmıştır. Ancak yine de bu “güç istencinin” yarattığı sancıları takiben yelken açılan istikamet in böylesi romantik referanslara içkin olduğu söylenemez. Çünkü AKP için “ecdadın şahlanmış günlerine” dönebilmenin yöntemi, siyasi-iktisadi olarak kapitalist dünyanın koyduğu kurallara uygun şekilde, neo-liberal “hakikatin” gösterdiği yolu izlemektir” (2012: 51). Özellikle, Neo-Osmanlı söyleminin “tarihle ve coğrafyayla barışmak” sloganı (Çetinsaya, 2003: 387) AKP’nin özellikle Ortadoğu politikasını etkilemiştir. Hatta 2011 Genel Seçimleri’ni müteakip AKP Başkanı ve Başbakan Recep Tayyip Erdoğan tarafından yapılan 12 Haziran 2011 tarihli “balkon konuşması”nda Balkanlar’dan Kafkasya’ya Ortadoğu’ya kadar uzanan bir coğrafyaya yönelik hitabın gerçekleşmesi de bu politikanın doğal bir sonucudur.

AKP’nin “Büyük Türkiye” tahayyülü aşağıda, 2011 Genel Seçimleri sonucunda 24. Dönem Ankara Milletvekili olan Zelkif Kazdal’ın³⁷ Twitter gönderisinde somutlanmaktadır.

³⁶ Erdoğan geçmiş-şimdi ve gelecek arasında kurdukları bağı şu şekilde açıklamaktadır: “Bir yandan köklerimizle tarihimizin, kültür ve medeniyetimizin mirasına tutunurken, bir yandan da istikbale kollarımızı açtık. Fidan ve çınar, bizim kadim medeniyetimizde, özellikle devlet geleneğimizde yer alan iki önemli semboldür. Osmanlı Cihan Devleti, daha müşahhas hale gelmeden, Osman Gazi’nin hocası Şeyh Edebalı’nın rüyasında şekillenmişti. Şeyh Edebalı, rüyasında, Osman Gazi’nin göğsünden bir fidanın fişkırdığını, o fidanın bir çınara dönüştüğünü, çınarın dallarının da Fırat’tan Nil Nehri’ne, Dicle’den Tuna’ya kadar geniş bir coğrafyaya uzandığını müjdelemişti. Gerçekten de Osmanlı çınarı, Söğüt’ten yola çıkarak, 3 kıtada muhteşem bir merhamet medeniyetine dönüşmüştü. Üstat Cemil Meriç, ‘Ağaç, kökleriyle yaşar’ diyor... Köksüz bir ağacın da, köksüz bir milletin de ayakta kalabilmesi, yaşayabilmesi mümkün değildir. İşte biz de bu anlayışla hareket ediyor, geçmişten aldığımız ilhamla, geleceği şekillendirmenin mücadelesini veriyoruz” (11 Kasım 2011, Ankara, 2012: 232). Erdoğan’ın konuşmalarında Şeyh Edebalı’ya referans sıklıkla yapılmaktadır. Özellikle Osmanlı geçmişi ile Türkiye Cumhuriyeti, din-inanç ve millet bu şekilde birbirine bağlanmaktadır.

³⁷ Zelkif Kazdal Seçim İşlerinden Sorumlu Genel Başkan Yardımcısı ünvanıyla AKP MYK üyesidir.

Şekil 5. Zelkif Kazdal'ın Twitter hesabı



Bu temelde, milletin kurucu unsuru olan **Kürt etnik nüfusuna ilişkin AKP'nin politikasını** kısaca ele alalım. Yavuz'a göre, "AKP ülkenin çoketnisiteli bir çizgide radikal şekilde yeniden yapılandırılmasını ve Türk ulus-devletinin yeni tutkalı olarak İslamiyet'e daha fazla rol biçilmesini savunuyor" (2011: 312). Yavuz'un bu saptaması AKP'nin Kürt politikasını kavramak için oldukça önemlidir. Çünkü iktidara geldiğinden bu yana "Kürt sorununu" adını koyarak telaffuz eden AKP, bu sorunu aslında tüm farklı etnik kimliklerin İslam dini altında birleştirilmesi şeklinde tahvil etmektedir. Bu bağlamda, Erdoğan'ın 1 Haziran 2011'de Diyarbakır mitinginde yaptığı konuşma anlamlıdır. Çünkü, burada dindarlara yasak olanla Kürtlere yasak olan arasında metaforik bir bağ kurulmakta, böylece "millet" in farklı ögeleri AKP'nin davetinde bir araya gelmeye çağrılmaktadır.

"Size yasak olanlar bize de yasaklandı. Ahıra, depoya çevrilen camiler CHP'nin eseri oldu bu ülkede. İlmihal kitaplarını bu CHP yasakladı. Bu kardeşiniz Siirt'te okuduğu bir şiirden dolayı hapis yattı. Bu kardeşiniz Diyarbakır Cezaevi'nden 5. koğuştan yükselen feryadı İstanbul'dan duydu. Ben bu mücadelenin içinden geliyorum, inkârı da asimilasyonu da bilirim. Artık inkâr, asimilasyon politikaları bitti. Diyarbakır Cezaevi'ne giden ama oğluyla kendi dilinde konuşamayan annenin içine akıttığı gözyaşını ben bilirim. Ama artık konuşuyor."

Cenk Saraçoğlu, AKP'nin Kürt sorunu politikasının üç saç ayağı olduğunu belirtir: "...Bunlardan birincisi bölgeye yapılan hizmet ve hayırseverlik faaliyetleriyle Kürtlerin rızasını inşa etme çabası. İkincisi Kürt kimliğinin varlığının tanınmasına yönelik kimi adımlar atmak suretiyle Kürtlerin AKP'nin sağ hegemonya projesine entegrasyonu. Üçüncüsü ise Kürt hareketinin sadece askeri değil siyasal ve ideolojik olarak da tasfiyesi" (2012: 269-270) 2011-2012 yıllarında devam eden ve halen süregelen KCK (**Koma Civakên Kurdistan**)³⁸ tutuklamaları ile Kürt muhalefetinin kriminalize edilerek tavsiye edilmesi, Saraçoğlu'un yukarıda açıkladığı AKP'nin Kürt politikasının bir sonucudur. Benzeri bir saptamayı Mustafa Sönmez de yapmaktadır: "KCK operasyonları ile yapılan Kürt hareketine liderlik yapabilecek kadroları etkisiz kılmak, pasifize etmek....Yaratılmak istenen, ancak yukarıdan verilecek bireysel haklar ve kültür sosu ile yetinmeyi bilecek, itaatkar bir Kürt profili. Din ise bu projen çimentosu" (2012: 15). AKP'nin Kürt politikasının 2011 Genel Seçimleri'nde özellikle ortak değerler ve ritüeller (-ki bu değerler ve ritüellerde asli öge İslam dini'dir) üzerinde birleşme şeklinde işlediğinin de altını çizelim. Hatta Başbakan Erdoğan'ın söz dağarcığında önemli bir yere sahip olan "Milli Birlik ve Kardeşlik Projesi" toplumdaki farklı dini inançlara, mezhep aidiyetlerine ve etnik kimliklere yönelik AKP'nin ortaklayıcı kimlik tahayyülüne işaret eder. Erdoğan bizzatıhi kendisi 30 Nisan 2011 Iğdır Mitinginde BDPlileri hem din düşmanı hem de terörist olarak etiketleyerek, kriminalize etmiştir:

"Dinimizi de bölmeye gayret ediyorlar. Şimdi tutturmuşlar bir şey, Cuma namazlarına gitmiyorlar, diyorlar ki "Devletin imamının arkasında namaz kılmayın." Bunların hiçbirisi, bunların anladığı manada bir imam değil, her imam İslam neyi emrediyorsa onu anlatır. Cuma namazı orada, şehrin en büyük camisinde kılınıyor, onlar da 50 metre arkada orada kendilerine göre bir imamları var, orada ayrıca namaza duruyorlar. Bunlar kimdir diye araştırdığımda altından şu çıkıyor: Terörist başını peygamber ilan edenler bunlar. Bakıyorsunuz, pankartta Apo'yu peygamber ilan ediyor bunlar. Bu organizasyonların arkasında BDP var. Şimdi biz, bir olacağız bir, beraber olacağız, iri olacağız, diri olacağız. Aramıza ayrılık tohumu ekmek isteyenlere fırsat vermeyeceğiz" (30 Nisan 2011, Iğdır Mitingi, Tığ vd. 2012: 2012: 87).

Son olarak, burada Türk sağ siyasetinin retorüğinde "ortak iyi" talebinin "birlik ve bütünlük" söylemi ile kurulduğunu, bu "birlik ve bütünlük" çağrısının da toplumu aslında homojenize

³⁸ https://en.wikipedia.org/wiki/Koma_Civak%C3%AAAn_Kurdistan Erişim tarihi: 12 Ocak 2013.

etme uygulamaları ile sonuçlandığını belirtelim. AKP'in de "millet" tahayyülü son kertede, her ne kadar muhafazakâr demokrasi ideolojisinde toplum mühendisliğine karşı çıktıkları belirtilse de, toplumu aynılaştırma ve/veya benzer kılma uygulamalarını ortaya çıkartmaktadır. Bu durumda, Menderes Çınar'ın deyişi ile Türk demokrasisini aslında siyasetsiz bir demokrasiye dönüştürmektedir (2005: 10).

Din ve İman

Muhafazakâr demokrasi ideolojisinde, "...kapitalizmin hakim olduğu dünyada insanları aynı çatı altında toparlamaya emek vermesiyle birlikte, "cemaati oluşturma" kutsal görevinin sorumluluğu..." dine verilmiştir (Gürel, 2007: 28). Bu çerçevede gelenek kavramı da önem taşır: gelenekler, milleti birleştiren simgesel anlamlarla yüklü ritüellerdir. Rasim Özgür Dönmez'e göre, AKP'de Din "hor görülen milletin" en başat değeri olarak ön plana çıkarılması gereken ve seçkinci elite karşı kullanılması gereken bir araç" (2011: 49) olarak rol sahibidir. Din/dindarlık temelli bir ahlâk görüşü AKP'nin dünyayı ve yaşamı algılama ve tecrübe etme pratiğini düzenlemektedir. Hakan Yavuz bu ahlâk anlayışını şu şekilde açıklamaktadır:

"AKP'nin temsil ettiği bu muhafazakârlığın sonuncu katmanı, cemaatleştirilmiş bir dindarlık anlayışdır. Bireysel dinî taleplere vurgu yapılır, ancak, İslamiyet cemaat inşa eden bir dünya görüşü (*ethos*) olarak görülür...Parti liderliği, İslamiyet olmaksızın ahlakın olamayacağı ve İslamiyetin ahlaklı bir toplumun olmazsa olmazı olduğu görüşünü paylaşır. Bu görüşe göre, insanlar dua ettikleri ve dini ibadetlerini yerine getirdikleri takdirde, yozlaşma ihtimalleri azalır ve cemaatin çıkarları için daha fazla çalışma eğiliminde olurlar" (2011: 120).

Yavuz, şu şekilde devam etmektedir: "İslami değerler ve aile değerleri ve de toplumsallaşma araçları, inanan vatandaşları bir toplumsal sorumluluk duygusu ile donatmayı ve "disipline etmeyi" amaçlar" (2011: 120-121). Burada da "aile"nin inanan/dindar vatandaşların yetiştirilmesindeki temel rolü bir kere ortaya çıkar. Bu bağlamda, dünyevi yaşamın "inanç" eksenli düzenlenmesi örneğin alkol yasağı ile değil, alkol satışının veya kullanımının kısıtlanması şeklinde gerçekleşmiş, böylece gündelik yaşam disiplinize edilmiştir (Tuğal,

2011: 69). Muhafazakar demokrasi ideolojisinin temel kurucu bileşeninin din –ki bu da Sünni İslam uygulamasıdır-olduğunun altını Saraçoğlu da şu şekilde çizer:

“AKP muhafazakârlığındaki dinsel öğelerin baskınlığını gösteren diğer bir olgu ise parti kadrolarının muhafaza etmeye çalıştığı kurum veya değerlerin ideal biçimlerinin İslam üzerinden içeriklendirmesidir. Buna göre modern yaşam içerisinde varlığını sürdürmesi gereken ideal aile İslami normlar üzerinden tahayyül edilen "kadınla erkeğin eşit değil tamamlayıcı olduğu" erkek egemen aile tipidir. Sahip çıkılması ve incitilmemesi gereken gelenek ve görenekler çoğunlukla İslami kültürel öğelerdir; bugünkü izlerine hürmet gösterilen ve toplumun ortak kimliğini ifade eden mazi İstanbul'da kazılarda ortaya çıkan Romalılardan kalma "çanak, çömlek değil" İslam uygarlığı ve en çok da Osmanlı eserleridir.”(2012: 258)

Laiklik ise Akdoğan’a göre, “AK Parti, "laiklik"i devletin tüm dinler ve düşünceler karşısında nötr kalmasını ve eşit mesafeyi korumasını sağlayan, inanç farklılıklarının veya farklı mezhep ve anlayışların çatışmaya dönüşmeden sosyal barış içinde yaşatılabilmesi için takınılan kurumsal bir tutum olarak tanımlamakta; laikliğin temel hak ve özgürlüklerin anayasal güvence altına alınarak bir tür hakem müessesesi gibi işletilebilmesi için demokrasiyle taçlanması ve uzlaşma ortamı sunması gerektiğini düşünmektedir” (2003: 132) şeklinde açıklanmaktadır. Bu açıklamaya göre, devletin rolü farklı dinsel inanç ve mezhep aidiyetleri karşısında tarafsızlığı ve toplumsal uzlaşmayı tesis etmesidir.

▪ Genel Değerlendirme

AKP bileşenlerini yukarıda açıkladığımız “muhafazakar demokrasi” ideolojisi temelinde iktidara geldiği yıldan itibaren artan yoğunluk ve güçle “yeni bir hegemonya”yı tesis etmiştir. Bu yeni hegemonya, üst yapısal kurumlarda aile-millet-din ve iman saç ayakları üzerinde inşa edilirken alt yapısal kurumlarda neo-liberal iktisadi politikaların uygulanması ile kurulmuştur. Yeni hegemonyaya ilişkin şu alegoriyi kullanabiliriz: “AKP, artık devletleşmiştir”. 30 Eylül 2012 tarihli, “AK Parti 4. Olağan Büyük Kongresi”nde Başbakan Recep Tayyip Erdoğan’ın yaptığı konuşmada yeni hegemonyanın tesis edildiğini açıkça okumak mümkündür: “Rabbim’e, bize bugünleri yaşattığı için, işte bu heyecanı, bu coşkuyu yaşattığı için hamdediyorum...Bize sabrın, bize direnmenin, bize sebatın değerini öğrettiği için Rabbim’e

hamdediyorum....İşte AK Parti, 1920'deki Büyük Millet Meclisi ruhunu, 1923'teki kuruluş ruhunu bugüne taşıyan partidir. AK Parti, kuruluş ruhuna tamamen aykırı şekilde, otoriterleşen, militarist, vesayetçi rejimi, demokrasiyle buluşturan, demokrasiyle kucaklaştıran bir partidir.”³⁹

Üstelik, bu Kongre'de hegemonyanın tesisinden alınan güçle, Recep Tayyip Erdoğan, yeni ülküsünü de 2071 olarak koymuştur. Ahmet İnsel'in yerinde saptaması ile “Hedef 2013” veyahut “Hedef 2071” şeklinde ülküler belirlemekle, topluma bir özgüven aşılarmakta, bu özgüvenin de mevcudiyet koşulu AKP iktidarına eşitlenmektedir (2012: 21). Bu minvalde de muhalefet partileri ve farklı siyasal-ekonomik söylemler bir yandan itibarsızlaştırılmakta, bir yandan da muhatap kabul edilmemektedir. Menderes Çınar'ın deyişle, “..AKP, gerçek (siyasal) hayatın nüanslarını/griliklerini siyah ve beyaz kalıplara dökerek yok etmekte ve daha da önemlisi kendisini normalleştirirken, kendisinden olmayan başkalarını anormalleştirmekte ve hatta onları kendi “normaline” davet edebilmektedir” (2012: 32). Böylece AKP'nin “normalinden farklı olanlar” özellikle Erdoğan'ın söylemsel pratiklerinde kinayeli, ironik, öfkeli ve kızgın sözcüklerle etiketlenirler. Örneğin, Erdoğan CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'na şu şekilde eleştiri yöneltir: “Facebooklar'da, Twitter'larda neler yapılmıyor? Her şey yapılıyor ama teknolojinin sanal ve iftiralara müsait yapısıyla hareket eden bir Kılıçdaroğlu var karşımızda: Twitter Kılıçdaroğlu. Onlar da olmasa çok fakir kalacak. Geçen yıl olanlardan ders almadı, bu yıl da terör örgütünün bu eylemini yine CHP sahiplendi...”⁴⁰ Genel Başkan'ın bu söylemsel pratiği hiç kuşkusuz Parti üyeleri ve milletvekillerinin söylemsel pratiklerinde de bir yansısını bulmaktadır.

Erdoğan'ın retoriğinde “Biz” birinci çoğul şahıs kipinin çoklukla kullanıldığını görülmektedir. “Biz” şahıs kipi içinde, Erdoğan kendini çoğul kimlik içinde eriterek, aslında kendini aşkınlıktırma, çoğul kimliğin bizzatıhi kendisine dönüşmektedir: Öneğin, 30 Eylül 2013 tarihli 4.Olağan Kongre açılış konuşmasında Erdoğan, “İşte biz, AK Parti olarak, bu büyük çınarın kollarından biriyiz. Bizim yolumuz, Sultan Alparslan'ın, Melikşah'ın, Kılıçarslan'ın yoludur. Bizim yolumuz, Osman Gazi'nin, Fatih Sultan Mehmet'in, Sultan Süleyman'ın, Yavuz Sultan Selim'in yoludur. Bizim yolumuz, Gazi Mustafa Kemal'in,

³⁹ Kongre konuşmasının tamamı için bakınız: <https://www.youtube.com/watch?v=BJN4IFyVYTM>.

⁴⁰ <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/ShowNew.aspx?id=20965484> Erişim tarihi: 13 Ocak 2013

Merhum Adan Menderes'in, Merhum Turgut Özal'ın, Merhum Necmettin Erbakan'ın yoludur. Yani bizim yolumuz milletin yoludur..." demektedir. Böylelikle, Erdoğan, AKP ve millet tek bir şahısta vücut bulmaktadır. Bu şahıs da "biz" dilini taşıyan, "biz'i bir araya getiren ve bir aradalığa çağrı yapan Recep Tayyip Erdoğan'dır. AKP'nin lider partisi olduğu bu çağrı dilinde bir kere daha ortaya konur. Millet, "Biz, hepimiz aynı kibleye dönüyoruz" söylemi ile, Sünni İslam temelinde ortaklanmaktadır. Demokrasi, AKP ve Erdoğan için pragmatik bakış açısı ile milletin sorunlarına çözüm üretmenin, aracı, iktidarın kendisi millete bir hizmettir (Erdoğan, 2012: 66-71). Milletin kurucu unsurları arasındaki sınıfsal farklar görmezden gelinirken, aile milletin kurucu unsuru olarak görülür. Bu nedenle aile kurumunun geliştirilmesi AKP için elzemdir. Hatta AKP'nin kendisi büyük bir ailedir. "Biz hepimiz Türkiye'yiz" adlı 2011 Genel Seçim Şarkısının sözleri incelendiğinde hem "Biz" çoğul şahıs kipi hem de aile olarak AKP'nin imlendiği görülmektedir. Özetle, muhafazakâr demokrasi ideolojisinin bileşenleri partinin ve liderin söylemsel pratiklerinde, hegemonyanın tesisi için her fırsatta ve yoğunluklu bir şekilde başarıyla işe koşulmaktadır.

▪ **AKP ve Yeni Medya**

Türkiye'de siyasi partilerin İnternet sayfası hazırlamaları 2000'li yılların başında gerçekleşmiştir. "İnternetle ilk buluşan parti DYP olmakla beraber, bu buluşma da Batıdaki örneklerine benzememektedir. Bu nedenle Türkiye'ye internet teknolojisi, siyasal iletişim alanında ve özellikle seçim kampanyalarında 3 Kasım 2002 Genel Seçimleri'yle birlikte girmiştir" (Toruk, 23 Haziran 2008'den aktaran Şengül, 2010: 117-118).

Burada kapsamlı olarak AKP'nin yeni medya ortamlarını nasıl kullandığı ele alınacaktır. Günseli Bayraktutan-Sütçü'nün "İktidarın Müzelerinin Sanal Uzamdaki Varlığı Üzerinden Siyasal İletişimi Yeniden Düşünmek" başlıklı çalışmasında (2007: 71-95) AKP'nin web sayfası ve siyasal iletişim etkinlikleri inceleyerek, şu saptamada bulunmaktadır: "AKP'de parti *web* sayfasının işletilmesi ve diğer *web* hizmetleriyle ilgili süreç ele alındığında Medya Tanıtım Başkanlığı'nın etkili bir aktör olduğu ortaya çıkmaktadır. AKP'de *web* sayfasına konulacak haberlerin ve içeriğin kaynağı, hangi başlıkların girilmesi gerektiğini belirleyen bölüm Medya Tanıtım Başkanlığı'dır. Dolayısıyla bir anlamda bu birim partinin resmi *web* sayfası ile ilgili editoryal işi de üstlenmektedir. Ayrıca her başkanlık da *web*'e konulmasını

istediği bilgiyi bilgi işlem merkezine gönderebilmektedir. Web sayfasının güncellenmesi ve/veya işletilmesine dönük olarak belirli aralıklarla rutin toplantılar yapılmadığı belirtilmiştir. Bu türlü toplantılar olmasa da başkanlıkların, web sayfasına yerleştirilmesini talep ettikleri her türlü bilgi web sayfasında yer bulmaktadır.”

Şekil 6. akparti.org.tr Sitesi Ana Sayfası

The image shows the homepage of the AK Party website. At the top, there is a navigation bar with the party's name 'ADALET ve KALKINMA PARTİSİ' and a logo. Below this is a main banner with the slogan 'BÜYÜK MİLLET BÜYÜK GÜÇ HEDEF' and a large image of President Erdoğan. The page is divided into several sections: 'TEŞKİLAT HABERLERİ', 'MEDYADA AK PARTİ', 'GÜNLÜK BASIN RAPORU', and 'AK PARTİ İLETİŞİM MERKEZİ'. The main content area features three columns: 'Video Haber', 'Gündem', and 'Genel Başkan'dan'. Each column contains video thumbnails and text snippets. The footer includes contact information and social media links.

Görüldüğü üzere AKP'nin web 1.0 kullanımı profesyoneller tarafından yapılmaktadır. Yeni medyanın çeşitli araçlarına en çok bilgilendirme ve haber verme amaçlı başvurulmaktadır. Genel Başkan'ın etkinliklerini duyurmak için Bilgi İşlem Birimi tarafından özellikle SMS ve e-posta gönderimi kullanılmaktadır.

Mualla Şengül'e göre 2007 Erken Genel Seçimi'nde, "AKP'nin seçim kampanyası sırasında en iyi kullandığı yeni teknolojik araçlardan biri de kendi İnternet sitesidir. AKP, İnternet teknolojisinden en iyi şekilde yararlanmaya çalışmış, statik bir internet sayfasından çok, farklı dinamik bir tasarım özelliğinde İnternet sitesine sahiptir. AKP kendi sayfasının açılışından itibaren farklı bir tasarım ve dikkat çekicilik anlayışıyla hareket etmiş, seçim kampanyasında açık hava reklamcılığında kullandığı 9 temel fotoğrafa ulaşabilmek diğer bütün partilerden önce AKP sitesinde mümkün olmuştur" (Aktaş, 2004: 68'den aktaran Şengül, 2010: 66). Özellikle, bu seçim döneminde AKP'nin reklamları web sayfasında da dönmüş ve kullanıcılar tarafından ilgiyle izlenmiştir. "Partinin kendi İnternet sitesindeki en dikkat çekici reklâmı ise şuydu: İnternet sitesi ilk tıklanınca karanlığa bürünüyor, bu karanlık ise bilgisayar faresini hareket ettirince ortaya çıkan ampul sayesinde aydınlatılıyor. Site aydınlanınca da Türkiye haritası üzerinde Recep Tayyip Erdoğan'ın fotoğrafı ve yanında "Tek millet, tek bayrak, tek vatan, tek devlet" yazısı görünmektedir" (Akgün, 10 Temmuz 2007'den aktaran Şengül, 2010: 118).

2001 yılında kuruluş işlemlerini tamamlayan Adalet ve Kalkınma Partisi, aynı yılın son günlerinde (25 Aralık), güncel olarak kullandığı akparti.org.tr alan adını kayıt altına almıştır. AKP'nin İnternet sitesi, yakın zamana kadar, akp.org.tr adresini de akparti.org.tr adresine yönlendirmek suretiyle kullanmıştır. Ne var ki 2012 itibariyle akp.org.tr kullanılmamakta, yalnızca akparti.org.tr alan adı üzerinden siteye ulaşılabilir. AKP'nin web sitesi, kurulduğu günden 2012 yılına gelene kadar birkaç kez temel biçim değişikliği geçirmiştir. İlk zamanlarda küçük ve basit bir duyuru sitesi işlevi gören akparti.org.tr, güncel olarak pek çok farklı bölümü bulunan bir site haline gelmiştir.

Belirtmek gerekir ki AKP'nin, kurumsal web sitesi olan akparti.org.tr'nin yanı sıra farklı alanlara yönelik olarak hazırlanmış web siteleri de bulunmaktadır. Aynı birer alan adı ile faaliyette bulunan bu siteler arasında, akparti.org.tr ana sayfasındaki alt menüde bağlantı verilen ve "AK Parti Siteleri" olarak tanımlanan şu siteler sayılabilmektedir:

- <http://www.akicraatlar.com>
- <http://www.akkanal.com>
- <http://www.turkiyebulteni.org/>
- <http://ililakicraatlar.com/>
- <http://www.akadaylar.com/>
- <http://www.akhedefler.com/>

Görsel olarak iyi tasarlanmış ve gözü yormayan bir yapıya sahip akparti.org.tr’de temel bölümler site sayfalarının üstünde yer alan menüde bulunmaktadır. Bu bölümler, ana sayfa, parti, yönetim, icraatlar, hedef 2023, haberler, teşkilat, seçimler ve bize ulaşın sayfalarıdır. Akparti.org.tr’nin tüm bölümlerinde ve sayfalarında yüksek düzeyde fotoğraf ve video kullanımı dikkat çekmektedir. Gündemle ilgili ya da “haber” adı altında sunulan videolar çoğunlukla başta vimeo olmak üzere çeşitli video paylaşım ağları üzerinde barındırılmaktadır. Ancak parti veya siteyle doğrudan ilgili tanıtım videoları, herhangi bir video paylaşım ağı üzerinden değil doğrudan akparti.org.tr üzerinden yayınlanmaktadır.

Site ana sayfasında, üst menünün hemen altında, Flash ile hazırlanmış banner alanı parti gündemindeki konularla ilgili halkla ilişkiler çalışmalarına ve partinin uygulamalarıyla ilgili tanıtım amacına hizmet etmektedir. Banner alanının hemen altında ise “Teşkilat Haberleri”, “Medyada Ak Parti”, “Günlük Basın Raporu” ve “Ak Parti İletişim Merkezi” (AKİM)’e yönlendiren statik bağlantılar bulunmaktadır. Bu bağlantılardan “Medyada Ak Parti” ve “Ak Parti İletişim Merkezi” bağlantıları ayrı birer sekmede açılmakta ve ziyaretçiyi farklı alan adlarına götürmektedir.

Şekil 7. AKİM Başvuru Formu

AK PARTİ İletişim Merkezi (AKİM), halkımızla yönetimi buluşturan bir halkla ilişkiler modelidir. Aşağıdaki başvuru formunu doğru iletişim bilgileri vererek, eksiksiz dolduran tüm vatandaşlarımızın her türlü görüş, düşünce, talep veya şikayetleri değerlendirilerek kendilerine cevabi dönüş yapılmaktadır. İşleminizi daha kolay sonuçlandırarak size daha iyi hizmet verebilmemiz için lütfen TC Kimlik Numaranızı, Telefonunuzu ve Elektronik Posta Adresinizi doğru giriniz. Siz de AKİM’e başvurun, görüş ve düşüncelerinizi yönetime bildirelim.

Lütfen Konu Seçiniz:

Konu:

-- Konu Seçiniz --

Bu bölümün hemen altında, görüntülenen sayfa içeriğine ait temel kısım ve altında alt menü bulunmaktadır. Alt menüde yer alan bağlantılar, üst menüdeki “teşikat” başlığında yer alan “kadın kolları” ve “gençlik kolları” ile AKİM, “yaşlılar koordinasyon merkezi”, “engelliler koordinasyon merkezi”, “Ak Parti Siyaset Akademisi” ve kütüphane bağlantılarıdır. Alt menüde bu bağlantıların hemen altında parti genel merkezinin adresi ve telefon numaraları bulunmakta; bir alt aşamada “Ak Parti Siteleri” maddesiyle, çoğu akparti.org.tr dışındaki alan adları altında yayın yapan çeşitli sitelere, “Ak Parti” maddesinde ise akparti.org.tr sitesindeki çeşitli bölümlere bağlantı verilmektedir. Bu bağlantılar, e-posta uygulaması gibi çoğunlukla parti üyelerine yönelik modüllerden oluşmaktadır. Alt menünün en altında ise “Beni Haberdar Et”, “Miting Videoları”, “Miting Fotoğrafları”, “Dosya Arşivi”, “Site Haritası” ve “Arama” bölümleri yer almaktadır.

Banner altı statik bağlantıda yer alan “Medyada Ak Parti” bağlantısı, ziyaretçiyi, AKP adına oturum açılmış bir biçimde, bir medya takip merkezi uygulaması olan interpress.com’a yönlendirmektedir. Bu sitede Türkiye gündeminde yer alan tüm haberler arasında “Ak Parti” ifadesi içeren haberler taranabilmektedir. Bu bakımdan AKP’nin web sitesinde ağ olanaklarını iyi bir biçimde kullandığı söylenebilmektedir.

Bayraktutan-Sütçü, “Ak Parti İletişim Merkezi”nin (AKİM)⁴¹ siyasal iletişim sürecinde oynadığı önemli rolün altını çizmektedir. “Ak Parti İletişim Merkezi” (AKİM), AKP’nin web sitesinde çeşitli yerlerde bulunan bir bağlantıdır. Banner ve banner altı statik bağlantıların yanı sıra, “bize ulaşın” sayfasında ve alt menüde de AKİM’e bağlantı verilmektedir. AKP web sitesinde gözetilen estetik kaygı, AKİM’e ait sitede hiçbir biçimde gözetilmemiştir. Sayfa başında yer alan AKİM logosu dahi, yeterli çözünürlükte olmadığından mozaikli bir görüntü ortaya koymaktadır. Çok sayıda aşağı açılan menü ile işlem yapılabilen uygulamada, başvuru konusunu seçmek zorunludur. Ne var ki AKİM’e yapılabilecek başvurularla ilgili konular yapılandırılmış ve “Diğer” seçeneği konulmamıştır. Diğer taraftan belirtmek gerekir ki AKİM’e başvuru yapabilmek için TC Kimlik No gibi bazı bilgileri ilgili alanlara girmek de

⁴¹ AKİM’in başarısına ilişkin bir değerlendirmede şu hususlara dikkat çekilmektedir: “Vatandaşlar ile bakanlıklar, milletvekilleri ve partinin diğer birimleri ile iletişim kurmayı sağlayan, vatandaşları yaptıkları müracaatları sonucunda bilgilendirici bir halkla ilişkiler modeli olan AKİM, “Koşulsuz Vatandaş Memnuniyeti” ilkesiyle çalışmaktadır. 81 ilde örgütlü bulunan merkeze, İnternet, telefon, mektup, fax ve kişisel başvuru gibi iletişimin bütün imkânlarını kullanılarak başvurulabilmekte ve başvuru ücretsiz olmaktadır” (Şengül, 2010: 103-104).

zorunlu tutulmuştur. Seçmen/yurttaştan gelecek talep, şikayet ve önerileri toplamak için kurulmuş uygulamanın, bu kadar soğuk bir tasarıma sahip olması ilgi çekicidir. AKİM'e İnternet'in yanı sıra çağrı merkezi üzerinden telefonla, posta ve faks ile ya da parti teşkilatlarına kişisel başvuru ile ulaşılabileceği belirtilmiştir. Bu noktada, postanın hangi adrese gönderileceği, faks ile başvuruda kullanılacak faks numarasının ne olduğunun belirtilmediği fark edilmektedir.

Şekil 8. Ayrıntılı AKİM Başvuru Formu



AKİM
AK PARTİ
İLETİŞİM MERKEZİ

AK PARTİ İletişim Merkezi (AKİM), halkımızla yönetimi buluşturan bir halkla ilişkiler modelidir. Aşağıdaki başvuru formunu doğru iletişim bilgileri vererek, eksiksiz dolduran tüm vatandaşlarımızın her türlü görüş, düşünce, talep veya şikayetleri değerlendirilerek kendilerine cevabi dönüş yapılmaktadır. İşleminizi daha kolay sonuçlandırarak size daha iyi hizmet verebilmemiz için lütfen TC Kimlik Numaranızı, Telefonunuzu ve Elektronik Posta Adresinizi doğru giriniz. Siz de AKİM'e başvurun, görüş ve düşüncelerinizi yönetime bildirelim.

Lütfen Konu Seçiniz. **Lütfen Alt Konu Seçiniz.** **Lütfen Tür Seçiniz.**

Konu : Alt Konu : Tür :

Lütfen İletişim ve Kişisel Bilginizi Giriniz.

T.C. Kimlik No : * Ülke : Telefon :

Ad : * İl : * Fax :

Soyad : * İlçe : GSM1 :

Doğum Tarihi : Eğitimi : * GSM2 :

örn : (01.01.1900)

Mesleği : Adres : E-mail* :

Cinsiyeti : * Erkek Kadın

Başlık / Özet : *

Detay :

(maks. 10000)

Lütfen yazılı sayıları giriniz

Alt menünün en alt kısmında yer alan bağlantılardan, “Beni Haberdar Et” bağlantısı, ziyaretçiyi e-posta duyuru listesi kayıt sayfasına yönlendirmektedir. Miting fotoğraf ve videoları, kolay ulaşılabilir ve kolay listelenebilir bir galeri niteliğindedir. Dosya arşivi, AKP web sitesinin önemli ve olumlu özelliklerinden biridir. Gerek seçim döneminde gerekse olağan zamanlarda aktif olan bölümde, parti logosu, seçim müzikleri gibi öğelerin yanı sıra

Siyaset Akademisi ders notları gibi çeşitli dokümanlara da yer verilmiştir. Seçim dokümanları da yine bu bölümde yer almaktadır. Özellikle miting fotoğraf ve videoları ile dosya arşivinde yer alan parti logosu ve müziklerinin rahat ulaşılabilir olması, seçmen/sempatizan tarafından bu içeriklerin sosyal medya uygulamalarında rahatlıkla paylaşılabilmesine ve dolaşıma sokulabilmesine olanak tanır niteliktedir. Site haritası ve arama işlevlerinin her ikisinin de bulundurulması, çok geniş bir yapıya sahip sitenin rahat kullanılmasına olanak sağlamaktadır. Diğer taraftan site haritasının varlığı, arama motoru optimizasyonu bakımından da önemlidir.

AKP sitesinde kullanılmış olan bir diğer olumlu özellik, yine ziyaretçinin deneyimini kolaylaştıran “Sayfa başına dön” bağlantısıdır. Sayfaların sağında, kaydırma yaptıkça yer değiştiren ve gözü yormayan bir biçimde fark edilen bağlantı, site içeriğini takip etmeyi, ana menü niteliğindeki üst menüye ulaşmayı kolaylaştırmakta, diğer taraftan da sitede çağdaş uygulamaların takip edildiğini ortaya koymaktadır.

Türkçe dışındaki dil seçenekleri arasında İngilizce ve Arapça yer almaktadır. Bu dil desteklerinde, site içeriği Türkçe sayfalardan farklı olmakla birlikte oldukça dolu ve günceldir. İngilizce ve Arapça sürümlerde yer alan iletişim bilgileri sayfalarında⁴² adres ve telefon bilgilerinin yanı sıra AKİM’e bağlantı verilmektedir. AKİM uygulaması ise yalnızca Türkçe arayüze sahiptir. Bu nedenle verilen bağlantının anlamı çözülememektedir.

AKP sitesinde üst menüde yer alan “icraatlar” bağlantısı, üç dönemdir iktidar olan bir partinin elindeki avantajları doğru kullandığının bir göstergesidir. “Hedef 2023” adı altında üst menüde yer alan kısım da, partinin web sitesinin, halkla ilişkiler bölümüyle doğrudan bağlantılı olduğunu göstermektedir. Partinin gelecekte yapmayı planladığı icraatların kısa metinler ile başlıklar halinde ziyaretçilere sunulması, seçim döneminde yürütülen propaganda faaliyetlerinde 2023 hedeflerinin ön plana çıkartılmasıyla birlikte önem taşımaktadır. Bu noktada tasarımıla ilgili bir ayrıntı öne çıkmaktadır: her bir başlıkta kısa metinlerle hedefler tanıtılırken en az bir görsel kullanımına yer verilmiştir. Bu da hem içeriğe ilgiyi arttırmakta, hem de içeriğin sosyal medya üzerinden paylaşılarak dolaşıma sokulmasını kolaylaştırmaktadır.

⁴² Bakınız: <http://www.akparti.org.tr/arabic/bize-ulas> ve <http://www.akparti.org.tr/arabic/bize-ulas>

Partinin “hedefler” olarak sunduğu öğeler gibi parti tarafından hazırlanmış pek çok kitapçık ya da bülten gibi basılı malzeme, PDF formatında dijital kopyalarıyla da AKP’nin İnternet sitesinde yer almaktadır. Basılı malzemelerin bazıları sadece PDF formatında yer alırken, bazıları Flash destekli kitapçık okuma uygulamaları olarak da yer almaktadır.

AKP web sitesindeki tüm içerikler, sosyal medya üzerinden paylaşılmaya uygun hazırlanmıştır. Her bir içeriğin altında, kullanıcı/ziyaretçinin Facebook veya Twitter üzerinden içeriği paylaşmasına olanak tanıyan butonlar bulundurulmaktadır. Sosyal medyayı bu bakımdan iyi kullanan sitede, partinin resmi sosyal medya hesaplarıyla ilgili herhangi bir bağlantının olmaması dikkat çekicidir. Ana sayfa, iletişim bilgileri ya da akparti.org.tr üzerindeki başka bir bölümde Facebook, Twitter veya başka bir sosyal ağ uygulamasındaki resmi sayfaya bağlantı bulunmamaktadır. Bu nedenle Facebook ya da Twitter’daki AKP hesaplarının yönetiminin kurumsal düzeyde partide olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır. Bu nedenle partiye bağlı çeşitli teşkilatlar tarafından yönetildiği bilinen sosyal medya hesaplarının sorumluluğunun parti yönetimi tarafından alınmadığı görülmektedir. “Beni Haberdar Et” başlığı altında e-posta listesi uygulamasının olması olumlu bir özellik olarak görülürken, en azından seçmen ya da destekçileri gelişmelerden haberdar etmek adına Facebook ya da Twitter gibi bir sosyal medya aracının kullanılmıyor olması, bir eksiklik olarak görülebilmektedir.

Gerek siteye yönelik üretimlerde, gerekse çevrimdışında üretilen basılı üretimlerin çevrimiçi kopyalarındaki görsellerde parti Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın sıkça kullanıldığı belirtilmelidir. Parti sitesinde kullanılan dört banner’dan 3’ünde Recep Tayyip Erdoğan yer almakta, diğer banner’da ise herhangi bir kişi yer almamaktadır. Banner’lardan 2023 hedefiyle ilgili olanda ise, 2023 büyük biçimde yazılmış ve her bir rakamın içine yine Recep Tayyip Erdoğan’ın görselleri yerleştirilmiştir. Bu da partinin bir kişi üzerinden temsil edildiği, parti temsilinde “mutlak tek adam” düşüncesinin öne çıkarıldığını imlemektedir.

“Ak Parti Siteleri” adıyla alt menüde yer alan ve diğer sitelere yönlendiren bağlantılardan, “TBMM Grup”, yine akparti.org.tr sitesinde yer alan⁴³ ikinci bir site niteliğindedir ve AKP’nin TBMM Grup Başkanlığı’na aittir. Partinin kendi web sitesinde yer alan görsel estetik kaygıları ve rahat kullanılabilirlik, TBMM Grup sitesinde bulunmamaktadır. Sitenin

⁴³ Bakınız: <http://www.akparti.org.tr/tbmm/#>

başında banner niteliği taşıyan görsellerde yapılan duyuruların neye ait olduğu yazılı olarak belirtilmemekte, bu alanda kullanılan görsellerin en ve boy oranları bozulmakta, dolayısıyla niteliksiz ve işlevsiz bir sayfa ortaya çıkmaktadır.

Alt menüde yer alan diğer “Ak Parti Siteleri” arasında bulunan akicraatlar.com, ililakicraatlar.com ve akkanal.com’un tasarımları birbirlerine çok benzemektedir. Bu sitelerin tasarımında, kolay kullanılabilirliğin gözetildiği fark edilmiştir. akicraatlar.com sitesi, AKP iktidarı döneminde yapılan çalışmaların kısa yazılar ve çoğunlukla bir görselle birlikte kategorize edildiği basit bir site görünümündedir. Hiçbir görsel içermediği halde metin biçimindeki içeriklerin de resim dosyası olarak siteye yüklendiği fark edilmektedir. AKP Tanıtım ve Medya Başkanlığı tarafından Nisan 2011’de hazırlanan “Alnımızın AKıyla 8,5 Yıl” başlıklı kitapçığın PDF ve Flash versiyonları da yine bu sitede bulunmaktadır.

ililakicraatlar.com sitesinde ise, ziyaretçileri bir Türkiye haritası karşılamakta, haritada yapılan seçimin ardından söz konusu il ile ilgili yapılmış sayfaya ulaşılmaktadır. Bu sayfada Genel Başkan Recep Tayyip Erdoğan’ın bir görseli ile birlikte söz konusu ile hitaben yazılmış bir metin bulunmaktadır. Belirtmek gerekir ki bu metin, hitap edilen kentin adı dışında herhangi bir fark içermese de içeriğin özelleştirilmesi ve yerelleştirilmesi bakımından başarılı bulunabilmektedir. Kente hitaben hazırlanmış sayfada, AKP’nin iktidarı döneminde kentte yapılan icraatların yer aldığı “8,5 Yılda [Kent Adı]’da Fark Ortada” isimli kitapçıklar yine PDF ve Flash formatlarında sunulmuştur.

Şekil 9. ililakicraatlar.com Sitesi Ana Sayfası



akkanal.com ise AKP'nin video paylaşım ağı olarak tanımlanabilmektedir. Paylaşılan videolar arasında, AKP'nin seçim döneminde hazırladığı propaganda videolarının yanı sıra, partiyle ilgili diğer videolar ve hatta hazırlanmış müzik klipleri de bulunmaktadır. Videolar, aralarında gezinmeyi kolaylaştıracak şekilde kategorize edilmiştir. Diğer taraftan videolar yalnızca İnternet tarayıcı üzerinden izlenmeye açık değil aynı zamanda indirilerek çevrimdışı dosya olarak depolanmaya da izin verecek şekilde siteye eklenmiştir.

Şekil 10. akkanal.com Sitesi Ana Sayfası



Aynı tasarıma sahip üç sitede de (akcraatlar.com, ililakcraatlar.com ve akkanal.com) sayfanın en üstünde “Bizi sosyal paylaşım sitelerinde takip edin” ifadesinin yanı sıra Facebook, Twitter, StumbleUpon ve AddThis paylaşım butonları bulunmaktadır. Facebook ve Twitter butonları takip edildiğinde, siteye ait bir sosyal medya hesabına ulaşmak yerine, ziyaretçinin kendi sosyal medya hesabı üzerinden siteye ait bağlantı adresini paylaşmasına olanak veren bir uygulamanın açıldığı görülmektedir. Dolayısıyla “sosyal medyada takip etmek” olanaklı ve tutarlı değildir. Sayfada yer verilen paylaşım butonları bakımından “Sayfamızı/sitemizi sosyal medyada paylaşın” daha yerinde bir ifade olurdu.

akhedefler.com sitesi, AKP'nin kendi sitesi olan akparti.org.tr'de yer alan “Hedef 2023” başlıklı hedeflerle ilgili olarak seçim döneminde hazırlanmış “Türkiye Hazır Hedef 2023” başlıklı kitapçığın PDF ve Flash olarak sunulduğu bir site görünümündedir. akadaylar.com sitesi de benzer bir nitelik taşımaktadır. AKP'nin 12 Haziran 2011 Genel Seçimleri'ne katılmadan önce hazırladığı ve tüm milletvekili adaylarının yer aldığı bir kitapçık, Flash olarak sitede yer almaktadır. Yapılacak mitinglerle ilgili olarak hazırlanmış çeşitli afişler, görseller ve dosyalar da yine bu site üzerinden ziyaretçilere sunulmakta, böylelikle ziyaretçinin mitinge destek vermesi kolaylaştırılmaktadır.

turkiyebulteni.org sitesi ise, “Adalet ve Kalkınma Partisi Yayın Organı” nitelemesiyle çıkan bültenin çevrimiçi sitesidir. Bu sitede bültenin güncel sayısı Flash olarak, geçmiş sayılar ise PDF ve Microsoft Word dosyası olarak bulunmaktadır. PDF dosyaları, bültenin gerçekteki tasarımını yansıtırken, Word dosyaları yalnızca metin içermektedir.

AKP'ye ait siteler değerlendirildiğinde, gerek akparti.org.tr'de gerek diğer sitelerdeki hemen hemen tüm içeriğin paylaşımına yani sosyal medya uygulamaları üzerinden yeniden dolaşıma sokulmasına izin verdiği görülmektedir. Ancak, hiçbir sitede kurumsal düzeyde benimsenen sosyal medya hesaplarının bulunmadığının altı çizilmelidir. Sitelerin büyük çoğunluğunda görsel estetiğe ve rahat kullanılabilirliğe dikkat edilmiştir. Metinlerin yanı sıra fotoğraf ve videoların sıkça kullanılması, multimedya biçemselliği açısından başta akparti.org.tr olmak üzere partinin pek çok sitesini başarılı bir konuma getirmektedir. Ne var ki görsel estetiğin sağlanmasında Flash uygulamalara çok fazla yer verilmiş olması, site içeriğinin pek çok mobil cihaz tarafından görüntülenebilmesini olanaksızlaştırmaktadır. Belirtilmesi gereken bir diğer husus, tüm sitelerde görsel olarak, parti logosundan çok Recep Tayyip Erdoğan görselleri tercih edilmiş olmasıdır.

Partiye ait farklı sitelerin yeni sekmeler de açılması, sitenin profesyonelce hazırlandığının göstergelerinden biridir. Partiye ait bazı sitelerde ayrı bir alan adı kullanmak bir tercihtir. Fakat bazı sitelerin içeriği çok sınırlıdır. Dolayısıyla bu siteleri ayrı alan adları üzerinden yayınlamanın ne ölçüde gerekli olduğu da tartışmalıdır. turkiyebulteni.org, akparti.org.tr altında, ililakicraatlar.com akicraatlar.com sitelerinden de yayınlarını sürdürebilir özelliktedir.

Diğer taraftan, partinin hiçbir sitesinde ziyaretçi/seçmenle etkileşime izin verilmemektedir. Partinin video paylaşım ağı olan akkanal.com'da dahi videolarla ilgili yorum paneli yoktur. akparti.org.tr ele alındığında da ziyaretçilerin site içeriğiyle ilgili olarak geri besleme yapmasına olanak tanıyan herhangi bir araç bulunmamaktadır. Ziyaretçilerin elindeki tek imkan içeriği sosyal medya uygulamaları üzerinden paylaşmaktır. Ziyaretçi veya seçmenlerle etkileşimle ilgili bulunabilecek, parti ile yurttaşların iletişim kurmasına yönelik tek iletişim kanalı AKİM'dir. Ancak yukarıda da belirtildiği gibi AKİM'in sayfası hem kullanıcı dostu olmaktan uzak, hem fazla yapılandırılmış hem de yalnızca Türkçe dil desteğine sahiptir. Parti ile iletişim için yine AKİM'e ait bir çağrı merkezi telefonu verilmiş olması olumlu olsa da AKP'nin İnternet'i bir iletişim aracı olarak değil, bir yayın platformu biçiminde ve tek yönlü olarak kullandığı söylenebilmektedir. Görsel tasarımında çağdaş pek çok uygulamaya yer veren akparti.org.tr'nin ziyaretçilerin görüşleri ile ilgilenildiğini gösteren hiçbir unsur barındırmaması düşündürücüdür.

AKP’de web 1.0 ortamı profesyonellerinin elinde işlerlik kazanırken, web 2.0 uygulamaları bir “gönüllü ordusu” tarafından yürütülmektedir. AKP Gençlik Kolları, üç alt birim olarak- Halkla İlişkiler Birimi, Arge Birimi ve Tanıtım Medya Birimi, eşgüdümle Parti’nin sosyal medya hesaplarını yönetmiştir. Genel Merkezin ve tüm il gençlik kollarının hem Facebook hem Twitter hesabı vardır. Bu hesaplarda bazıları Türkçe dışında İngilizce ve Arapça’da yayın yapmaktadır. Bunun nedeni de partinin, sadece Türkiye için değil tüm dünya için de model oluşturması olarak açıklanmaktadır.

Partinin “Akgenç” adlı e-dergisi vardır. Bu dergi Gençlik Kolları Merkezi tarafından çıkartılmaktadır. Derginin yaygınlaşması sosyal medyada paylaşım ile sağlanmaktadır. Dergide içerik üretiminde özellikle polemik yaratan konularda münazara tarzında yazılar üretilmesi tercih edilmektedir. “Akbis” ise parti içi bilgi sistemidir. Yaklaşık sayısı 8 milyon olan üyelerin kontrolünü yapmaktadır.

AKP’de web 1.0 profesyonellerinin elinde işlerlik kazanırken, web 2.0 uygulamaları bir “gönüllü ordusu” tarafından yürütülmektedir. AKP Gençlik Kolları, üç alt birim olarak- Halkla İlişkiler Birimi, Arge Birimi ve Tanıtım Medya Birimi, eşgüdümle Parti’nin sosyal medya hesaplarını yönetmiştir. Genel Merkezin ve tüm il gençlik kollarının hem Facebook hem Twitter hesabı vardır. Bu hesaplarda bazıları Türkçe dışında İngilizce ve Arapça’da yayın yapmaktadır. Bunun nedeni de partinin, sadece Türkiye için değil tüm dünya için de model oluşturması olarak açıklanmaktadır.

Eski AKP Gençlik Kolları Başkanı İsmail Karaosmanoğlu ve yeni Gençlik Kolları Başkanı Zafer Çubukçu ile proje kapsamında 10 Ocak 2013 tarihinde, 17 Ocak 2013 tarihinde ise Zafer Çubukçu’nun yanı sıra Gençlik Kollarından Neslihan Cenk ve Muhammed Burak Gültekin ile yapılan görüşmelerde şu bulgular ortaya çıkmıştır.

AKP’nin sosyal medya hesaplarını yönetmek dışında mevcut hesaplarda üretilen içeriklerin yaygınlaşmasına destek veren AKP sempatisini bir gönüllü ordusu vardır. Bu hesap sahipleri özellikle muhalefet partileri ve liderleri aleyhine ya da AKP’nin gündeminde olan bir konuyu Twitter’da trend topic (TT) yapmak için el birliği ile çalışmaktadır. Örneğin, 20 dakika içinde bir konuyu TT yapabilme kapasitesine sahiplerdir. İsmail Karaosmanoğlu bu gönüllü ordusunun sayısını aşağı yukarı 40.000 kişi olarak tahmin etmektedir. İsmail Karaosmanoğlu

şyle demektedir: “Televizyona bi reklam vermeye kalksan, bir hafta bi reklam filminin dönmesi, işte 8-10 saniye, 1 milyon TL, ama onun 10 katı etkiyi, o enerji varsa eğer, tabanınız varsa, inanan insanlar varsa size, onun 10 katı etkiyi yarım saatte oluşturabilirsiniz. Yani biz yarım saatin içerisinde, işte ekip 40 bin kişi, buna tabi başka gönül verenler de destek veriyö, yarım saatin içerisinde bütün sosyal medyanın gündemini değiştirebiliyoruz yani, istediğimiz konuyu konuşturuyoruz orada, bu çok önemli bi şey.... şimdi ... magazin değeri taşıyan şeyin yanında senin sosyal bi konuyu gündeme taşıman çok zor aslında, organize bi güç olmadan mümkün değil. Biz onu da yapıyoruz, mesela bazen olur olmadık bi şeyi,...ilgilendirmeyen bi konuyu hadi bakalım gücümüzü deneyelim, kaç dakkada TT’ye taşıyabiliriz? Ne kadar orda tutabiliriz? Mesela 4 saat, 5 saat zirvede tutuyoruz onu, sürekli onla ilgili mesaj yazıyoruz. Bunlar antreman tabi yani, çok ciddi antreman.”

Muhammed Burak Gültekin de bu gönüllü ordusunun nasıl kullanıldığını şu şekilde açıklamaktadır: “...elimizde 1,5 milyondan fazla genç arkadaşımız var. Hani bunların çoğunun akıllı telefonu var veya işte çoğu internete telefonlarla giriyor. Hani biz şunu düşündük un var, şeker var hani bize sadece helva yapmak kalmış. Hani nasıl yapalım? Bunu bir şekilde sosyal mecraya yaymamız lazım.”

AKP Gençlik Kolları Başkanı Zafer Çubukçu da kendisiyle yapılan ilk görüşmede “Sosyal medya işini açıkçası biz, yani bizden başka bu kadar ciddi yapan yok. Biz yani biz insan kaynağı noktasında geniş bi kitleye hitap ediyoruz, bunun da getirdiği artı bi avantaj var. Bu işi Türkiye’de genç siyaseti açısından bizim gibi yapan başka kimse yok.... partinin bayrağını da belki gayri resmi, belki resmi, biz götürüyoruz. ” açıklamasında bulunmaktadır. Yine AKP’nin gönüllü ordusu, özellikle seçim döneminde muhalefet partileri ve liderlerine yönelik kinayeli-eleştiren video içerikleri, diğer bir deyişle kullanıcı türevli içerik üretimi yaparak, video paylaşım ağlarına yüklemişlerdir. Örneğin, “Seçim döneminde inanılmaz mesela, videolar hazırladılar, yani komedi unsurları içeren, çocuğun biri çıkıyo, bir işte evde, falan iPhone’a bir müzik kaydediyor, efendim işte Kılıçdaroğlu ile ilgili, diyo ki işte Yalandaroğlu falan diye. Bu arada işte söylediği lafları bilmem neleri falan koyuyo Youtube’a...mesela bi anda haberleşiyolar, işte yüzbin izlenmeye başlıyo, iki yüzbin izlenmeye başlıyo falan. Herkesin kendini ifade debildiği bi mecra ve ücretsiz bi mecra. Stüdyoya gitmeye gerek yok, şey yapmana gerek yok. Oturuyo çocuk bilgisayarın başına, photoshopta bi şeyler yapıyo” (İsmail Karaosmanoğlu ile yapılan görüşmeden)

Kullanıcı türevli içerik üretiminin önemi ve bunun yeni medya ortamlarında özellikle sosyal medya ortamlarında yayılmasının önemine özellikle 2011 Genel Seçimleri'nde varılmıştır. Örneğin, Muhammed Burak Gültekin şu açıklamayı yapmaktadır: “İşte 2011’de yaptığımız video çalışmaları vardı. Resmi YouTube sayfalarının haricinde bizim yani alt, işte resmi olmayan birçok kanaldan da yayın yapıyoruz ki bu daha yayılmasını daha fazla sağlıyor.... Twitter dışında YouTube’da 2011 seçimleri sürecinde aktif olarak videolar hazırladık. Yine bizim ekibimizin hazırladığı. Direkt AK Parti veya direkt gençlik kolları adına değil de işte viral, biraz daha alttan alta düşünce verecek şekilde videolar hazırladık.”

Sosyal medya ortamları ayrıca kamuoyunun nabzını tutmak için de kullanılmaktadır. Muhammed Burak Gültekin bu kullanım biçimini şu şekilde açıklamıştır: “Bunun yanında tabi mesela biz 2008’de ilk Facebook’u anlamaya, siyasal yönden kullanmaya 2009 gibi başladık, o zamanlar daha İngilizceydi Facebook. Bizim amacımız yani belki Türkiye’deki ilk AK Parti sayfası kuruldu evet ama bunun yanında bizim amacımız farklı gruplar nasıl düşünüyor ki Facebook insanların daha rahat olduğu bir yerdir, sınırlama çok fazla yoktur Twitter gibi. Farklı siyasi görüşlerde hesaplar açtık, hepsinin arkadaş grubu da o siyasi görüşten. Mesela Kürt vardı, Alevi vardı, İslamcısı vardı, karşıt işte Ateisti vardı hepsinin arkadaş grubu o çevredeki arkadaşlar. Bu insanlar nasıl düşünüyor? Facebook’u kullanan bir ulusalcı AK Parti’ye nasıl bakıyor? Bunların işte eksik olduğu noktalar veya işte nereden yaklaşabiliriz bunlara? Bunu bir çözümledik.” Neslihan Cenk de şu eklemeyi yapmaktadır: “Bu tür yaptığımız bu çalışmalarla aslında her gruptan insanın ne düşündüğünü öğrenmiş oluyorduk. Çünkü bizim bulunduğumuz çevrede her gruptan insan yok yani okulda işte vesaire belli bir kesime ulaşabiliyoruz ama orada tüm kesimleri görebiliyorduk toplu halde.”

AKP özellikle üniversiteli gençleri örgütlemek için sosyal medya hesaplarını kullanmaktadır. Üniversite içinde etkinlik yapamadıkları zaman, Facebook ve Twitter’da, üniversite içinde değil de kentte bir yerde toplantı çağrısı atarak, AKP sempatzanı gençliği örgütleyebilmektedirler. AKP, özellikle sosyal medya ortamlarında AKP politikalarına destek veren içerik üretenleri insan kaynağı olarak görmekte, Parti içinde üye olarak hizmet vermeye davet etmektedir. Bu şekilde parti içinde görev alan bloggerlar vardır. Partinin Geçlik Kollarının her sen düzenlediği blog yarışmalarında birinci olanlara bu şekilde üyelik ve hizmet daveti yapılmaktadır. Bu şekilde gençlik kollarının sosyal medya ortamındaki etkinliklerinden partiye üye ve eylemci kazanmak stratejisi ile Parti bir de şu mesajı

vermektedir: Parti tabandan herkesin yükselmesine ve görev almasına açıktır. Örneğin; “Bir blog yarışmasında, uluslararası ilişkilerle ilgili, Ak Parti’nin dış politika vizyonu ile ilgili bir blog yarışması yaptık, tabi blog yarışmalarının daha ciddi kuralları var, işte jüriler de çok ciddi...orda birinci olan bi arkadaşımız, tabi biz dereceye girenleri de başbakanımızla paylaşıyoruz, o hepsini okuyo, dereceye giren bi arkadaş İngiltere’de yüksek lisans yapıyo ve o vesileyle tanışıyoruz biz, başbakanımızın da çok hoşuna gidiyo, orda bir iki yazdığı şey, vizyonu. Şu anda bu arkadaş başbakanın özel kalem müdür yardımcısı, yanında dolaşan, Yusuf Yelken, şimdi şu an başbakanın mahreminde yani, en önemli adamlardan biri, benden de küçük yaşı, 27-28 yaşlarında filan, işte Almanca biliyo, İngilizce biliyo, Fransızca biliyo falan, başbakanın şu anda yani Obama ile yaptığı telefon görüşmesini o çeviriyö. Bu 3 sene önce, 4 sene önce bizim sosyal medyada keşfettiğimiz, blog yarışmasında keşfettiğimiz bi arkadaşımız” (İsmail Karaosmanoğlu ile yapılan görüşmeden).

Ayrıca AKP, sosyal medya ortamlarında etkileşim ve hız özelliklerinin farkındadır. Bununla ilgili bir anekdot oldukça ilgi çekicidir: “Ben bi kere şey yaptım, işte Mehmet Akif Ersoy’un vefatı yıldönümüydü herhalde, işte bi mesele vardı, dedim ki, mail adresimi yazdım twitter’a, ki buraya mail gönderen dedim ilk dedim 30 kişiye özel baskı bi *Sefahat* hediye edicem dedim, bi anda 10 dakkada falan baktım 300 tane mail geldi bana...., şeyi ölçüyorum yani, tansiyonu ölçüyorum. Bi on dakika falan oldu, şimdi burda görüyorum mailleri, tamam mı yazıyorum, tak tak tak tak, 300 tane mail geldi bi anda, dedim arkadaşlar 300 tane mail geldi bi anda” (İsmail Karaosmanoğlu ile yapılan görüşmeden)

6 Aralık 2012 tarihinde Halkla İlişkilerden Sorumlu Genel Başkan Yardımcısı Salih Kapusuz’la e posta dolayımı ile yapılan görüşmede, Kapusuz AKP açısından sosyal medyanın önemini şu şekilde açıklamıştır: “Sosyal medya etkili bir iletişim aracıdır. Biz siyasiler açısından da çok yararlı olduğunu düşünüyorum... Keza AK Parti siyasetinin eksenini insan odaklıdır. Amacımız halka hizmet hakka hizmettir. Görüleceği üzere sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanan birçok arkadaşımız vardır. Siyasal iletişimde kitle iletişim araçları kullanmak bizim için çok önemlidir. Hatırlanacağı üzere eskiden hiçbir siyasetçinin cep telefonları kimseye verilmezdi. Bir sır gibi saklanırdı. Biz iktidara geldiğimizde halkımız bize daha rahat ulaşsın diye ilk icraatımızı cep telefon numaralarımızı deklare ederek başladık. Bizim için halkla her ne şekilde olursa olsun doğrudan ya da dolaylı temas önemlidir. Zaman darlığı, mekansızlıktan kaynaklanan nedenlerden ötürü birebir görüşemediğiniz seçmenlerinize

sosyal medya aracılığı ile iletişim kurabilmektesiniz. Seçmenleriniz sizinle ilgili haberleri, ne yaptığımızı bu vesile ile öğrenebilmekte. Bilgi akışı ile yaptığımız çalışmalarımızı bir nevi duyurabilmektesiniz.”

AKP sosyal medya yöneticileri, sosyal medya ortamlarının belli bir üslupla, diğer bir deyişle netiketle⁴⁴ kullanılması gereğinin de farkındadır. Örneğin, “İnsanları eğitmeye, sosyal medya disiplini, ahlâkı, en azından bizim partimizde bir dil bütünlüğü, yani işte geçen mesela yılbaşında işte CHP gençlik kollarından bi arkadaş şey yazmış, İstanbul’da bi ilçe başkanı herhalde, işte rakı içmeyen bizden değildir, bilmem ne falan diye, işte muhafazakarca yazmış. Bunu çalkaladılar, çalkaladılar, köpürttüler falan, bi tane adamın, özel dünyası bu, rakı da içebilirsin, şarap da içmeyebilirsin de. Özel dünyasında yazdığı bi şeyi sırf sosyal medyada paylaştı diye ve o bir kurumsal bir yapıyı da temsil ettiği için, bu alanı çok iyi ayırt etmek lazım, adamı mesela topa tuttular. Bizden geçen Malatya’da bir, gençlik kolları üyesi bile değil çocuk ama, profiline ben gençlik kolları bilmem nesi yönetim kurulu üyesi yazmış...Bütün medyada, bu işte haber değeri taşıyo yani. Sıradan bi vatandaş bişey yazsa, hiç bi önemi yok ama, hassas bi konu bu. Efendim bir, özel hayatında sıkıntısı olan, fiziksel bi sıkıntısı olan bi insanın, fiziksel sıkıntısı ile, bambaşka bir şeyi, ...Şimdi dönüp genel başkan da soruyo, kim bu kardeşim ya, hiç mi üslup bilmez, bunları öğretmiyor musunuz diyo. Ama adam, bunun benle hiç bi bağı yok, organik bağı yok yani. Kendini öyle hissetmiş, öyle yazmış... 2 milyon üyem var gençlik kollarında, bunların en az 500-600 bini sosyal medya kullanıcısı. Bu kontrolsüz bi güç yani, herkes orda bi şekilde Ak Parti ile kendini ilişkilendirerek gidiyo yazıyo yani” (İsmail Karaosmanoğlu ile yapılan görüşmeden).

Benzeri bir açıklamayı AKP Gençlik kolları Başkanı Zafer Çubukçu da yapmaktadır. “Yani evet yirmi dakikada falan dünyada en çok konuşulan, twitter’in kullanıcı sayısı nedir dünyada, 500 milyon, bu 500 milyon kişinin en çok kullandığı yani World Trend Topic denilen hadisenin ilk on kelimenin arasına biz 20 dakikada sokabiliyoruz, hadi bu biraz bizim kitlemizin gücünden kaynaklanıyo ama hani biz biraz da bu konuda biraz şey tutuyoruz, hani etik değerleri de kenara atmadan yapıyoruz. Mesela bizim yaptığımız bütün çalışmalar hiçbir şekilde küfür, hakaret içermez, yarın giderseniz sorarsanız, yani örneklerini çıkartırlarsa size,

⁴⁴ **Netiket:** “Günlük yaşamda toplumsal olarak belirlenen nezaket kurallarının etiket olarak adlandırılmasından ilham alınarak, İnternet kullanımındaki asgari nezaketi tarif etmeye yönelik oluşturulan kurallar netiket olarak adlandırılmıştır. Özellikle e-posta listeleri kullanım şekli ve kitlesi belirlenmiş mecralarda dikkat edilmesi gereken kurallar da netiket olarak kabul edilir” (Binark ve Löker, 2011: 93).

bu işin küfür etmekle de yapılabildiğini ben size söyleyeyim. Küfür ederek çok rahat yapılır, çünkü küfür, insanlar akşam eve geldiğinde küfür etmek istiyor olabilirler veya işte zaten anonim birşey, resmi birşey değil yani, insanlar yumurta görüyorsunuz, oradan birşey yazabiliyorsunuz yani...Magazin, belaltı, pornografi, bu işin içinde popüleritesini arttırıyo yani işin, onlardan uzak durarak birşeyler yapmaya çalıştığınızda hakaten reel bir iş yapmanızı lazım. Sabun köpüğü bizim hiç bir işimizde çok tercih ettiğimiz bir metot değil.”

AKP'nin sosyal medyayı kullanmadaki başarısı İsmail Karaosmanoğlu'nun deyişi ile sanal uzam ile gündelik yaşam arasındaki, diğer bir deyişle çevrimiçi ile çevrimdışı arasındaki güçlü bağdan kaynaklanmaktadır: "...her yerde paylaşım ve reele yansıtıyoruz yani, sosyal medyada paylaşılanı reele taşıyan nadir organizasyonlardan biriyiz yani. Her şey sanal âlemde duruyo, biz sanal âlemle gerçek âlem arasında çok ciddi bir köprü var.” Çevrimiçi ile çevrimdışı arasında kurulan bu güçlü bağ, sosyal medya hesaplarının gönüllü kullanıcılar tarafından aktif ve etkileşimli kullanılması AKP'nin web 2.0 uygulamalarındaki temel başarısıdır.

AKP, web 1.0 ve sosyal medya ortamları dışında cep telefonu gibi mobil iletişim teknolojilerinden de siyasi iletişim kampanyası ve etkinlikleri için yararlanmaktadır. “Günümüzde özellikle GSM'lerin gelişmesi sonucunda cep telefonları aracılığıyla seçmenler sürekli siyasal mesaj uygulamasına tabi tutulmaktadır. Bu gibi bir teknolojiyi kullanmak için adaylar GSM şirketleriyle anlaşarak oluşturduğu telefon listesine toplu mesajların geçilmesini sağlayabilmektedir... İstenilen her an kişiye ulaşma imkânı sağlayan cep telefonları, seçim zamanlarında halka mesajlar gönderme amacıyla kullanılmıştır. AKP cep telefonlarını kimi zaman farklı amaçlar için de kullanmıştır. Örneğin 22 Temmuz 2007 Genel Seçimleri'nde milletvekili aday listesine alınmayan milletvekillerine, bir araya gelme isteğini cep telefonu aracılığıyla bildirmiştir” (Sabah, 7 Haziran 2007'den aktaran Şengül, 2010: 118-119).

Özetle dersek, özellikle AKP Gençlik Kolları üyeleri sosyal medya ortam ile uygulamalarının öneminin ve özelliklerinin farkındadır. Zafer Çubukçu sosyal medya ortamlarının siyaset yapma süreç ve pratiklerine etkisini şu sözle değerlendirmektedir: “Bu bizim işte araçlarımızdan bir tanesi fakat biz siyasi bir parti olarak işin insanda bittiğini, insanla temas etmekte bittiğini akıldan çıkarmıyoruz, bu bizim işte diyorum sadece şeylerden bir tanesi. Yaptığımız işlerden sadece bir tanesi.” Bu açıklamadaki “insanla temas” vurgusu oldukça önemlidir. Sosyal medya ortamları da son kertede insana ulaşmada, onu AKP'nin hegemonya

projesine dahil etmede bir araç olarak kullanılmaktadır. Özellikle “gönüllü ordusu” olarak adlandırılan AKP sempatanların, AKP lehine ve yararına çeşitli ve farklı sosyal medya ortamlarındaki varoluşları bu noktada dikkate alınması gereken bir husustur. “Gönüllü ordusu”nun varlığı, Muhammed Burak Gültekin’e göre ayrıca siyasal iletişim sürecine şu katkıyı yapmaktadır: “Gönüllü olduğunda şu da öne çıkıyor, sonuçta bir ruh oluyor mesela. Dışarıya yaptırılan çalışmalarda, mesela başka partilerin yaptırdığı çalışmalarda biz şunu görebiliyoruz hani yapılmış, reklam olarak iyi ama içine ruhu işleyememişler. Bizim bir ruhumuz var amatör oluyor belki ama daha fazla ses getiriyor.”

AKP Halkla İlişkilerden Sorumlu Genel Başkan Yardımcısı Salih Kapusuz da keza, kendisiyle e-posta dolayısıyla yapılan görüşmede AKP için sosyal medya ortamlarının önemini aşağıdaki şekilde açıklamıştır: “Yine sosyal medya aracılığı ile verdiğimiz mesajlarla ulaşamadığımız, göremediğimiz, gidemediğimiz halkımız bilgilenmiş oluyor. Yüzyüze iletişimin etkili olduğunu bildiğimiz 2011 Genel Seçimleri’nde çok yoğun olmamakla birlikte sosyal medyayı da kullandık. Bunun başarılı olduğunu da gördük. Özellikle gençlik kollarımız 2011 seçimlerinde sosyal medyayı çok etkin bir şekilde kullandı. Bildiğiniz üzere genç seçmen kitleleri sosyal medyayı çok yakından takip ediyor. Hatta şunu diyebiliriz ki yazılı ve görsel basından daha ziyade gençler sosyal medyayı takip ediyor. Önümüzde yerel seçimler var yine aktif bir şekilde sosyal medya kullanılacaktır.”

1.4.2. Cumhuriyet Halk Partisi

Mustafa Kemal Atatürk tarafından 9 Eylül 1923’te kurulan Cumhuriyet Halk Partisi (CHP)’nin temelini, ülkenin işgalci güçlerden kurtarılması amacıyla, Sivas Kongresiyle kurulan Anadolu ve Rumeli Müdafaa-i Hukuk Cemiyeti oluşturmaktadır. 1 Kasım 1922’de Saltanatın kaldırılmasından bir süre sonra Mustafa Kemal, Anadolu ve Rumeli Müdafaa-i Hukuk Cemiyetinin devamı olacak bir siyasal parti kurma konusundaki niyetini açıklamıştır. Aynı sıralarda basında da Halk Fırkası adıyla bir parti kurulacağı haberleri yer almıştır (Uzun, 2010: 113-114).

Kurulacak olan fırka (parti), halkçılık ilkesine dayalı ve milliyetçi olacaktır. Ancak Türk halkı çeşitli sınıflara ayrılmış olmadığından, bu fırka her kesimden insana açık olacaktır. Mustafa

Kemal'e göre Halk Fırkası, bütün halkın fırkası olacaktır (Bila, 2008: 35). Partinin adına ilişkin bu açıklama, aynı zamanda Kemalistlerin sonraki yıllarda halkçılık ilkesi çerçevesinde toplumsal sınıflar ve sınıf çatışmasına ilişkin yaklaşımlarını da ortaya koymaktadır. Dönemin toplumsal manzarası, sınıflar arasındaki farkların keskin sınıf mücadelelerine yol açacak kadar büyük değildir. Ancak, rejimin yerleşmesi ve ekonominin istikrara kavuşarak üretimin artması ölçüsünde sınıflar arasındaki farkların da keskinleşeceği açıktır ve bir süre sonra, partinin tüm sınıfları temsil edeceği düşüncesi gerçekçiliğini yitirmektedir (Hatipoğlu, 2012: 134-135).

Böylece 1923'te "Halk Fırkası" adıyla kurulan Parti, 1924 yılında "Cumhuriyet Halk Fırkası", 1935 yılında da "Cumhuriyet Halk Partisi" olarak adını değiştirmiştir (Aybek, 2009: 8). Atatürk, bir parti kurma düşüncesini ortaya ilk attığında, çeşitli şehirlere geziler düzenlemiş ve kurulacak partinin siyasi niteliğini belirlemek için bir takım metinler hazırlatmıştır. Bu metinlerden bir tanesi dokuz maddeden oluşan ve *Dokuz Umde* (İlke) olarak adlandırılan metindir. Dokuz Umde, CHP açısından bir seçim bildirgesi ve parti programı için bir hazırlık niteliği taşımaktadır.

Dokuz Umde olarak adlandırılan ve partinin daha sonraki programları ve benimseyeceği ilkeler açısından bir temel oluşturan 9 ilke şu şekildedir: 1. Egemenlik ulusundur. 2. TBMM dışında hiçbir makam ulusal yazığa egemen olamaz. 3. Bütün yasalarda, örgütlerde, yönetimde, eğitimde ulusal egemenlik için davranılır. 4. Saltanatın kaldırılması kararı değiştirilemez. 5. Mahkemeler, yasalar düzeltilecektir. 6. Aşar Vergisi kaldırılacaktır. 7. Öğretim birleştirilecektir. 8. Askerlik süresi azaltılacaktır. 9. Mali-yönetmelik, ekonomik bağımsızlık kesin koşuldur (Bila, 2008: 35).

CHP'nin temel ideolojik yaklaşımları, halk egemenliği, çağdaşlık ve hukuk devleti anlayışlarını içeren bu "Dokuz Umde" ile belirlenmiştir. Bu temel ilkelerin ışığında "özgürlük, eşitlik, dayanışma, barış, hukukun üstünlüğü, emeğin üstünlüğü, gelişmenin bütünlüğü ve etkinliği, doğanın ve çevrenin korunması, çoğulcu ve katılımcı demokrasi" ilkeleri de CHP programında yer almıştır (Aybek, 2009: 18). Bu dokuz madde ile belirlenen CHP programı, uzun yıllar partinin programı olarak kalmış ve sadece birkaç değişiklikle genel olarak korunmuştur. Parti, 2011 Seçim Bildirgesinde de kendisini, Cumhuriyet'in

kurucu ilke ve değerlerine bağlı, çağdaş, sosyal demokrat bir parti, değişimin ve büyük dönüşümlerin partisi olarak tanımlanmaktadır.

Tarihsel sürece baktığımızda, ilk kez ülkenin çeşitli bölgelerini temsilen gelen delegelerin yasama ve yürütmeye yönelik kararlar aldıkları ve bir devlet kurma girişiminin de en büyük adımının atıldığı Sivas Kongresi'nin, CHP'nin 1. Kurultayı olarak kabul edildiği görülmektedir. CHP'nin “devlet kuran parti” kişiliğine kavuşması yine Sivas Kongresi'nde gerçekleşmiştir (Bila, 2008: 14). Kongrede alınan kararlar, partinin başlangıçta benimsediği ilkelerin temelini oluşturmuş, kurulan CHP, Cumhuriyet'in ilanında önemli görevler üstlenmiştir. Daha sonraki yıllarda, temeli kongrede atılmış olan ilkelere başka ilkeler de eklenmiş ve partinin ambleminde yer alan altı ok ortaya çıkmıştır. Simgesel olarak kullanılan altı okla birlikte, CHP tarafından resmi ideoloji olarak benimsenen Kemalizm'in de temeli oluşturulmuştur.

“Kemalist” kavramı ilk kez, Avrupa basını tarafından kullanılmıştır. Anadolu'da Mustafa Kemal'in önderliğinde gerçekleşen Ulusal Kurtuluş Savaşı, batılı basın organlarınca “Kemalist Hareket” olarak adlandırılmıştır. Batı basınından kaynaklanan bu kavram daha sonra hem ulusal kurtuluş eyleminin adı olmuş hem de Mustafa Kemal'in izlediği yolun ve de kendine özgü bir yöntemle geliştirdiği düşüncelerinin genel adı haline gelmiştir (Çeçen, 2012: 21). Kemalizm denince akla gelen ilk konulardan birisi “altı ok”tur. Bu, Kemalizmin ana ilkeler olarak benimsemiş olduğu altı ilkenin, devleti ve cumhuriyeti kuran siyasal örgüt olan Cumhuriyet Halk Partisi'nin bayrağına girmiş semboldür. Altı ilke denince sırasıyla; devrimcilik, halkçılık, devletçilik, ulusalcılık, cumhuriyetçilik ve laiklik ilkeleri olarak sayılan Atatürk ilkeleri, aynı zamanda Kemalizmin ana çekirdeğini oluşturmaktadır. Altı ok, altı ilkenin siyasal adıdır. Kemalizm bir siyasal felsefe ya da yöntem olarak açıklanmaya çalışıldığında, bu altı ilkeden yola çıkılmakta ve bunlar esas alınarak bir değerlendirme yapılmaktadır (Çeçen, 2012: 121).

CHP, Parti Programında Atatürk devrimleri ve altı ok ilkelerine geniş bir yer ayırmaktadır. Parti Programında, CHP ideolojisinin ve siyasi kimliğinin Atatürk devrimlerinin birikimleri ve altı ok ilkeleri eşliğinde şekillendiği ifade edilirken, bunların partinin halkın iradesine, yurttaşın özgürlüğüne ve modernleşmeye dayalı çağdaş bir toplum olma iddiasının, Cumhuriyet-Laiklik-Demokrasi üçgenini korumaya ve geliştirmeye yönelik kararlılığının da

kaynakları olduğu belirtilmektedir. Din ve devlet işlerinin birbirinden ayrı tutulması olarak tanımlanan Laiklik, CHP için Cumhuriyetin, bilimselliğin, demokrasinin, iç barışın, insan haklarının ve ulusal bütünlüğün temel taşı, kadın-erkek eşitliğinin, çağdaşlığın ve modernleşmenin de güvencesi olarak görülmektedir. Parti Programındaki laiklik açıklamasına göre, devlet din ve inançlar karşısında eşit mesafededir, devletin dini olmayacağı gibi din de kamusal alanın değil özel alanın olgusudur. Ayrıca, laikliğin tüm bu özellikleriyle anayasanın değiştirilemez ve vazgeçilemez bir hükmü olduğu vurgulanmaktadır.

CHP Genel Başkanı Kılıçdaroğlu da laikliği, “Mustafa Kemal Atatürk, laiklik ilkesini getirirken öncelikle şunu düşündü: Halkın iradesinin üstünde, başka bir irade olmamalı. Din, devlet işlerinden ayrılarak, siyasetin din sömürüsü yapmasının önüne geçilmeli ve hiçbir inanç, devleti kendi kurallarına göre kullanmamalı. İşte bu yüzden laiklik Cumhuriyetin temel taşlarından biridir” (Kılıçdaroğlu, 2011: 7) sözleriyle ifade etmektedir.

▪ **CHP’nin Kısa Seçim Tarihi**

1950’li yıllarda üstlendiği muhalefet göreviyle demokratik bir rejimde muhalefetin kurumsallaşmasına katkı sağlayan CHP, 1960’lı yıllarda Türkiye’nin yaşadığı modernleşme sürecinin yansımaları olarak ortaya çıkan göç, kentleşme, sanayileşme gibi dinamikler çerçevesinde toplumsal sınıfların olgunlaşmasıyla birlikte sola açılarak kendisini siyaset yelpazesinde “ortanın solu”nda konumlandırmıştır. 1970’li yıllarda ideolojisini “demokratik sol” kavramıyla tanımlayan CHP, önerdiği sosyal reformlarla “düzen değişikliği”ni hedeflemiştir. CHP, bu süreçte “devlet partisinden” “halkın partisine”, düzen partisinden” “değişimin partisine” dönüşmüştür (www.chp.org.tr). Sosyalist enternasyonale katılan parti, tarihsel geleneğini ve temellerini temsil eden ilkelerin yanı sıra sosyal demokrasinin evrensel ilkelerini de benimseyerek, bu ilkelerin ışığında “özgürlük, eşitlik, dayanışma, emeğin üstünlüğü, gelişmenin bütünlüğü ve etkinliği ile demokratikleşme” ilkelerine de parti programında yer vermiştir (Aybek, 2009: 9). CHP’nin bu dönemlerde kendi ideolojisini tanımlamak için kullandığı kavramlar, CHP’nin seçimlerdeki konumunu ve seçmenin partiye verdiği desteği etkilemiştir. Dönemin genel başkanları kavramlara, yeni olgular ekleyerek kendi yorumlarını oluşturmuş ve seçmen karşısına kendi söylemleri ile bu kavramları

birleştirerek çıkmıştır. Özellikle 1960'lı ve 1970'li yıllardaki dönüşümler ve seçim sonuçları bunun somut birer örneği olarak kabul edilebilmektedir.

1960'lı yılların ortalarında İsmet İnönü tarafından ortaya atılan “ortanın solu” konumlanmasına Bülent Ecevit “halkla anlaşma” retorikğine ekleyerek, bu ideolojik söyleme sosyolojik bir temel ve demokratik bir yöntem kazandırmıştır. “Düzen değişikliği” programıyla halka dönük bir ekonomik proje ortaya koymuştur. Ecevit'in 12 Mart'taki karşı duruşu bu politikasını daha da güçlendirmiştir. Bu sentezin sonucu, CHP'nin çokpartili dönemde ilk kez yüzde 40'ları aşan bir oy alarak, koalisyonla da olsa iktidara gelmesi olmuştur. Türkiye'de ilk kez “sol”la “halk” anlaşmıştır (Bila, 2008: 457). CHP, 1970'lerin ilk yarısında yapılan seçimlerde 1950'den bu yana ilk kez merkezin sağında bulunan seçmen desteğini de almayı başarabilmiştir (Çaha ve Guida, 2011: 27). 12 Eylül'de ise diğer bütün siyasi partiler gibi CHP'de kapatılmış, kurulan SODEP ve HP'nin birleşmesiyle ortaya çıkan SHP Türkiye'de merkez-sol iddialı siyasi partiler içinde sosyal demokrasiye en yakın olan parti konumuna yerleşmiştir. Bu dönem ayrıca sosyal demokrasi ve CHP'nin tarihsel birikimi ekseninde geleneksel CHP çizgisinin en sınırlı etkide bulunduğu dönem olmuştur (Emre, 2013: 42).

CHP, kurulduğu tarih olan 1923 yılından, Türkiye'de ilk genel seçimlerin yapıldığı tarih olan 1946 yılına kadar iktidarda kalmıştır. 23 yıl, tek parti olarak iktidarı elinde bulunduran CHP, çok partili sisteme geçildikten sonra yapılan seçimle bir süre daha iktidarını sürdürmüş, bu seçimlerden sonra bir daha tek başına iktidara gelmemiştir. CHP, sonraki seçim dönemlerinde muhalefet partisi olarak parlamentoya girmiş ve çeşitli koalisyon hükümetleri kurmuş, 1999 yılında yapılan seçimlerde ise barajı geçemeyerek parlamentoda yer alamamıştır. 3 Kasım 2002 yılında yapılan seçimlerde yüzde 19,4 oranında oy alan CHP, ana muhalefet partisi olarak tekrar meclise girmiştir. CHP, 22 Temmuz 2007 seçimlerinde yüzde 20,9 oranında oy almış ve yine ana muhalefet partisi olarak konumlanmıştır.

Tablo 7. CHP Hükümetleri (Aybek, 2009: 20)

1923-1946 TEK PARTİ OLARAK İKTİDAR: CHP, 1923 yılından 1946 yılına kadar tek parti olarak iktidarda kalmıştır.

1946 ÇOK PARTİLİ SİSTEMDE İKTİDAR: Çok partili yaşama geçildikten sonra yapılan ilk genel seçimlerde (1946), CHP, iktidarını sürdürmüştür.

1950-1960 MUHALEFET OLARAK MECLİSTE: 1950-1960 yılları arasında muhalefet olarak parlamentoda yerini almıştır.

1961-1965 ÜÇ KOALİSYON HÜKÜMETİ: 1961-1965 yılları arasında İsmet İnönü başkanlığında üç koalisyon hükümeti kurulmuştur.

1973 CHP-MSP KOALİSYONU: 1973 seçimleri sonrasında CHP, MSP ile koalisyon kurarak yeniden iktidara gelmiş; ancak bu koalisyonu sürdürememiştir.

1978 CHP-DP-CGP ve BAĞIMSIZLARDAN OLUŞAN KOALİSYON: 1978 yılında CHP, DP-CGP ve bağımsız TBMM üyelerinden oluşan bir koalisyon hükümeti kurmuştur.

1991 DYP-SHP KOALİSYONU: 1991 seçimleri sonrasında DYP-SHP koalisyonu olarak kurulan hükümet, SHP-CHP birleşmesi sonrasında CHP-DYP olarak devam etmiştir. CHP burada, seçim hükümeti olarak 55 gün hükümette kalmıştır.

1995 ANA MUHALEFET OLARAK MECLİSTE: 1995 seçimleri CHP'yi TBMM'de muhalefet konumuna yerleştirmiştir.

1999 SEÇİMLERDE MECLİS DIŞI: 1999 seçimlerinde CHP, barajı aşamadığı için TBMM'ye girememiştir.

2002 ANA MUHALEFET OLARAK MECLİSTE: 2002 seçimlerinde CHP, Ana Muhalefet Partisi olarak TBMM'de yerini almıştır.

2007 ANA MUHALEFET OLARAK MECLİSTE: 2007 seçimlerinde CHP, Ana Muhalefet Partisi olarak TBMM'de yerini almıştır.

CHP 2007 Genel Seçimleri'nden sonra radikal bir değişim yaparak, rejim ve laiklik üzerinden yürüttüğü çatışmacı siyaset dilini terk etmiş, bunun yerine muhafazakar kesimlere ve kentlerin varoşlarına hitap eden kucaklayıcı bir dil geliştirmiştir (Çaha ve Guida, 2011: 14). Baykal'ın CHP Genel Başkanı olduğu dönemde, 2007 Genel Seçimleri öncesinde çarşafalı kadınlara parti rozeti takması bu değişimin hazırlık dönemine ait bir örnek olarak değerlendirilebilir. Baykal, kendisine bu davranışı ile ilgili yöneltilen eleştirilere “tek parti döneminin yasakçı anlayışına dönmeyeceklerini” söyleyerek cevap vermiş ve arkasından İzmit Büyükşehir Belediye Başkan

Adayı Sefa Sirmen de her mahalleye bir Kuran Kursu açacaklarını duyurmuştur (Hatipoğlu, 2012: 366).

2007 Genel Seçimleri'nden iki yıl sonra gerçekleştirilen 29 Mart 2009 Yerel Seçimleri, CHP açısından büyük önem taşımaktadır. Bu seçim döneminde, bir yandan seçimlerde uygulanan stratejilerin ve söylemlerin değiştiği, diğer taraftan şuan CHP Genel Başkanı olan Kemal Kılıçdaroğlu'nun siyaset sahnesinde ön plana çıktığı ve seçmen tarafından benimsendiği görülmektedir. Kemal Kılıçdaroğlu, önemli bilgiler içerdiğini ve yapılan yolsuzlukları ortaya çıkaracağını söylediği dosyaları paylaşmasıyla ve tartışma programlarında sergilediği kendinden emin tutumla da dikkatleri kendisine çekmiştir.

Benimsenen yeni siyaset dilinin sembolik ismi olarak ön plana çıkan, 2009'da CHP'nin İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayı olan Kılıçdaroğlu, daha önce belediye başkanlığı yapmadığı için meydan okuyucu bir tavırla seçmen karşısına çıkmış, mevcut belediye başkanının açıklarını yakalayan bir siyaset dili geliştirmiş ve dürüstlük söylemi üzerinden kampanyasını yürütmüştür (Çaha ve Guida, 2011: 33). CHP, 2009 Yerel Seçimlerinde, ilk kez rejim kaygısını önceleyen bir siyaset dilini bir kenara bırakarak toplumu önceleyen bir siyaset dili ve seçim stratejisi geliştirmiştir (Çaha ve Guida, 2011: 55).

▪ **Kemal Kılıçdaroğlu ve Yeni CHP**

Kuruluşundan bu yana çeşitli değişimler ve dönüşümler geçiren CHP, 12 Haziran 2011 Genel Seçimleri'nden kısa bir süre önce partinin eski genel başkanı Deniz Baykal hakkında ortaya çıkan bir kaset nedeniyle zor zamanlar geçirmiştir. 1992-1995, 1995-1999, 2000-2010 tarihleri arasında CHP Genel Başkanı olarak görev yapmış olan Deniz Baykal, bu kaset olayı ile birlikte 10 Mayıs 2010 günü görevinden istifa ettiğini açıklamıştır. Mayıs ayında yapılan Olağan Kurultay'la birlikte, Kemal Kılıçdaroğlu tek aday olarak seçime girmiş ve CHP'nin yeni genel başkanı olarak seçilmiştir.

Parti programlarında yapılan değişiklikler ve genel başkanın değişmesiyle birlikte “Yeni CHP” olarak anılmaya başlayan CHP, 12 Haziran seçimlerine “Herkes İçin CHP” sloganıyla girmiştir. Parti bu dönemde yeni düşünceler ve çağdaş görüşlerle kendisini dönüştüreceğini ve

yurttaşı siyasette odak haline getirerek halk için çalışıp üreteceğini, ürettiklerini hakça bölüşeceğini ve halkın iktidarını kuracağını ifade etmiştir. Ayşen Uysal “‘Herkesi Yakalamak’ İsteyen Parti: ‘Yeni CHP’” adlı makalesinde CHP’nin seçim reklamları ve söylemleri için, “Bu söylemlerle “Yeni CHP” herkesi kucaklama çabasına girdi. Aslında hem seçim için verilen reklamlara hem de “CHP varsa herkes için var” söylemine baktığımızda, CHP uzmanlarının “herkesi yakala partisi” (catch-all party) olarak adlandırdığımız parti modelini yaşama geçirmeye çalıştığını görürüz” (2011: 56) saptamasını yapmaktadır.

2008’deki küresel krizle birlikte CHP ekonomik ve toplumsal sorunlara söyleminde daha çok yer vermeye başlamıştır (Emre, 2013: 44). 2009 Yerel Seçimlerinde ortaya konan bu söylem değişimi, 2011 seçimlerinde de benzer şekilde sürdürülmüştür. CHP’nin 2011 seçim kampanyalarında öne çıkan Aile Sigortası gibi vaatler, ekonomik ve toplumsal sorunlara yönelik söylemlerle desteklenirken, partinin seçim sloganı “Her Vatandaş Rahat Bir Nefes Alacak”, partinin seçim şarkısı ise “Bir Islık da Sen Çal”⁴⁵ olarak belirlenmiştir. Bu şarkı, seçim kampanyasının geneline yayılan “yenilik” ve “değişim” söylemlerinden etkilenecek oluşturulmuş, CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu şarkının çıkış noktasını şu şekilde açıklamıştır:

“Özellikle Scorpions isimli Alman rock müzik grubunun Soğuk Savaş’ın sonunu simgeleyen Wind of Change (Değişim Rüzgarı) isimli şarkısı, aslında CHP’nin değişimini anlatmak için oldukça uygun. Şarkı ıslıkla çalınan bir melodi ile başlıyor. Islık burada güzel bir simge. Islıklar, gelmekte olan değişim rüzgarını müjdeliyor. Gençlerin dudaklarında kulaktan kulağa yayılan ıslıklar birleşiyorlar ve bir rüzgara, yeni değişim rüzgarına dönüşüyorlar. İşte o yüzden biz de bu yolun başından beri “Bir ıslık da sen çal” diyerek tüm insanlarımızı, tüm gençlerimizi bu değişime çağırıyoruz” (Kılıçdaroğlu, 2011: 89-90).

“Bir Islık da Sen Çal”, CHP’nin sadece seçim şarkısı olarak kullanılmamış, şarkının ismi CHP’nin değişim sloganlarından biri haline getirilmiştir. Ayrıca, partinin sosyal medya kampanyalarından biri de yine bu slogandan temel almış ve <http://birislikdasencal.net> ve www.facebook.com/birislikdasencal olmak üzere birer İnternet sitesi ve Facebook sayfası oluşturulmuştur. Bu uygulamalar ile kullanıcılara harita üzerinden buldukları şehri seçerek,

⁴⁵ http://www.chp.org.tr/?page_id=745 adresinde yer alan CHP Seçim Müzikleri içerisinde bulunmaktadır. Erişim Tarihi: 14 Şubat 2013.

ıslık çalmalarını sağlayan bir platform sunulmuş ve seçmenlere de kampanyaya doğrudan katılma olanağı sağlanmıştır. Böylece CHP, yeni medyayı da seçim kampanyasının bir destekleyicisi olarak kullanmaya başlamıştır.

1950’li yıllarla başlayan seçim kampanyaları, günümüzde teknolojinin de gelişmesiyle siyasal iletişim çalışmalarının etkin olarak yapıldığı aktiviteler haline gelmiştir. İnternet, bu etkinliklere yeni bir boyut ve soluk getirmiştir. Partiler, İnternet vasıtasıyla mevcut kampanyalarını desteklemenin, hızlı ve interaktif bir kampanya oluşturmanın yollarını aramaktadırlar (Köksoy, 2008: 68). Rachel K. Gibson ve diğerlerine göre özellikle parti web sayfaları siyasal partilere birçok fırsatlar sunmaktadır. Kitle iletişim araçlarından en yenisi İnternet üzerinde yapılan parti ve kampanya çalışmaları iki temel aktivite üzerine yoğunlaşmıştır. İlki İnternet’in partilerin kampanyalarını nasıl etkileyeceği ve bunları profesyonel bir tekniğe nasıl çevireceği üzerine diğeri ise partilerarası seçim yarışı ve özellikle İnternet’in daha küçük partiler için halk desteğini artırma ve eşitlikçi bir medya fırsatı sağlaması üzerinedir (aktaran Köksoy, 2008: 68).

▪ **Özgürlükçü Demokrasi**

Seçim dönemi için hazırlanan ve CHP’nin iktidara geldiğinde sunacağı hizmetleri örneklendiren 2011 Seçim Bildirgesi, özellikle özgürlük ve özgürlükçü demokrasi kavramlarını ön plana çıkarmaktadır. Bildirgede, Türkiye’nin özgürleşme ve demokratikleşme yolunda gerçekleştirdiği üç büyük dönüşümün altında CHP’nin imzası olduğu vurgulanırken, CHP iktidarında gerçekleştirilecek yeni dönüşümün Türkiye’de özgürlükçü demokrasinin kurulması olacağı belirtilmektedir.

CHP Bilim, Yönetim ve Kültür Platformu’nun Mayıs 2011’de hazırladığı Demokrasi Raporunda “CHP, Türkiye’de, insan haklarına saygının tam olarak sağlanacağı, her vatandaşın eşit yurttaş olacağı, sosyal adaletin hayat bulacağı, parlamentarizmin güçlendirileceği özgürlükçü demokrasiyi kuracaktır” (CHP BYKP Çalışmaları, 2011: 5) ifadesi yer almaktadır. Rapora göre klasik demokrasi anlayışı, çoğunluğun iktidara sahip olması ilkesinden ödün vermeyen, ama azınlıkların veya tek tek her insanın da çoğunlukların iktidarına karşı korunmaları gerektiğini savunan özgürlükçü demokrasi anlayışına evrilmiştir.

Özgürlükçü demokrasinin beş ana ilkesi ise Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi (AİHM) kararları ve Avrupa Birliği'nin (AB), aday ülkeler için belirlediği Kopenhag Kriterlerine dayanarak tanımlanmıştır. Özgürlükçü demokrasinin söz konusu ilkeleri şu şekildedir: insan haklarına saygı, istikrarlı ve kurumsallaşmış demokrasi, hukuk devleti ve hukukun üstünlüğü, azınlık haklarına saygı ve siyasal-toplumsal çoğulculuk (CHP BYKP Çalışmaları, 2011: 13-14).

Özgürlükçü demokrasi kavramı CHP'nin 2011 Seçim Bildirgesinde de geniş bir şekilde ele alınmıştır. Bildirgede, özgürlükçü demokrasinin kurulması için öncelikle yeni bir toplumsal sözleşmeye, Türkiye'de yaşayan herkesin özgürlüklerini alabildiğine genişleten ve hükümetlerin baskıcı politikalarından koruyan yeni bir anayasaya ihtiyaç olduğunun altı çizilmiştir. Ayrıca, Türkiye'de kurulacak özgürlükçü demokrasinin en önemli yapı taşlarından birinin parlamenter sistemin güçlendirilmesi olduğu ifade edilerek, gündeme getirilen "başkanlık sistemi" gibi önerilerin olumsuz sonuçlara yol açacağı ve 12 Eylül rejimini bir adım ileriye götürerek tek adam yönetiminin kapısını açacağı öne sürülmüştür. Özgürlükçü demokrasi ile ilgili olarak bildirgede üstünde durulan diğer konular ise hukukun üstünlüğünün garanti altına alınmasının, kişi hak ve özgürlüklerine saygı gösterilmesinin, düşünce, ifade ve düşünceleri yayma özgürlüğünün önemidir.

CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu da Oktay Ekşi ile gerçekleştirdiği röportajda CHP'nin dört büyük değişim gerçekleştirdiğini ifade etmektedir. Kılıçdaroğlu'na göre CHP'nin gerçekleştirdiği birinci ve en büyük devrim Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasıdır. Bu açıdan CHP, 1923 yılında Cumhuriyeti kuran ve egemenliği halka veren partidir. CHP'nin ikinci büyük değişimi 1946 yılında başlamış ve 1950 yılında tamamlanmıştır. Türkiye, bu süreçte çok partili yaşama taşınarak, demokrasinin temelini atmıştır. CHP üçüncü olarak, Türkiye'nin siyasi yelpazesine 1970'li yıllarda "Ortanın solu" hareketi ile sosyal demokrasiyi katmıştır. Son olarak CHP'nin iktidarı devrettiği 1950 yılından bu yana Türkiye'de özgürlükler, eşitlik, insan hakları ve emek için mücadele ettiklerini söyleyen Kılıçdaroğlu, tarihi miraslarının kendilerine gösterdiği yeni hedefin ise özgürlükçü demokrasi olduğunu söylemektedir. Özgürlükçü demokrasi için hukukun üstünlüğünün tesis edilmesi, temel hak ve hürriyetlere saygının sağlanması gerektiği vurgusunu yapan Kılıçdaroğlu, özgürlükçü demokraside herkesin, her fikri özgürce konuşacağını ve yazacağını belirtmiştir (2011: 1-2).

Özkan Ağtaş da “Siyaset Sahnemiz, Popülizm ve Eskisiyle, Yenisıyla CHP” adlı makalesinde CHP seçim bildirgesini, “Yalnızca 2007 ile 2011 seçim bildirelerinin önceliklerini karşılaştırmak bile, söylemdeki keskin dönüşü gösteriyor. 2007 bildirgesi ulus-devlet, üniter yapı ve laiklik vurgusuyla açılıyordu; bildirgenin ilk sıraya koymayı tercih ettiği gündem ise “Terör, Güvenlik, Huzur” başlığını taşıyordu. 2007 bildirgesindeki karanlık havanın tersine, 2011 seçim bildirgesine özgürlükçü demokrasi vurgusu hakim; CHP’nin geleneksel niteliklerinin yanına, özgürlükçülük, eşitlikçilik, dayanışmacılık ve çoğulculuk da ekleniyor” (2011: 52) şeklinde değerlendirmektedir.

Partinin 2011 Seçim Bildirgesinde özgürlükçü demokrasinin bir diğer temel ilkesinin **çoğulculuk** olduğu belirtilmektedir. Bu açıdan siyasi anlamda çoğulculuğun oy oranı ne olursa olsun tüm siyasal grupların örgütlenme ve temsil haklarının tanınmasını sağladığı, tüm siyasi gruplara adil yarışma şartlarının sağlanması için uygun politik zemini hazırladığı ve çoğunluğu elinde tutanların, siyasi alanı tekseslileştirmesini engelleyecek kurum ve kuralların uygulanmasını gerekli kıldığı ifade edilmektedir. Çoğulculuk ilkesinin toplum için de geçerli olduğu vurgulanırken, toplumsal farklılıkların hukuk düzeni tarafından tanınması ve korunması gerektiğinin altı çizilmektedir.

CHP, Kürt sorununun da, bu anlayışla, tek seslilik ve tepki politikaları ile değil, sosyal demokrat özdeki çoğulcu politikalar ve evrensel değerler çerçevesinde aşılabileceğine inanmaktadır (Süllü, 2007: 192). CHP Parti Programında, ülkemizde farklı etnik yapıların, farklı kültür ve kimliklerin var olması, bunların varlıklarını sürdürmesi ulusal bir zenginlik olarak değerlendirilmekte ve bu yapılar çoğulculuk anlayışının bir gereği olarak nitelendirilmektedir. “CHP ve Kürt Meselesi: Kürtler CHP’yi Böler Mi?” adlı çalışmasında Ayşen Uysal, CHP’nin parti programında “etnik farklılıklar ülkemizin zenginliğidir”, “etnik kimlik bir şereftir” ifadelerine yer verilen bu bölümün, ulus-devlet modeliyle birlikte gelişen Rousseaucu evrensel yurttaşlık anlayışını temel aldığını belirterek, “Buna göre etnik kimlik kamusal alanda görünür kılınmaz, ancak özel alanda ifade edilebilir. Devletin kimlik farklılıklarına gözü kör olmalı ve tüm yurttaşlarına eşit davranmalıdır. Söz konusu model entegrasyon politikalarını benimsediği için, CHP de programında bu politikalara yer verir. Program asimilasyoncu politikaları ırkçılıkla özdeş görüp karşı çıkar. Buna karşılık ulus-devlet çatısı altında uygulanacak entegrasyon politikalarını kimliklerin özel alanda yaşanabilmesi için teminat olarak kabul eder” (2013: 23) saptamasını yapmaktadır.

Parti programında, CHP'nin amacının Lozan Antlaşması ile azınlık olarak nitelenmiş olan yurttaşların, kendilerine tanınmış olan dini ve kültürel azınlık haklarından eksiksiz olarak yararlanmalarını sağlamak olduğu belirtilirken, CHP'nin Kürt sorununa yaklaşımı da bu çerçevede ele alınmaktadır. Programa göre CHP, daha 1989 yılında Kürt kökenli yurttaşların karşılaştıkları sorunları ortaya koymuş; bulunacak çözümlerin ise etnik köken farklılıklarına, kültürel çoğulculuğa, bireysel kültürel haklara saygı duyarak gerçekleştirilmesi gerektiğini öne sürmüştür. Ayşen Uysal, CHP'nin Kürt sorununa yaklaşımını şu şekilde değerlendirmektedir:

“CHP tarihine Kürtler ve Kürt siyasi hareketi çerçevesinde baktığımızda, kuruluşundan bu yana partinin çizgisinin meseleyi ekonomik ve toplumsal gelişmişlik ekseninde ele aldığını görürüz. Bu yaklaşıma göre, bir yandan ekonomik alt yapıdaki yetersizlikler, diğer yandan toplumsal az gelişmişlik ve feodal düzen bölgede sorunların ortaya çıkmasına yol açmıştır. Parti metinlerinde ve söylemlerinde hakim dil etnik kimlikleri yadsır ve sorunu kimlik eksenli tanımlamaz. Genel çizgi bu olmakla birlikte, tarihin bazı dönemlerinde bu çizgiden sapmalar gözlenir. Bu sapmaların biri “sol sapma” olarak niteleyebileceğimiz, SHP'nin 1989 Raporu ile vücut bulan tespit ve politikalarıdır. Raporun, sorunun ekonomik boyutuna özel bir önem atfetmekle birlikte etnik kimliklerden ve etnik çoğulculuktan söz etmesi bir yeniliktir” (2013: 28).

CHP'nin benimsediği ilkelerden milliyetçilik ilkesinin yine çoğulculuk anlayışını benimsediği, etnik ve kültürel kimliklere saygılı olduğu Parti Programında vurgulanırken, bu ilke; ırk, köken, din, mezhep, bölgencilik, kavimcilik anlayışlarının, ulusal düzeyde aşılması olarak tanımlanmaktadır. CHP, bu doğrultuda ülkenin sorunlarının çözümüne ırk temelinde değil yurttaş temelinde yaklaşmak gerektiğini, Türkiye'nin bölünmesine ve parçalanmasına yönelik tüm düşüncelerin ise kesinlikle reddedilmesi gerektiğini belirtmektedir.

▪ 12 Haziran 2011 Genel Seçimleri'nde CHP

12 Haziran 2012 seçimleri'nden kısa bir süre önce değişen parti lideri seçiminde bir heyecan yaratmıştır, ancak bu seçim sonuçlarında büyük bir değişiklik yaratmamıştır. 2002 ve 2007 seçimlerinde aldığı oylarla ana muhalefet partisi olarak meclise giren CHP, 12 Haziran 2012 Genel Seçimleri'nde yüzde 25,9 oranında oy almıştır. Seçim sonuçları genel olarak

değerlendirildiğın, aldığı bu oy oranıyla yine ana muhalefet partisi olarak meclise giren CHP'nin, 2007 Genel Seçimleri'ne göre oy oranını ve meclise giren milletvekili sayısını arttırdığı görülmektedir. Konda Raporuna (2011) göre CHP seçmeninde ideolojik seçmen çoğunluktadır. Deniz Baykal'ın Genel Başkanlık döneminde CHP seçmeninin yüzde 11'i lidere oy verirken, Kılıçdaroğlu ile bu oran yüzde 20'lerin üzerine çıkmıştır. Yine rapora göre CHP, eğitilmiş, yüksek gelirli, daha kentli bir seçmen grubuna sıkışmış durumdadır. Eğitim seviyesi arttıkça CHP desteği artmaktadır ve Kılıçdaroğlu'nun seçim kampanyaları düşük eğitim seviyesindeki seçmene ulaşmak ve oy tabanını geliştirmek açısından sonuç vermemektedir.

1977'de yüzde 42 oy oranını yakalayarak dönemin en yüksek oyunu alan CHP, 2011 Seçimlerinde aldığı oylarla 34 yıl sonra genel seçimler bazında en yüksek oy oranını yakalamıştır. Cumhuriyet Halk Partisi Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu, milletvekili sayısını artıran tek partinin CHP olduğunu belirterek, sonuçları "CHP bu kısa süre içinde 3,5 milyon yeni oydaş kazanmıştır. Daha güçlüdür, 12 Eylül darbesinden bu yana en yüksek oyunu almıştır" sözleriyle değerlendirmiştir. 2007 seçimlerinde Tekirdağ, Kırklareli, Edirne, Muğla ve İzmir olmak üzere beş ilde birinci parti olan CHP, 2011 seçimlerinde bu illerin yanı sıra Tunceli ve Aydın'da da birinci olmuş ve milletvekili çıkaramadığı illerin sayısı 36'dan 32'ye düşmüştür. CHP, en düşük oyu ise Hakkari'den almıştır. 2011 Genel Seçimleri ile CHP MYK üyelerinden Gürsel Tekin, Sencer Ayata, Süheyl Batum, Osman Korutürk, Hurşit Güneş, Umut Oran, Volkan Canalıoğlu, Alaattin Yüksel, Sena Kaleli, Sezgin Tanrıku ilk kez milletvekili olarak Meclis'e girmiştir. CHP'den aday olan Ergenekon sanıkları Mustafa Balbay ve Mehmet Haberal da seçimde aldıkları oylarla milletvekili seçilmiştir.⁴⁶

▪ **CHP ve Yeni Medya**

CHP'nin resmi İnternet sitesi olan <http://www.chp.org.tr> 1996 yılında kurulmuştur. Partinin yaşadığı kırılma süreçlerinin de etkisiyle İnternet sitesinde çeşitli değişikliklerin yapılmasına ihtiyaç duyulmuş, site eklenen farklı uygulamalarla seçmenlerle kurulacak iletişimin aktif bir parçası haline getirilmeye çalışılmıştır. 2010 yılında Kemal Kılıçdaroğlu'nun CHP Genel

⁴⁶ <http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalDetayV3&ArticleID=1052591&CategoryID=78>
Erişim tarihi: 18 Şubat 2013.

Başkanı olmasının ardından yaşanan değişim süreci ile birlikte CHP'nin resmi İnternet sitesinde de bir yenilemeye gidilmiştir. 3 Aralık 2010 tarihinde yapılan değişiklik bir gün öncesinde Kemal Kılıçdaroğlu'nun resmi Twitter hesabından duyurulmuş ve partinin “yeni” söylemi bir kez daha vurgulanırken, İnternet ortamında görünür olmaya verilen önem de CHP Genel Başkanı tarafından ifade edilmiştir.

Şekil 11. Kemal Kılıçdaroğlu'nun resmi Twitter hesabından (@kilicdarogluk) yapılan duyuru



Kılıçdaroğlu, CHP'nin yenilenen resmi İnternet sitesinin tanıtımı ve yayına açılması nedeniyle düzenlediği basın toplantısında Türkiye'de 22 milyon kişinin İnternet kullandığını belirterek, onlarla bir şekilde bağlantı kurmanın ve düşüncelerini aktarmanın kendileri için çok önemli olduğunu söylemiştir. Özellikle gençlere ulaşmanın en güzel yollarından birinin İnternet olduğunu sözlerine ekleyen Kılıçdaroğlu, bu amaçla Facebook ve Twitter'ın da kullanılabilceğini belirtmiştir⁴⁷.

CHP'nin mevcut İnternet sitesinin, basın toplantısındaki bu söylemi destekler biçimde "Kılıçdaroğlu'nu İzleyin" başlığıyla Facebook ve Twitter bağlantısı içerdiği görülmektedir. Bu sosyal medya bağlantılardan Facebook bağlantısı CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'nun resmi Facebook sayfasına erişimi sağlamaktadır. Söz konusu sayfanın duvarı, kullanıcı paylaşımlarına kapatılmıştır. Kullanıcılar, sadece sayfa yönetimi tarafından oluşturulan içeriklerin altına yorum yaparak kendi görüşlerini sayfaya aktarabilmektedir. Kullanıcıların yorum yaparken uyması gereken bir takım kurallar bulunmaktadır. Yine bu sayfada, sınırlı olan etkileşimin desteklenmesi adına sayfa yönetimi tarafından oluşturulan "Kürsü Senin" içeriği ile kullanıcılara gündemle ilgili görüşlerini belirtebilecekleri ve Kemal

⁴⁷ <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/printnews.aspx?DocID=16441051> Erişim tarihi: 13 Şubat 2013.

Kılıçdaroğlu'na kendi mesajlarını iletebilecekleri bir alan sunulmaya çalışılmıştır. Ancak buradaki iletişim de yine kullanıcıların yazacağı yorumlarla sınırlı kalmaktadır. CHP'nin sitesinde yer alan Twitter bağlantısı ise yine Kemal Kılıçdaroğlu'nun resmi hesabı olan @kilicdarogluk hesabına erişimi sağlamaktadır.

Şekil 12. CHP Resmi İnternet Sitesi Ekran Görüntüsü⁴⁸



Yeniden yapılandırılan ve bugünkü görünümünü kazanan İnternet sitesi, eklenen içeriklerle birlikte 2011 Genel Seçimleri'ne yönelik çalışmalara da destek sağlamıştır. CHP, Kemal Kılıçdaroğlu Genel Başkanlığında ilk kez katıldığı bu seçimlere yönelik içerikleri, “Seçim Projeleri 2011” ve CHP Çalışıyor menüsünün altında yer alan “Seçim 2011” butonları ile siteye aktarmıştır. Açılan sayfa seçim dönemindeki etkinliklere, reklam filmlerine, broşürlere ve milletvekili aday bilgilerine yönelik bir arşiv niteliğindedir. Burada yer alan içerik, Aday Listesi, Seçim Bildirgesi, CHP Aday Albümü, Seçim İletişim Kılavuzu, Tanıtım Filmleri,

⁴⁸ <http://www.chp.org.tr> . Erişim tarihi: 15 Şubat 2013.

Billboard Reklamları, Raporlar, Kitapçıklar, Broşürler, Seçim Takvimi ve Sandık Listeleri şeklindeki açılır menü başlıklarından oluşmaktadır. Sayfada yer alan bannerdaki www.herkesicinchp.com adresine ise sitenin artık kullanılmamasından dolayı erişim sağlanamamaktadır.

Parti sitesinin ana sayfası çeşitli bannerlar, açılır menüler ve site içinde ya da dışında yer alan bazı içeriklere bağlantı paylaşan butonlardan oluşmaktadır. Açılır menüler, “**Biz Kimiz**” (alt menüler: CHP Tarihi, CHP Programı, CHP Tüzüğü, CHP Yönetmelikleri, CHP Seçim Bildirgeleri, Raporlar, Kurumsal Kimlik ve İletişim), “**Yönetim**” (alt menüler: Genel Başkan, Parti Yönetimi, Yerel Yönetimler) ve “**CHP Çalışıyor**” (alt menüler: CHP Haberleri, Basında CHP, CHP Videolar, Yerel Yönetimlerde Çalışıyoruz, Türkiye’de Neler Oluyor?, Arşiv, Seçim 2011) başlıklarından oluşmaktadır. **Halkın Gündemi** başlığına tıklandığında açılan sayfada ise CHP’ye ait çeşitli broşürler, görseller, iç ve dış reklam mecralarında kullanılmak üzere hazırlanan dokümanlar bulunmaktadır. Bu dokümanların, kullanıcılar tarafından indirilebileceği belirtilirken sayfanın altına paylaşım ikonları da eklenmiştir.

Site içeriğini Rusça, İngilizce ve Arapça olmak üzere üç farklı dil seçeneği ile görüntülemek mümkündür. Farklı dillerde sağlanan yayınlar ilk önce İngilizce yayın ile başlamış, ardından Arapça yayına geçilmiş ve son olarak da Rusça yayın başlatılmıştır. CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu, yayına geçilen dillerle ilgili farklı mesajlar yayınlamış ve bu dillere verdikleri önemin gerekçelerine değinmiştir. Örneğin; CHP’nin, Arapça konuşan bütün halklara ulaşmak ve onlarla Türkiye arasında yeni bağlar oluşturmak için sitenin Arapça yayınına büyük önem verdiklerini belirten Kılıçdaroğlu’nun verdiği mesaj şu şekildedir:

"İletişim, önyargıları ortadan kaldırır. İnsanların birbirlerini daha iyi tanımalarını sağlar. Bugün Arapça konuşan ülkelerde büyük bir değişim isteği dile getiriliyor. Bu değişimin, barışçıl bir biçimde sürdürülmesi, demokratik ve özgür bir ortam yaratması ve refahın daha adil bir şekilde paylaşılmasıyla daha fazla fırsat eşitliğine olanak vermesi en büyük temennimizdir. Mustafa Kemal Atatürk’ün ilke ve devrimleri ışığında İslam dini ile laik yaşamı sentezlemiş bir cumhuriyet yaratma başarısı göstermiş olan Türkiye, demokratik ve özgür yaşam arayışı içinde olan kardeş Arap halklarının yanındadır. CHP, Afrika ve Ortadoğu’da insan onuruna yaraşır rejimlerin varlığını savunmaktadır. Yüzyıllarca kader birliği yaptığımız halklarla yeniden ve daha özgür bir ortamda birlikte olmak temel

uğraşımız olacaktır. Sitemizdeki Arapça yayının ülkemizde ve bütün dünyada Arapça konuşan herkese hayırlı olmasını diliyorum, eşit ve özgür bir dünya diliyorum." ⁴⁹

Şekil 13. CHP Resmi İnternet Sitesinin Arapça Yayın Görüntüsü⁵⁰



Parti sitesinde yer alan içerikler genel kullanıcıya açıktır ancak sitenin ana sayfasında siteye üye olmayı sağlayan bir buton ve hali hazırda üye kullanıcılar için kullanıcı adı ve parola yazılarak girilen bir giriş alanı da bulunmaktadır. Üye kullanıcılar, sitede yer alan uygulamalara yorum yapabilmektedir ve bu yorumlar kişinin kullanıcı adı ile uygulamanın altında görüntülenmektedir.

Yeni medya ile geleneksel medyayı birleştiren bir uygulama olan "Meclis TV İzle" seçeneği ile CHP sitesi üzerinden TBMM TV'nin canlı yayınlarını izlemek mümkündür. Söz konusu yayın platformunun altında ise uygulamanın en doğru şekilde Internet Explorer'da çalıştığına yönelik bir not yer almaktadır.

⁴⁹ <http://www.milliyet.com.tr/chp-den-arapca-internet-sitesi/siyaset/sondakika/25.02.2011/1356926/default.htm>
Erişim tarihi: 13 Şubat 2013.

⁵⁰ <http://www.chp.org.tr/ar/> . Erişim tarihi: 15 Şubat 2013.

Parti web sitesinin en alt bölümünde ise yine site içindeki bir içeriğe ya da başka bir siteye erişim sağlayan çeşitli bağlantılar bulunmaktadır. Site içindeki sayfalara erişimi sağlayan butonlar Yerel Yönetimler, Halkla İlişkiler, Bilim Yönetim ve Kültür Platformu ve İdari Mali İşler Başkanlığı'dır, başka bir siteye erişimi sağlayan butonlar ise Parti İçi Eğitim, Kadın Kolları, Gençlik Kolları, AB Brüksel Temsilciliği ve İşsizseniz İşimiz Sizsiniz'dir. Bu bağlantılardan İdari Mali İşler Başkanlığı, aidat ödemeleri ve bağış yapmak için kullanılacak sistemleri göstermekte ve bunların nasıl kullanılacağını anlatmaktadır. Ana sayfanın çeşitli bölümlerinde gördüğümüz E-Ödeme bağlantısı, açılan sayfada da bulunmaktadır. Bu bölüm yine ödemeler ve bağışla ilgili olup "Mobil Aidat", "Kredi Kartı İle Aidat" ve "Bağış" bölümlerinden oluşmaktadır. Mobil Aidat sistemine SMS ile abone olunmakta ve kullanıcı üyeliğini iptal edene kadar sistemin içinde kalmaktadır.

Sitede yer alan Halkla İlişkiler bağlantısı, halkın gündemi, sizden gelenler gibi seçeneklerle kullanıcıların partiye görüş bildirebilecekleri bir sayfaya erişimi sağlamaktadır. Burada CHP'ye yazılan mektupların taranarak siteye yüklendiği ve gelen e-maillerde yer alan konuların özetlendiği gözlenmektedir. Ayrıca partiye gönüllü olarak katılmak için yine bu sayfada yer alan bağlantılardan yararlanmak mümkündür. Partiye katılım, sadece bu gönüllülük bağlantısı ile sınırlı değildir, parti web sitesinin ana sayfasında yer alan "Takıma Katılın" bağlantısı, partiye katılmak isteyen kullanıcılar için çeşitli katılım seçenekleri sunmaktadır. Bu seçenekler gönüllü olmak, parti üyeliği ve Bilim, Yönetim ve Kültür Platformuna katılmak şeklinde sıralanmakta ve ayrı bağlantılar üzerinden gerçekleştirilmektedir. Yurtdışında yaşayan kullanıcılar ise yine parti ana sayfasında yer alan "Yurtdışından Takıma Katılın" bağlantısı ile erişim sağladıkları sayfada yer alan "Başvuru Formu" ile partiye katılma olanağına sahiptir. Ancak, bu sayfada diğer sayfada olduğu gibi katılımın niteliğini belirten bir seçenek bulunmamaktadır.

CHP, İnternet sitesinde yeni medyaya yönelik iki uygulama daha başlatmıştır. Bunlar E-sandık ve CHP Mobil Uygulamalarıdır. E-sandık, seçmen bilgilerinin öğrenilebileceği, kişinin hanesinde ve sandığında oy kullanan diğer seçmenleri görebileceği bir uygulamadır. Bu uygulama, e-Sandık iPhone ve e-Sandık Android uygulaması olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Uygulama içinde yapılan sorgulama, T.C. Kimlik Numarası ile yapılacak girişin ardından gerçekleştirilmektedir. Diğer bir uygulama olan CHP Mobil Uygulaması ise yine akıllı telefonlar için hazırlanmış olan bir uygulamadır. Uygulama ile CHP hakkındaki son dakika

haberlerini takip etmek, Tarihçe, Program ve Tüzük içeriklerine ulaşmanın mümkün olduğu belirtilmektedir. Yöneticilerin çalışmaları ve iletişim bilgileri de yine mobil uygulama içinde yer almaktadır. Bu uygulama da E-sandık uygulamasına benzer biçimde, kullanıcılarına CHP Mobil iPhone ve CHP Mobil Android olmak üzere iki seçenek sunmaktadır.

Şekil 14. CHP Mobil Uygulamaları Görüntüleri⁵¹



CHP'nin sosyal medya ortamlarını kullanmasına ilişkin olarak, Gürsel Tekin 27 Kasım 2013 tarihinde yapılan görüşmede “Yani iletişim araçları, bu çağımızdaki iletişim araçları, aynı zamanda silah gibidir. İyi kullanırsanız hiçbir sorun yok. Kötü kullanırsanız silah her zaman size dönebilir. Nasıl ki birçok insanın ruhsatlı silahı varsa bu sosyal medya da ruhsatlı silah gibidir” açıklaması yapmıştır. Buradan da anlaşılacağı üzere CHP de sosyal medya ortamlarının sağladığı olanakların farkındadır. Gürsel Tekin özellikle Türkiye’de Facebook’un toplumun her kesimince kullanıldığını belirterek, “Türkiye’de hemen hemen her bölgede rahatlıkla Facebook kullanılıyor. Tweet belki o boyutta olmasa da çok rahatlıkla kullanılıyor. Anadolu’ya da gittiğinizde iki şeyi mutlaka görüyorsunuz yani, eve girdiğinizde eksik değildir televizyon ve bilgisayar. Televizyon ve bilgisayar insanların olmazsa olmaz birer parçaları oldu” diyerek, sosyal medya ortamlarında bir etkinliği duyurmanın oldukça faydalı olduğuna işaret etmektedir. Tekin, sosyal medya ortamında üzerinde oydaşılan netiket

⁵¹ http://www.chp.org.tr/?page_id=99374 . Erişim tarihi: 16 Şubat 2013.

kurallarına uygun davranmanın gereğine de dikkat çekmektedir: “Zaman zaman özellikle Tweet’te görüyorum gerçekten sokakta, kahvede herhangi bir yurttasın bir başka yurttasa söyleyemeyeceği kelimeleri oraya yazmak insani de değildir vicdani de değildir. Umut ediyorum ki belki bu mecrada da herkes böyle ehlileşir, daha anlaşılabilir, birbirini anlayan, birbiriyle iletişim kurabilecek bir kanalı kurabiliriz. Aksi takdirde küfürle, hakaretle iletişim kurmak iletişim çağımıza da yakışan bir tavır değildir.”

2011 Genel Seçimleri’nde CHP’den İstanbul’dan milletvekili adayı olan gazeteci Cem Seyman da 6 Ocak 2013 tarihli görüşmede Twitter kullanımına ilişkin şu saptamayı yapmıştır: “Twitter’da çok çok çok daha doğal olmak zorundasınız. Yani günlük hayatın akışını günlük hayatın diliyle anlattığınız zaman insanlar size daha çok yaklaşıyor, takip ediliyorsunuz yani.” CHP’nin Halkla İlişkiler Birimi sorumlusu Melih Morsümbül ile 24 Ocak 2013 tarihinde yapılan görüşmede ise, sosyal medya ortamlarını daha çok ölçüm amaçlı kullandıkları ortaya çıkmıştır.

Kısaca özetlemek gerekirse, CHP İnternet sitesinin 2010 yılında başlayan yenilenme süreci ile birlikte etkileşime ve katılıma daha açık, sosyal medya ile bütünleşmiş bir platform yaratılması amaçlanmıştır. Sunulan içeriklerin parti genel başkanına ait fotoğraflar, konuşmalar, partiye ilişkin dokümanlar, raporlar, haberler, videolar, görsel ve yazılı metinlerden oluştuğu web sayfası, çok sayıda banner içermektedir. Zaman zaman flash kullanımı ile desteklenen bu bannerlar genellikle partiye ait yeni medya uygulamaları (CHP Mobil Uygulaması, CHP E-Sandık Uygulaması, Mobil Aidat vs) için hazırlanmıştır. Ayrıca, partinin CeBIT 2012 Fuarına katılım bilgisi ve fuarda kullandığı “İşin İçinde Bilişim Var” sloganı yine banner uygulaması ile sitede duyurulmaktadır. Sitenin mobil versiyonlarının bulunması, yeni medyanın parti tarafından daha etkin kullanılmaya çalışıldığı bir göstergesi olarak değerlendirilebilmektedir. Site içerisinde yer alan içeriklerin birçoğu için bilgisayara indirme seçeneği bulunurken, sayfaların altında çalışır durumdaki paylaşım ikonları yer almaktadır. Partinin seçim döneminde kampanyanın bir parçası olarak kullanmaya başladığı yeni medya uygulamaları (Facebook sayfaları ve farklı web siteleri) ise seçim döneminden sonra kaldırılmış ve partinin yeni medya alanındaki bu çalışmalarında bir süreklilik sağlanamamıştır. CHP’nin resmi İnternet sitesine eklenen uygulamalar ve yine site üzerinden CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu’nun resmi Facebook ve Twitter hesaplarına verilen bağlantılar, partinin yeni medya kullanımı açısından olumlu birer örnek olarak karşımıza

çıkarken, belli uygulamalarda sürekliliğin sağlanmamış olması bu konuda bir yetersizlik teşkil etmektedir.

1.4.3. Milliyetçi Hareket Partisi

Milliyetçi Hareket Partisi (MHP), kuruluşundan bu yana Türk milliyetçiliği ve İslam eksenindeki duruşuyla Türkiye'nin siyasi hayatında belirgin bir rol oynamıştır. Gelenekçi anlayışın hâkim olduğu MHP ideolojisi, parti içi çatışmalar nedeniyle belli dönemlerde kısmen esnemiş, buna bağlı olarak partinin merkezdeki konumu zaman zaman sağa daha fazla yaklaşmıştır.

Partinin kurucusu olan Alparslan Türkeş'in ortaya koyduğu Dokuz Işık Doktrini'nden hareketle siyasi görüşünü tayin eden MHP, ülkücü (idealist) bakış açısının milli birliğin korunmasına hizmet ettiği savına sahip çıkar. Bu doğrultuda, bağımsız Türkiye Cumhuriyeti devletini koruyabilmek, ancak Dokuz Işık Doktrini kapsamında açıklanan ülkücülüğün ana ilkelerine sığınmakla mümkündür. Parti programında etkin olan dokuz ilke şunlardır: Milliyetçilik, Ülkücülük, Ahlakçılık, Toplumculuk, İlimcilik, Köycülük, Hürriyetçilik ve Şahsiyetçilik, Gelişmecilik ve Halkçılık, Endüstri ve Teknikçilik. MHP'nin alt yapısal mirasını aldığı Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi'ne (CKMP) de temel teşkil eden doktrinin, 8 Kasım 2009 tarihli MHP parti programında halen yerini koruduğu görülmektedir.

Günümüze dek 1. MC ve 2. MC hükümetleri haricinde yalnızca Türkiye Cumhuriyeti 57. Hükümeti koalisyonunda bulunan MHP'nin iktidar deneyimi oldukça sınırlıdır. 1977 Genel Seçimleri'nden bu yana belli bir oy eşiğinin altına düşmeyen MHP'nin oy durumu dönemsel çizgide parti içi çalkantılara bağlı olarak değişime uğramıştır. Buna rağmen, MHP'nin diğer partiler arasında her daim belirgin bir konumda bulunduğunu belirtmek gerekir. Öte yandan, partinin Türkiye siyasetinde iktidar çekişmelerinde dengeleyici bir unsur olarak gösterdiği varlık yadsınamaz. MHP'nin bugün içinde bulunduğu durumu daha iyi anlayabilmek için kuruluşundan bu yana yaşadığı dönüşümü özetlemek gerekir.

▪ MHP'nin Türkiye Siyasetindeki Yeri

Türkiye'deki kökleri 20. yüzyılın başlarına ve hatta öncesine uzanan modern milliyetçilik, dönemin fikir akımlarından beslenmiş ve partileşmek suretiyle siyasete dahil olmuştur. Bugün siyasi ortamda milliyetçi ideolojinin en belirgin temsilcisi halen MHP'dir. Alparslan Türkeş'in 1969 yılında kurduğu ve uzun yıllar boyunca genel başkanlığını yaptığı parti, temellerini Cumhuriyetçi Millet Partisi (CMP) ile Köylü Partisi'nin (KP) bir araya gelerek oluşturduğu CKMP'den alır.

CKMP öncesi dönemde Türkeş, 27 Mayıs 1960 darbesi akabinde kurulan Milli Birlik Komitesi'nde (MBK) Ondörtler arasında yer almaktaydı. MBK içinde anlaşmazlık dolayısıyla, söz konusu grubun mensupları gibi 1960 yılının Kasım ayında ihraç edilmişti. Sürgün dönüşünden bir süre sonra CKMP'ye dahil olarak parti genel müdürü olarak atandı. Burada, kapitalizm ve komünizme alternatif olarak gösterdiği Dokuz Işık Doktrini'ni geliştirdi. Amacı, kitleleri ülkücülük merkezinde birleştirmektir.

1969 yılının Olağanüstü Büyük Kongresi'nde adı MHP olarak değiştirilen CKMP, Kemalizm'in altı ok ideolojisinden beslenmiştir. Bu ideolojiyi antikapitalist, antikomünist, milliyetçi yaklaşım ile harmanlayan MHP ise, ülkücü hareketi kitleselleştirmek için sokağa yayılma politikası izlemiştir. Ülkücü hareketi, kökenindeki Türkçü akımdan farklılaştıran önemli bir özelliği, taşralı halk tabanına nüfuzu ve bununla birleşen popülist söylemidir (Bora ve Canefe, 2007: 164).

MHP'nin kuruluş yıllarına tekabül eden ve partinin kendini kamu nezdinde ispatlaması gereken 1960-1980 döneminde, milliyetçi-muhafazakâr etno-popülizm, *halk* kavramının baskın olarak sol içerik ve çağrışımlarla yüklenmesiyle, zorlu bir meydan okuma karşısında kalmıştır (Bora ve Canefe, 2007: 165). Halbuki, MHP'nin temel savunularından biri olan köycülük, **milletin cevherini bulmak için halka gitmek** romantizmine de başvurarak, **halkı millileştirmenin, halka milletliğini öğretmenin** stratejisini esas alır. (Bora ve Canefe, 2007: 148). Bu yüzden, 1960'lı yılların ortalarından itibaren 1980 darbesine dek sokaktaki sol hareketin bastırılmasında etkin biçimde görev alan Ülkü Ocakları Derneği, o dönemde iktidarın arka plandaki destekçiliğini yapmıştır.

1970'lerde bir yandan Kürt ve Alevi nüfusu hedef alan eylemlerin alt yapısını hazırlayan MHP, diğer yanda İslami değerleri öne çıkartarak Orta Anadolu'da oy toplamaya çalışmıştır. 1975 ve 1977 Milliyetçi Cephe (MC) hükümetlerinde kilit rol oynayan parti, kısa bir süre sonra MBK'nin paradoksal yaklaşımında hedeflerden biri haline gelmiştir.

Faaliyetleri 1980 darbesi neticesinde yasaklanan MHP, 1981'de lağvedilmiş ve liderine siyaset yasağı getirilmiştir. Türk milliyetçiliğinin yeniden dirilmesi ise, 1983 yılında kurulan Muhafazakâr Parti (MP) deneyimini bir kenara koyarsak, dört yıl sonra gerçekleşmiştir. 1985'te Milliyetçi Çalışma Partisi'nde (MÇP) bir araya gelen eski MHP kadrosu, çalışmalarına bir süre için söz konusu partinin çatısı altında devam etmiştir. 1987 referandumuyla Türkes siyasete geri dönmüş ve MÇP lideri olmuştur. Ardından Refah Partisi (RP) ve İslahatçı Demokrasi Partisi (IDP) ile bir araya gelerek üçlü ittifak kuran MÇP, 1991 seçimlerinde 19 milletvekili çıkarmıştır (Tablo 8). Bu dönemde, Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin (SSCB) dağılmasıyla bağımsızlıklarını kazanan Türki Cumhuriyetler'e ulaşmada partinin aracı rolü üstlendiğini de belirtmek gerekir (Başkan, 2006: 92).

Tablo 8. Seçimlerde MHP Oylarının Yüzesel Payı ve Milletvekili Sayısı

Tarih	Oy oranı (%)	MV sayısı
1965*	2.2	15
1969	3.02	1
1973	3.38	3
1977	6.42	16
1987**	2.93	-
1991**	16.87	62 ***
1995	8.18	-
1999	17.98	129
2002	8.4	-
2007	14.3	71
2011	13.01	53

* 1965 Genel Seçimleri'nde milliyetçi kanadın toplandığı siyasi parti CKMP'dir.

** 1987 ve 1991 Genel Seçimleri'nde, siyasi yasak dolayısıyla MHP kadrosunu MÇP temsil etmekteydi.

*** RP-MÇP-IDP ittifakından çıkan toplam milletvekili sayısıdır.

1980 askeri darbesi nedeniyle faaliyetleri sekteye uğrayan parti, yeniden bütünleşmesini ancak 24 Ocak 1993'te tamamlayabilmiştir. Bu tarihte, parti ismi yeniden MHP olarak değiştirilmiş, parti içinde İslami ideolojiye daha yakın duran kesim ayrılarak Büyük Birlik Partisi'ni (BBP) kurmuştur. Türk'e (2009: 116) göre, Muhsin Yazıcıoğlu ve ekibinin BBP'yi kurarak MHP'den ayrılması, bu dönemde MHP'de parti içi demokrasinin işlemediğinin göstergesidir. Esasen MHP'de parti içinde lider egemenliği, Türkeş'in parti içindeki tek belirleyici konumuyla pekiştirilmiştir. Yine de Türkeş'in son zamanlarında MHP'yi merkez sağa oturtmaya çalışması, 1995 Genel Seçimleri için MHP tabanından olmayan kişilerin partiye katılmalarını sağlaması, Türkeş'in önceki döneme göre daha uzlaşmacı bir yapı sergilediğinin göstergesidir (Türk, 2009: 121).

Bir sonraki genel seçimlerin yapıldığı 1995 yılında, MHP baraj altında kaldığından mecliste temsil edilme hakkı elde edememiştir. Partinin barajı geçememesinin temel sebebi, parti merkezinin teşkilatla bağıni büyük ölçüde koparmış olmasıdır. Bu yüzden Bahçeli ve ekibi göreve geldikleri tarihten 1999 seçimlerine kadar oldukça kapsamlı bir içe dönüş hareketi başlatmışlardır (Türk, 2009: 125).

1997'de Türkeş'in ölümünün ardından, MHP Genel Başkanlığı'na Devlet Bahçeli getirilmiştir. Böylelikle yeni bir döneme giren partide, geleneksel "lider" nosyonunun algısı değişmiştir. Hocoğlu (1997) bu değişimi açıklarken, "artık bundan sonra başbuğ olmayacak, sadece genel başkan olacak" manifestosunun, "artık bundan sonra tartışılmaz lider olmayacak" anlamında kullanılmış olabileceğine işaret eder.

12 Eylül sonrasında demokratik düzenin yeniden başlamasıyla MHP ve ülkücüler kutsal bir değer atfettikleri devlete daha mesafeli yaklaşmışlar ve daha toplum merkezli bir milliyetçiliği benimsemişlerdir (Kocabıyık, 2011: 130). Bu politik yönelimin sonuçları, MHP'nin 1999 seçimlerinde elde ettiği başarıda açıkça görülebilir. Ne var ki, burada sadece parti içi dinamiklerden bahsetmek yeterli değildir. PKK'nın artan gücü ve Abdullah Öcalan'ın seçimlerden bir yıl önce yakalanması da MHP oylarının artmasında önemli etkenlerdir. Seçimlerden ikinci sırada çıkan parti, DSP-MHP-ANAP koalisyonunda 129 sandalye ile mecliste temsil edilmiştir.

Başkan (2006: 89), küreselleşme perspektifinden sunduğu yaklaşımında, MHP’de parti içi dinamiklerin değişimindeki ard alana açıklık getirirken, MHP’nin merkez sağ partilerin oylarını tek bir potada toplamak yönündeki hedefini doğrular:

“MHP liderlerinin de farkında olduğu üzere, bu hedefi gerçekleştirebilmek ancak 1980 öncesi ideolojik duruşun (örneğin, Türkiye’nin AB üyeliğinin reddi, ithal ikamesinin savunulması vb.) terkedilmesiyle mümkündür. Dolayısıyla, küreselleşmenin etkileri toplumsal, siyasal ve iktisadi koşullara uyum sağlamak adına ilk kez olarak parti gündemine girmeye başlamıştır.”

Bununla birlikte, 1999 seçimlerinde edinilen başarı, parti için krizle sonuçlanmıştır. Partinin koalisyon ortağı olarak iktidarda söz elde ettiği bu dönemin gündem konuları (Abdullah Öcalan’ın durumu, AB politikaları, 2001 ekonomik krizi, başörtüsü sorunu, yolsuzluk vd.) karşısında parti genelinde sergilenen tavır başarıya ket vurmuş ve hükümeti erken seçime götürmüştür.

Ülkücü hareketin toplumsal hayat içindeki rolünün sınırlandırılması da bu dönemin hemen ardından gündeme getirilmiştir. 2002 Genel Seçimleri’nden sonra Bahçeli’nin sergilediği görece “esnek” tavrın, linç girişimlerine bağlı olarak ortaya çıkan olayları yatıştırdığı söylenebilir. Yine bu süreçte, MHP’nin cumhurbaşkanlığı seçiminde takındığı yapıcı tavır ile başörtüsü sorununa yaklaşımı, bir sonraki seçim döneminde partinin aldığı oyların artmasında etkili olmuştur. Türk’e (2009: 135) göre, MHP’nin 2007 Genel Seçimleri’nde izlediği politika, dış mihraklar ve onun içerideki destekçileri üzerine kuruluydu. Partinin popülist bir söylemle hükümete yüklendiği temel konular (Irak’taki gelişmeler, AB süreci ve Kıbrıs) oyların artmasındaki belirleyici unsurdur.

Kısaca toparlamak gerekirse, yukarıda bahsedilen süreç içerisinde devlet tabanlı milliyetçilikten toplum kaynaklı milliyetçiliğe yönelen çizgisinde MHP, siyasi ortamın dönemsel koşullarına bağlı olarak stratejik hedeflerini tayin etmiştir. 1980 öncesi dönemde marjinal olarak nitelendirilebilecek olan parti, bu tarihlerde İslam’ın parti içinde artan dozuyla nüfusun büyük çoğunluğu ile birliktelik kurmak yoluna gitmiştir. 1990 sonrasında ise, Türkiye’de İslam’ın siyasallaşmasına bağlı olarak diğer partiler ile olan sınırlarını tayin etmek için dini tonunu azaltmıştır. Bu noktada, MHP’nin muhafazakâr tabanının beklentilerini karşılamak ve İslamcı partilerden sıyrılmak arasında bir ikilem yaşadığı ifade edilebilir

(Başkan, 2006: 93). Siyasi hayatındaki kesintilere karşın MHP, özellikle 12 Eylül'ün ardından Türkiye siyasetindeki rolünü daha temkinli ve istikrarlı bir çizgide sürdürmeye çalışmaktadır.

▪ 12 Haziran 2011 Genel Seçimleri Öncesinde MHP'nin durumu

Kuruluşundan bu yana Türkiye Cumhuriyeti devletinin en önemli sorunlarından biri olan Kürt meselesi, MHP'nin kendi pozisyonunu tayin etmesi itibariyle özel önem atfettiği konulardan biri olagelmıştır. Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) iktidarının açılım politikaları çerçevesinde yeniden gündeme getirilen konu, günümüzde sadece MHP için değil, diğer siyasi partiler için de esas odaklardan birini teşkil eder. Nitekim, AKP'nin soruna dair çözüm odaklı yaklaşımı, MHP'nin bu konudaki ağırlığını yitirmesine neden olduğundan, dengelerin yeniden gözden geçirilmesi gerekmiştir. Halkın çözüm beklentisi ve AKP'nin bu konudaki olası başarısı MHP tarafında oy kaygısı yaratmıştır. Sabit seçmenini AKP'ye kaptırmak istemeyen parti, bu konuda sert bir politika benimsemiş ve sorunun çözümü için yapıcı bir yaklaşım sergilemekten kaçınmıştır. Sayısı artan terör olayları, şehit cenazelerini MHP'nin siyasi görünürlük alanı haline getirmiştir (Kocabıyık, 2011: 137). Bu hususta MHP tarafında değinilmesi gereken tek yapıcı girişim Diyarbakır mitingidir.

Madalyonun diğer yüzünde, çoğalan terör olaylarının MHP oylarını artırdığı görülebilir. Çünkü, PKK (*Partiya Karkerên Kurdistan*) faaliyetlerinin yayılması, tabanda belli bir tepkiyi de beraberinde getirmiştir. Sorunun çözümünde diplomatik yolların işlerliğine inanmayan MHP tabanı, terörün daha fazla görünür hâle gelmesiyle BDP'ye (Barış ve Demokrasi Partisi) karşı MHP cephesinde yer almıştır.

MHP oylarının büyük bölümünün Orta Anadolu'dan geldiği bilinmektedir. Ancak, AKP ile rekabetin neticesinde 2007 seçimlerinin ardından MHP'nin büyük şehirler ile Batı bölgelerinde yoğunlaşmaya çalıştığı görülmektedir. Bu amaçla söylemini sertleştiren MHP'nin, izlediği stratejide değişikliğe gittiği anlaşılmaktadır. Buna rağmen partinin halihazırda Orta Anadolu'dan topladığı oyların sayısı kıyı bölgelerine kıyasla çok düşük değildir.

Öte yandan, bu noktada yapılan tercih, MHP'yi batıda Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) ile karşı karşıya getirdiğinden, iki eksenli bir rekabetin önünü açmıştır. Ancak, CHP eski lideri Deniz Baykal'ın kaset skandalı akıbetinde tasfiye olarak yerini Kemal Kılıçdaroğlu'na bırakması, söz konusu rekabetin dinamiklerini değiştirmiştir. Çünkü, yenilenen CHP, Kılıçdaroğlu öncesi döneme kıyasla daha güçlü bir parti olarak 2011 seçimlerine girmiş ve AKP karşısında daha güçlü bir muhalefetin temsilcisi olarak MHP'nin oylarına ortak olmuştur.

Kocabıyık'a (2011: 132) göre, Orta Anadolu'da AKP ile rekabette zorlanan MHP, söz konusu coğrafyadaki ağırlığını korumak ve Akdeniz, Ege ile Trakya bölgelerinde seçmen potansiyeline sahip olabilmek için iki ayaklı bir siyasi strateji izlemektedir. Bunlardan ilki, Kürt siyasetinin Türkiye'nin batısında seçmen tabanını genişlettiği yönündeki görüş doğrultusunda geliştirilmiştir. Yani, halihazırda uygulamada olan politik stratejinin BDP karşısında MHP tabanını genişletmesi öngörülmektedir. İkincisi ise, AKP ile MHP arasında kutuplaşma yaratarak MHP'nin mevcut tabanını sabitlemektir. Buradaki temel sav, AKP karşısında sert bir muhalefet uygulayarak bu partinin seçmen kitlesinde yer almayan vatandaşların ilgisini çekebilmeğdir.

2011 Genel Seçimleri öncesinde MHP'nin politikasını tayin eden en belirgin gelişme, 12 Eylül 2010 tarihli kısmi anayasa değişikliği referandumudur. Bir yönüyle askeri vesayetin sorgulandığı bu referandumun öncesinde, MHP'nin duruşunu belli edecek olan kararında geçmişle yüzleşmesi gerekmiştir. 1980 darbesinden ağır yara alan partinin buna rağmen savunduğu "hayır" kampanyası, parti içindeki görüş ayrılıklarına karşın benimsenmiştir. Ancak, partinin yakın vade kararları ile uyuşmayan bu tavrın, asıl olarak AKP muhalefeti nedeniyle benimsendiği öngörüsünde bulunmak zor değildir.

2011 Genel Seçimleri'nin hemen öncesinde yaşanan kaset skandalı da değinilmesi gereken bir diğer gelişmedir. MHP üst yönetiminde bulunan kişilere ait özel yaşamın gizliliğini ihlâl eden görüntülerin ardı ardına İnternet'e sürülmesiyle ortaya çıkan, adına "kaset skandal" denen bu olay dolayısıyla ana akım medya gündeminde sirküle eden haberlere, siyasi çevrelerin konuya ilişkin yaptığı tartışmalar eşlik etmiştir. Sonuçta istifaya zorlanan MHP kurmaylarının yerine yenileri getirilerek kriz aşılmıştır. Olayın etkisi, seçim öncesi beklentiler ile aynı yönde

olmamıştır. Seçim sonuçlarından okunduğu üzere, kamuoyu nezdinde ortaya çıkan soru işaretlerine karşılık, komploya maruz kalan MHP'nin "mağduriyet"i üstün gelmiştir.

MHP, hazırladığı seçim beyannamesinde bir yandan toplum merkezli siyaset anlayışına vurgu yaparken, diğer yanda milli ve manevi değerleri ön plana çıkarmıştır:

"Türk milletinin milli ve manevi değerler manzumesini kendisine referans alan ve siyasette toplumsal merkezi temsil eden MHP; Milletimizin refah ve mutluluğunu temin etmek ve Türkiye Cumhuriyeti'ni 'bölgesel ve küresel planda her bakımdan güçlü ve lider ülke' yapma azim ve kararlılığı içinde siyaset yapmaktadır" (MHP, 2011 Seçim Beyannamesi: 4).

Türkiye demografisinde mutlak suretle altını çizdiği "Türk milleti" algısındaki geleneksel tavrını 2011 seçimlerinde de sürdüren MHP, Türkiye merkezli yeni bir medeniyet ve yeni bir dünya tesis etme anlayışını siyasi misyon olarak tayin ederken, bunu başarmanın şartı olarak "Türk Milletinin özünü temsil eden değerlere yönelmeyi" öne sürmüştür (MHP, 2011 Seçim Beyannamesi: 9).

Popülist hareketler ve siyasi programlar düzeni zorlayıcı ve elit idare karşıtı olabilecekleri gibi, benzer ve hatta aynı ilkelere referans vererek, "halk adına", düzeni koruyucu/kollayıcı ve dolayısıyla muhafazakâr da olabilirler (Bora ve Canefe, 2007: 142). Nitekim, Türkiye'nin siyasi gündemini sürekli meşgul eden AB ve Kürt meselesi gibi başat konularda MHP'nin sergilediği değişmez tavır, partinin etnik çıkarlar paralelinde devinen stratejisini doğrulamaktadır. MHP'nin milliyetçilik, demokrasi, devlet, Avrupa Birliği (AB) gibi konularda özgün tanımlamalar ve davranışlar geliştirememiş olması, bu partinin sistem içerisindeki pozitif rolünü giderek zayıflatmaktadır (Kocabıyık, 2011: 131). Bu doğrultuda seyreden MHP, tabanda belli bir pay elde etmekle beraber, Türkiye siyasetinin günümüzdeki dinamikleri çerçevesinde belli bölgeleri bütünüyle kontrol altına alarak yükselememektedir.

▪ 2011 Genel Seçimleri'nde MHP profili

12 Haziran 2011 Genel Seçimleri'nde elde ettiği %12.99 oy oranıyla, AKP ile CHP'nin ardından üçüncü sırada yer alan MHP'nin çıkardığı toplam milletvekili sayısı 53'tür. 1999

sonrasında yapılan seçimlere kıyasla görece yüksek katılım oranına ulaşılan 12 Haziran seçimlerinde, MHP'nin 2007 Genel Seçimleri'ndeki yeri değişmemiş, ancak oy oranında - %1,28 oranında bir azalma olmuştur.

Milletvekili listelerinde merkez sağ kökenli adaylara ağırlık veren MHP'nin 2011 seçimlerindeki genel görünümüne dair belli bulgular aşağıda sıralanmıştır:

- Konda raporuna (2011) göre “kitle partisi” olarak tanımlanan MHP, Türkiye genelinde belli bir nüfus yoğunluğu aralığına sıkışmıştır.
- CHP oylarının arttığı bölgelerde MHP oylarının düştüğü görülmektedir. 2007 seçimleri ile karşılaştırıldığında, en sert düşüşler Ege, Batı Marmara ve Akdeniz bölgelerinde yaşanmıştır.
- MHP'nin en yüksek oy elde ettiği il, %34 oran ile Iğdır olarak belirlenmiştir. Iğdır, aynı zamanda MHP'nin birincilik elde ettiği tek ildir.
- Yüksek oy oranlarının gözlemlendiği iller çoğunlukla Akdeniz Bölgesi'nde yer almıştır.
- MHP'de genç erkek seçmen oranı (%62), diğer partilerin seçmen profiline kıyasla fazladır.
- 18-28 yaş aralığındaki seçmenlerin yüzdesi 37'dir.
- MHP seçmeni, mevcut düzeni korumaktan yana olduğunu belirtmiştir (%45). Bu anlamda seçmenin kimliği muhafazakâr olarak addedilebilir.
- MHP, genelde olduğu üzere, Kürt ve Alevi kesimlerden oy alamamıştır.
- SDE raporunda (2012), MHP'ye oy veren seçmenlerin %73.3'ü Devlet Bahçeli hakkında olumlu görüş belirtmiştir.

▪ **MHP ve Yeni Medya**

MHP'nin seçmene ulaşmak gayesiyle yeni medyayı kullanması 1990'ların sonunda parti resmi web sitesinin (<http://www.mhp.org.tr>) kurulmasıyla başlamış, söz konusu dönemden bu yana partinin yeni medya platformlarındaki varlığı çeşitli uygulamaların eklenmesiyle güçlenmiştir. Dolayısıyla partinin bu alandaki deneyimini incelerken, İnternet genelinde etkin olduğu platformların tümünü göz önünde bulundurmak gerekir. Bunlar parti resmi web sitesi, sosyal medya, Alptürk Tv ve Çağrı Merkezi olmak üzere dört ayrı kategoride toplanabilir.

Web Sitesi

MHP'nin resmi web sitesi (Şekil 15) mevcut görünümünü kazanıncaya dek çok sayıda büyük değişime uğramış, alan adresi sabit kalmak kaydıyla belli aralıklarla yapılan değişiklikler vasıtasıyla günün trendleri yakalanmaya çalışılmıştır. Yazılı metinlerin hâkim olduğu ilk formlar, 2000'lerin ortalarında yerini salt duyuruların paylaşıldığı bir yapıya bırakmıştır. Genel itibariyle görsel estetikten yoksun olan bu formların seçmen ile etkileşimde bulunmaktan ziyade, arşiv oluşturmaya ve İnternet ortamında görünür olmaya hizmet ettiği anlaşılmaktadır.

Şekil 15. MHP Resmi Web Sitesinin Ekran Görüntüsü⁵²



Partiye mahsus “<http://www.mhp.org.tr>” alan adı altında yer alan tüm içeriğin yapılandırılmasında partinin tercihi küçük değişiklikler yapmak yerine siteyi tümden yenilemek yönünde olmuştur. Bu yenilemelerde sadece görsel düzenlemeler yapılmamış, yeni kurulan menü yapılarının içinde yeni başlıklar oluşturulmuştur. Buna paralel olarak periyodik aralıklarla siteye yeni tür içeriklerin yüklendiği gözlenmiştir ki, bunların genellikle enformasyon-yoğun metinler olduğunu belirtmek gerekir.

⁵² <http://www.mhp.org.tr>, Erişim tarihi: 24 Ocak 2013

MHP'nin İnternet ortamında seçmene yönelik geribesleme kanallarını açması ise 2011 yılının Mart ayında gerçekleşmiştir. Parti sitesi ile sosyal medya (Facebook ve Twitter) bağlantılarının kurulduğu bu tarih, MHP'nin yeni medya ile olan geçmişinde önemli bir noktaya işaret eder. Çünkü bu tarihte bir diğer yeni medya uygulaması olan kısa mesaj (SMS) servisi hayata geçirilmiş, bunun yanı sıra Çağrı Merkezi açılmıştır.

MHP'nin mevcut web sitesi, sınırlı miktarda doküman ve güncel duyuruları içermektedir. Söz konusu dokümanların çoğu partinin genel yapısını tarif eden metinlerden oluşmakta, duyurular ve basın açıklamaları ise sitenin daha dinamik görünen alt bölümünü teşkil etmektedir. Parti kurumsal hesabına kayıtlı diğer siteler ile sosyal medya bağlantıları da resmi web sitesi üzerinden verilmekte, dolayısıyla *mhp.org.tr* partinin çeşitli kanallarını bir araya getiren bir portal işlevi görmektedir. Bu doğrultuda, harici bağlantılar içeren milletvekili siteleri ile il başkanlıklarına ait siteler "MHP İnternet Siteleri" başlığı altında listelenmektedir. Sitede MHP servisleri de ayrı bir menü başlığı altında verilmektedir.

Sosyal Medya

MHP'nin sosyal medya alanındaki faaliyetleri başlıca iki ağ üzerinde yoğunlaşmıştır: Facebook ve Twitter. Partinin sosyal ağlar üzerinden yürüttüğü çalışmalar genel çerçevede partinin seçmen kitlesi ile doğrudan iletişim kurmayı hedeflemektedir. Bu doğrultuda MHP'nin sosyal medya ortamında görünür olmasını sağlayan çok sayıda hesap ile ilişkilendirilmesi mümkündür. Ne var ki, bu hesaplar dağınık bir görünüm arz etmekte ve bu yüzden partinin temsiline ilişkin sorun yaratabilmektedir.

MHP'nin Facebook üzerindeki örgütlenmesi, 24 Aralık 2011 tarihi itibarıyla açılan sayfa (<http://www.facebook.com/milliyetcihareketpartisi>) ile resmen başlamıştır. Halihazırda 457,394 beğenisi⁵³ bulunan sayfa MHP'nin resmi Facebook bağlantısı olarak addedilse de partinin taraftarlarınca bu sosyal ağ üzerinde açılan çok sayıda başka sayfa ve grup bulunmaktadır. Büyük çoğunluğunun MHP'nin resmi Facebook hesabından önce aktif olduğu bu sayfa ve gruplar, partinin sosyal medya politikası doğrultusunda izlenmektedir. Parti çizgisinin dışına çıkan paylaşımları kontrol altına almak maksadıyla söz konusu hesapların

⁵³ Bu rakamlar 26.01.2013: 22.45 itibarıyla verilmiştir.

MHP Genel Merkezi'ne bağı sosyal medya birimine bağlanması için çalışmalar yürütülmektedir. Çünkü Facebook, MHP için seçmen gruplarını motive eden bir araç ve aynı zamanda seçmeni partiye bağlayan ve onu parti içindeki gelişmelerden haberdar eden bir kaynak rolü oynamasından ötürü önem taşımaktadır.

Twitter ise MHP için kurumsal bir yapılanma alanı olmaktan ziyade parti milletvekillerinin seçmenle bireysel ve doğrudan iletişim kurma işlevini görmektedir. Parti kurumsal kimliğinin Twitter'daki resmi temsilci ise MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli ve kendisine ait olan @dbdevletbahceli hesabıdır.⁵⁴ Diğer parti temsilcileri ise MHP adına paylaşımda bulunurken bireysel Twitter hesaplarını kullanmaktadır. Bu yüzden her bir milletvekilinin Twitter kullanım pratiği farklıdır. Partinin bu politikası neticesinde Twitter'da ortaya çıkan görünüm çeşitlilik arz etmektedir.

Araştırma kapsamında Çağrı Merkezi ve Sosyal Medya Müdürü Dünder Gün ile yapılan derinlemesine görüşmeden çıkan bir bulgu, Facebook ve Twitter arasındaki farkı MHP perspektifinden görmeye yardımcı olmaktadır. Buna göre, söz konusu sosyal ağlardaki kullanıcı kitleleri farklıdır. Toplumun her kesiminden bireyi Facebook üzerinde görmek mümkündür, ancak Twitter'da yalnızca üst kesimden kullanıcılar bulunmaktadır. Bu yüzden ikincinin birinciye oranla daha sınırlı olduğu görüşü hâkimdir. MHP'nin Twitter'a yöneliminde gecikmesinin nedeni işte bu doğrultuda hedeflenen seçmen kitlenin profiliyle açıklanabilir. Öte yandan, yönetici panelinde sunduğu olanaklar (raporlamayı kolaylaştıran istatistik veri, grafik vb.) ve reklam mecrası olarak kullanılabilmesi de Facebook'un MHP tarafından daha fazla tercih edilmesinde rol oynamaktadır.

Öte yandan Gün, sosyal medyanın kullanımında mobil olanaklardan yararlanmanın zorunluluğuna dikkat çekmiştir. Siyasetçilerin sürekli irtibat içerisinde olması gerektiğini ve bunun sosyal medya yoluyla mümkün hâle geldiğini söylemiştir.

Genel seçim öncesinde MHP Medya, Tanıtım ve Halkla İlişkilerden Sorumlu Genel Başkan Yardımcısı olarak görev yapan Prof. Dr. Tunca Toskay'a göre, Türkiye'deki partilerin iç

⁵⁴ @dbdevletbahceli hesabı 2010 yılının Kasım ayında duyurulmuştur. MHP resmi web sitesinde yer alan Twitter linki bu hesaba yönlendirmektedir.

bürokrasileri ve ciddi duruşları, sosyal medya için uygun nitelikte değildir.⁵⁵ Bu görüş, MHP cephesinde Genel Başkan Başdanışmanı ve Alptürk Tv Koordinatörü Prof. Dr. Çetin Elmas'ın derinlemesine görüşmede verdiği bir yanıt ile örtüşmektedir. Elmas'a göre MHP'nin sosyal medyadaki varlığı, çağın gereksinimlerinden değil mecburiyetten kaynaklanmaktadır. Geleneksel medyada gereği kadar yer bulamayan MHP, bu gereksinimi sosyal medya ve Alptürk Tv ile karşılamaya çalışmaktadır. Bu yaklaşımda, sosyal medyanın parti içi dinamiklerin bir uzantısı olmak yerine zaruriyetten kullanılması, onun parti tarafından ne ölçüde benimsendiğiyle doğrudan ilişkilidir.

Aile, Kadın ve Engellilerden Sorumlu Genel Başkan Yardımcısı Ruhsar Demirel'in ifadesiyle, İnternet menzili olmayan bir mecradır ve bu alanda atılan adımlar konusunda temkinli olmak gerekir. Demirel'e göre İnternet üzerinde yapılan bir paylaşımın kişiye mal edilmesi belli sıkıntıları beraberinde getirebilir. Kişisel deneyimlerinden verdiği bir örnekte, www.ruhsardemirel.com adresini – alan adının başka kişiye kayıtlı olmasından ötürü – kullanmadığını belirtirken, burada kendi adına yapılabilecek olası paylaşımlar konusunda ilk zamanlarda tedirginlik yaşadığını söylemiştir.⁵⁶

Yine Demirel'e göre, sosyal medya etkileşim unsurunu barındıran önemli bir araçtır. Bu mecrada var olmanın temel gerekliliği ise gelen yazışmalara anında cevap verebilmektir. Hesabın belli bir süre kullanılmadığı durumlarda sağlıklı bir iletişimin kurulamadığına dikkat çekmiştir. Benzer şekilde, özellikle Twitter'da, birbirini bağlayan uzun metinlerin yerine anlık iletilerin paylaşılması gerektiğine işaret etmiştir. Bu iletilerin “fikir platformu” oluşturmaya hizmet edecek türden metinler içermesi gerektiğini söylemiştir. Seçim öncesi dönemde MHP Merkez Yönetim Kurulu üyesi olan Yusuf Günay'ın bu konuda söyledikleri ise paylaşılan iletilerin niteliğine gönderme yapmaktadır. Ona göre paylaşımların dikkat çekici özellikte olması gerekmektedir. Aksi hâlde tweetlerinin nicel çoğunluğu bir kullanıcının aktif olduğunu göstermez.

Demirel'e göre, Twitter içeriğinin özgün olması gerekmektedir. Ancak bu yolla kurulan diyalog eylemselliği beraberinde getirebilir. Bu nedenle de retweet fonksiyonunu kısır bir

⁵⁵ *Bilişim* (2010). Türkiye Bilişim Derneği, Sayı 127, Aralık Sayısı, 274.

⁵⁶ Demirel'in halihazırdaki kişisel web adresi .net uzantılıdır: www.ruhsardemirel.net.

döngünün başlangıcı olarak görmektedir. Öte yandan Demirel, Twitter üzerinde kurduğu ağı nitelikli olabilmesi için Türkiye’de ve yurt dışında çeşitli kurum/kuruluşlar ile yayın organlarını takip ettiğini belirtmiştir. Bu sayede herkesin kendisi gibi düşündüğü bir ortama girmek riskini ortadan kaldırmıştır. Ona göre Twitter ancak doğru kaynaklar kullanıldığında fayda sağlayan bir araçtır.

Bireysel kullanımda ortaya çıkan sınırlılıklara karşın, özellikle Twitter’daki belli hesapların yeni medya ile gelen olanakları ileri seviyede kullandığı görülmektedir. Bu çerçevede Prof. Dr. Toskay’ın Twitter hesabında paylaşılan bir tweet, yeni medyanın geleneksel medyayla olan bağına örneklerken kullanıcıların yeni medya motivasyonunu açığa çıkarmaktadır: “2023 YAZ, Boşluk bırak, mesajını yaz, 3969’a GÖNDER! TV8 Vizyon 2023 programı Erkan Tanla Prof. Dr. Tunca Toskay konuşuyorlar..” (Tweet numarası 06318).

Alptürk Tv

2010’da “MHP Tv” adı altında ortaya çıkan yapı, Nisan 2012’de İnternet televizyonuna dönüştürülmüş ve adı “Alptürk Tv” olarak değiştirilmiştir. “<http://www.alpturk.tv>” adresinden yayın yapan televizyon ile gerçekleştirilmek istenen hedef, MHP’nin geleneksel formda bir medya ile seçmenine ulaşmasıdır. Bu anlamda Alptürk Tv yukarıda bahsedilen zaruriyetin televizyon alanındaki yansıması olarak görülebilir. Ancak yayını İnternet ortamıyla sınırlı olan televizyon günün belli saatlerinde yayın yapmakta ve sınırlı sayıda program barındırmaktadır. Öte yandan, televizyonun Bahçeli’nin miting konuşmaları ile katıldığı etkinlikler için bir arşiv ortamı oluşturduğu ifade edilebilir.

Alptürk Tv, en yaygın video paylaşım ağı olan YouTube’a site içinden bağlantı vermemekle beraber burada “MhpAlpturkTv” hesabıyla bir kanala kayıtlıdır. Söz konusu hesaptan, başta haberler olmak üzere, diğer programların da YouTube’a yüklendiği gözlenmiştir. Burada paylaşılan videoların yoruma kapalı olduğunu ayrıca belirtmek gerekir. Gün’e göre, İnternet’te paylaşılan videoların parti dışı platformlara yüklenmesinin getirdiği belli dezavantajlar vardır. Bu tür platformlara yüklenen videoların engellenebilmesi ya da görünürlüğünün azaltılabilmesi, MHP’yi kendi video havuzunu oluşturmaya itmiştir.

Alptürk Tv'nin MHP içindeki algısı genel olarak olumludur. Örneğin Demirel'e göre Alptürk Tv, yurt dışındaki Türkler'in daha fazla ilgisini çekebilecek bir aygıttır. Bu yüzden onu geniş çaptaki kitlelere ulaşmanın bir aracı olarak görmek gerekmektedir. Elmas da İnternet televizyonunun asenkron olma özelliğine gönderme yaparak onu kullanıcıların gün içinde her an ulaşabilecekleri bir araç olarak tanımlamıştır. Ona göre, uzun vadede tüm televizyonların İnternet formatına dönmesi söz konusudur.

Elmas, sosyal medyanın olaylara tepki göstermek için kullanılabilmesini, yani reaksiyonel olduğunu ifade ederken bu mecrada herkesin kendi kitlesine sahip olabileceğine vurgu yapmıştır. MHP'nin İnternet televizyonu konusundaki çıkış noktasını bu görüş teşkil etmektedir. Ona göre, bu ortamlarda içerik çok hızlı tüketilir, bu yüzden günlük olarak çok sayıda içerik üretmek zaruridir.

Çağrı Merkezi

Mart 2011'de açılışı yapılan Çağrı Merkezi, MHP Genel Merkezi içinde yer almaktadır. 444 6 MHP (647) numaralı telefonda sağlanan hizmet için ayrı bir uzman kadro oluşturulmuştur. Hizmetin başlıca amacı seçmenin Genel Başkanlık makamına, Başkanlık Divanı üyelerine ve diğer yetkili organlara ulaşabilmesini sağlamaktır. Çağrı Merkezi, seçim faaliyetleri hakkında bilgilendirme yapmasının yanı sıra hizmet menüsü opsiyonları aracılığıyla seçim beyannamesi hakkında bilgi sunmaktadır.

Prof. Dr. Elmas'a göre Çağrı Merkezi, partinin tabanı ile doğrudan irtibat kurmasının başarılı bir aracıdır. Türkiye'de yaşanan gelişmelerden kısa sürede haberdar olarak halkın nabzını tutmayı sağladığından partinin pozisyonunu belirlemede önemli rol oynamaktadır. Çağrı Merkezi bu anlamda bir otokontrol mekanizmasıdır.

Yukarıda bahsi geçen araçlara ek olarak MHP Genel Merkezi'nden gelen haber ve duyuruların il ve ilçe teşkilatlarına iletilmesini sağlayan kısa mesaj servisi (SMS) ile parti içi eğitimi hızlandırmak ve yaygınlaştırmak üzere kurulan Uzaktan Eğitim Merkezi de partinin yeni medya alanındaki etkinlikleri arasında sayılabilir.

Özetle, MHP yeni medya platformları genelinde girişimlerde bulunmakta ve yenilikçi bir tavır takınmaktadır. Ancak benimsenen anlayışın merkezi yönetim mekanizmasından bağımsız olmadığı ifade edilebilir. Parti web sitesinin de bu doğrultuda tasarlandığı ilk bakışta görülebilir. Sunduğu içerik bağlamında yetersiz olsa da mhp.org.tr yeni mecralar için bir portal işlevi görmektedir. Eposta, MHP bağlantılı web siteleri, sosyal medya, Engelli Koordinasyon ve İletişim Merkezi, Alptürk Tv, Uzaktan Eğitim Merkezi gibi kanalların her birine ait bağlantılar parti web sitesinin ana sayfasında yer almaktadır.

Vurgulanması gereken bir husus, yeni medya dahilindeki etkinliklerin raporlandığıdır. Çağrı Merkezi'ne ulaşan enformasyon ve sosyal medyada ortaya çıkan periyodik gelişmeler bir bütün olarak değerlendirilmekte ve Genel Başkan'a sunulmaktadır. Bu durum da merkezi yönetim mekanizmasının bir göstergesi olarak addedilebilir.

Facebook ve Twitter dışında sosyal medyaya karşı temkinli bir duruş sergileyen MHP'nin sanal ortamdaki varlığı sınırlıdır. Yalnızca parti milletvekillerinin bireysel Twitter hesaplarında Twitter'ı destekleyen Yfrog gibi uygulamalardan yararlandığı gözlenmiştir. Anılan ağlar için öngörülen genel politika ise partinin temsiliyetini kontrol altında tutmaya çalışmaktır. Ortaya çıkan tabloda mevcut yapının entegrasyonu konusunda planlanan işleyişi takip etmek partinin duruşunu anlamak için faydalı olabilir.

1.4.4. Barış ve Demokrasi Partisi

▪ Kısa Tarihçe

Barış ve Demokrasi Partisi'nin (BDP), tıpkı Kürt sorununun siyasi aktörü olarak ortaya çıkan kendisinden önceki diğer siyasi partiler ve oluşumlar gibi seçim sistemindeki yüzde on barajı nedeniyle seçimlere kendisini bu kapsamda tanımlayarak parlamentoya girme olanağı elde edememişlerdir. BDP de 2011 Genel Seçimleri'ne bağımsız adaylar olarak girmiş ve daha sonra mecliste bir grup oluşturmuşlardır. BDP Kürt siyasi hareketine bakıldığında bu yolu izleyen ilk siyasi parti değildir. Bu anlamda Kürt siyasi hareketine ve BDP'ye yönelik bir tarihçeden söz etmek gerektiğinde daha önceki oluşumları da mutlaka dâhil etmek gerekir.

BDP'nin resmi web sayfasında (www.bdp.org.tr) parti tarihi kısmı boştur. Bu anlamda Kürt siyasi hareketinin gelişimine ilişkin ana başlıkları Ruşen Çakır'ın çalışması üzerinden şöyle sıralayabiliriz;

- 7 Haziran 1990 tarihinde Halkın Emek Partisi'ni (HEP) kuruldu. HEP ağırlıklı Kürtleri biraraya getiren bir partiydi ve yasal Kürt siyasi hareketinin (YKSH) başlatıcısı olarak kabul edildi. HEP'liler bir yıl sonraki genel seçimlerde SHP ile seçim ittifakı yaptılar ve TBMM'de 22 milletvekili ile temsil edilme imkânına kavuştular.
- 1993'te HEP kapatılınca milletvekilleri topluca Demokrasi Partisi DEP'e katıldılar. DEP de, Haziran 1994'te Anayasa Mahkemesi tarafından kapatıldı.
- DEP'in yerini Mayıs 1994'te Halkın Demokrasi Partisi (HADEP) aldı. HADEP'in Kürt siyasi hareketinin en uzun ömürlü partisi olarak anılmasındaki temel gerekçe Ruşen Çakır'a göre (2011: 6) hem PPK'nın strateji değiştirmesi hem de devletin Kürt siyasi hareketini baskı yoluyla tasfiye etmenin imkânsızlığını tam da bu yıllarda kavramaya başlamasıyla ilgilidir.
- HADEP de Ocak 1999'da başlayıp 49 ayda tamamlanan bir sürecin ardından 13 Mart 2003'te kapatıldı. HADEP'in yerini 1997'de kurulmuş olan Tuncer Bakırhan başkanlığındaki Demokratik Halk Partisi (DEHAP) aldı. 2003 yılında da DEHAP hakkında dava açıldı ancak bu parti kararı beklemeden, 2005'te kendisini feshederek Demokratik Toplum Partisi (DTP)'ne katıldı (Çakır, 2011: 6).
- Ve son olarak da BDP'nin siyaset sahnesine çıkmasına neden olan gelişme Yargıtay Cumhuriyet Başsavcısı'nın 16 Kasım 2007'de DTP'nin kapatılması talebiyle Anayasa Mahkemesi'ne başvurmasıdır. Kapanma ihtimalinin yüksek olması nedeniyle Nisan 2008'de Barış ve Demokrasi Partisi (BDP) kuruldu. Davanın açılmasından tam iki yıl sonra Mahkeme BDP'yi oybirliğiyle kapattı ve Aysel Tuğluk ile Ahmet Türk'e siyaset yasağı getirdi. DTP'li milletvekilleri ve belediye başkanlarının toplu olarak transfer olduğu BDP'nin başınsa ilk olağanüstü kongreyle, eşbaşkan olarak Diyarbakır milletvekilleri Selahattin Demirtaş ile Gültan Kışanak geçti (Çakır, 2011: 6).

▪ BDP ve Kürt Sorunu Tartışmasında Ana Eksenler

Fuat Keyman, terör sorunu, bölgesel sorun ve diğer tanımlamaların yanında Kürt Sorunu adlandırmasını sosyolojik olarak daha doğru ve kapsayıcı bulduğunu ifade etmektedir (2013: 131). Keyman bu adlandırmanın gerekçesini açıkladığında da hem soruna yönelik hem de mevcut duruma yönelik bir özetleme de yapar: “Etnik kimliğe dayalı kültürel farklılıkların tanınması talebi ve bu talebin siyasallaşması sürecinde oluşan ve giderek güçlenen etnomilliyetçi tanınma siyaseti ve bu milliyetçilik içinde oluşan şiddete dayalı örgütsel mücadele, sorunun kapsayıcı ve açıklayıcı ögesini kimlik yapmakta, bu da Kürt sorunu adlandırmasını sosyolojik ve kuramsal temelde, yukarıda bahsettiğimiz diğer adlandırmalardan daha anlamlı kılmaktadır” (Keyman, 2013: 131). Bu türden bir tanımlama yaptıktan sonra Keyman, Kürt sorununun tarihsel ve söylemsel düzeyde kurulmuş olduğunu belirtir ve bu sorun içerisinde kültürel hak ve özgürlükleri dile getiren üç temel aktör olduğunu vurgular; bu üç aktör; “(a) Bu sorundan en fazla acıyı çeken ve kültürel hak ve özgürlük, ekonomik olarak daha iyi yaşam talebinde bulunan Kürt kökenli Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları; (b) bu sorunun siyasallaşmasını ağırlıklı olarak etnomilliyetçilik temelinde kuran ve yürüten siyasi aktörler; ve (c) bu sorun temelinde şiddet ve terör yöntemini yaşama geçiren, etnomilliyetçi örgütsel yapı” (2013: 132).

BDP bir siyasal parti olarak Keyman’ın kategorizasyonundaki siyasi aktörler grubuna dâhildir. Keyman analizinde, birtakım söylemsel ve eyleyen bileşenleri incelemektedir, bunlar kimlik siyaseti, siyasal temsil, sosyal adalet, sivil toplum, yerel kalkınma ve çok kültürlü eşit anayasal vatandaşlık ve sonuç itibarıyla demokratikleşme tartışması olarak ele almaktadır (2013). Bu çalışmada da bu vurgulara yer verilecek ve temelde de çalışmanın örneklem sürecinde ele alınan gündemi de belirleyen gelişmeler ve tartışmalara da bu bağlamda değinilecektir. Keyman’ın özellikle kimlik/ tanınma siyasetine yönelik 1980 sonrası Türkiye’de İslamcı siyasi hareket ve Kürt sorunu meselesini karşılaştırmalı ele aldığı analizinde, dinsel kimliğin etnik kimliğe oranla daha kapsayıcı olması nedeniyle, daha çok değişime adapte olabilme ve var olan sistemle farklı biçimlerde iletişim, ilişki kurabilme becerisine sahiptir (136). Oysa etnik kimlik daha içine kapanık ve kendini korumaya yönelik bir yaklaşım ve stratejiye sahiptir. Tam da bu noktada Keyman, etnomilliyetçiliğin ağırlığının “hem terör olgusuna kimlik temelinde zemin hazırlarken, hem de kimlik talepleri ile terör arasındaki ayrımı yapmayı” zorlaştırdığının altını çizmektedir (137). Keyman ayrıca dinin

Türkiye’de çok partili yaşama geçişle birlikte siyasi partiler içerisinde entegre olma ve içersenme noktasında etnik kimliklere oranla çok başarılı olduğunu da vurguluyor (137).

Kürt sorunu üzerine yapılan güncel lisans üstü tez çalışmalarını da bakıldığında (2006-2012 yılları arasında Türkiye’de yazılan ve YÖK veritabanında yer alan tezler incelenmiştir) bu çalışmaların genel olarak Kürt sorunu konusunda ve siyasi temsil üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Halime Karakaş Kökçe’nin de ifade ettiği gibi çok partili sistemde Kürt asıllı milletvekillerinin temsil edildiği doğrudur; ancak özellikle merkez-sol/sağ partilerde bu temsiliyetin Kürt sorununu çözmeye yönelik bir temsiliyet olmadığı söylenebilir (Kökçe, 2010). Hatta bu temsili konunun Kürt etnik kimliğine ait siyasi ve kültürel hakları bir kenara koyarak elde edildiği söylenebilir.

Siyasi temsil ve Kürt sorunu bağlamında konuyla ilgili olarak kendini bu sorunun sorumlu taraflarından birisi olarak gören siyasi partilerin seçim barajı nedeniyle sürekli pasif ve muhalefet konumunda kalmaları olumsuz bir sonuç ve görünüm ortaya çıkarmaktadır (Keyman, 139). Bu nedenle Keyman seçim barajının yüzde beşe indirilmesiyle birlikte pek çok olumlu sonuçla birlikte örneğin BDP üzerinden, seçmenlerin seçtikleri partiyle ilişkilerinde aktif, tartışan, sorgulayan ve eleştiren bir aktör konumuna getireceğini iddia etmektedir (139). Bu noktadan hareketle aslında, siyasi anlamda temsile yönelik eşitsizlik kadar yoksulluk ve yoksunluk sorunu ile kültürel haklar temelinde farklılıkların tanınmasının da bir sosyal adalet sorunu olduğu vurgusu da önemlidir (139). Bu noktada sağlanan gelişme zincirleme olarak yerel kalkınmayı ve sivil toplumun gelişimini de sağlayacaktır ki, sonuç bölümünde de ele alınacağı üzere özellikle müzakere kültürünün geliştirilebilmesi için en önemli platformlar sivil toplum örgütleridir.

Keyman, demokratikleşme meselesine yönelik olarak da söylemsel düzeyde geliştirilen kardeşlik ve Türkiyelilik kavramlarının “siyasi ya da hukuksal değil, psikolojik düzeyde üretilmiş bir kimlik kodu” olduğu vurgusuyla bunların haklar, sorumluluklar ekseninde demokratikleşme tartışmasında çözüm üretemeyeceğine vurgu yapmaktadır (144).

Yakın dönemde Kürt siyasi hareketine yönelik yapılmış bir çözümlemede M. Zeki Duman, BDP'nin bu hareketteki paradigmatik değişimin temsilcisi olarak örneğin sivil itaatsizlik⁵⁷ eylemleriyle “şiddetten uzak yeni bir dil” geliştirmeye çalıştıklarını söylemektedir (2012: 93). Duman'ın vurgusu (2012. 103) bugüne de yansıyan biçimde BDP'nin “yeni bir siyaset” biçimi benimsediğini ve bu biçimde sosyal, ekonomik, politik ve bürokratik hedeflere yöneldiğini gösterir, yazara göre sivil itaatsizlik eylemleri ve özellikle yerel yönetimlere ilişkin pratik uygulamalar bu hedeflerin somut görünümüleri olabilir. Kürt sorununda 1990–2010 arası paradigma değişimini inceleyen Kıymaz (2010) da, terörle mücadele ekseninin bireysel haklarla ilgili olan argümanları ötelediğini, birlikte yaşarlığın ancak toplumsal mutabakatla, dolayısıyla her iki toplumun adım atmasıyla mümkün olabileceğinin altını çizmektedir.

BDP'nin bu yeni siyaset yapma biçiminde dini gruplarla ilişkisine ve yine sivil itaatsizlik eylemleri kapsamında Cuma namazları ve Kürtçe namazlar Duman tarafından da vurgulanmaktadır (104) ve bu biçimde Keyman'ın altını çizdiği üzere dinin siyasi partiler içerisinde sisteme eklenme ve bir tür kapanma politikasının aksine sisteme uyumlanma, içerimlenmenin bir alanı olduğu söylenebilir. Yine Kürtçenin hem eğitim hem de resmi dil olarak kullanılması yönündeki vurgu ve bunun BDP'nin politikasına dahil olması Kürt siyasi hareketinin önemli belirleyenlerinden biridir (Duman, 2012: 105).

Duman, BDP'nin sivil itaatsizlik eylemleriyle dikkat çekmeyi amaçladıkları sorunları şöyle sıralar: “(a) anadilde eğitim, (b) siyasi tutukluların, özellikle KCK davasından tutuklu veya hükümlü bulunan mahkûmların serbest bırakılması, (c) silahlı kuvvetlerin bölgede sürdürdüğü operasyonları bitirmesi ve (d) seçim barajının kaldırılması” (2012: 105).

Duman, son genel seçimlerde partinin geniş bir seçmen yelpazesini hedefleyerek, birbirinden farklı siyasal kimlik, geçmiş ve geleneğe bağlı, farklı etnik kimliklerden adayların seçilebilecek konumlarda aday gösterildiğini vurgulamıştır (109). Burada vurgulanmak istenen partinin hedeflediği çok kimlikli, demokratik bir Türkiye partisi görünümüdür (Duman, 109).

⁵⁷ Sivil İtaatsizlik, sivil yönetim tarafından uygulanan yasaların özüne uyararak yasalara riayet etmeme, karşı koyma anlamına gelmektedir. Yasaların ya da hükümet politikasının değiştirilmesini hedefleyen, kamuoyu önünde icra edilen(aleni), şiddete dayanmayan, vicdani ancak yasal olmayan politik bir eylemdir (Rawls, 2001: 56).

▪ 2011 Genel Seçimleri Seçim Kampanyası Süresince Yaşananlar

BDP'nin bir siyasi parti olarak Kürt siyasi hareketi içerisindeki yeri ve bu hareketin öncelikleri ve politikalarının analizi bir önceki bölümde ele alınmıştır. Bu bölümde tam da yukarıdaki eksenleri örneklendirecek ve kimileri tarafından BDP dolayımı Kürt siyasi hareketindeki yenileşmeyi örneklendirecek tartışma ve gelişmeler seçim kampanyası sürecinde de ortaya çıkmış ve bu başlıklar özellikle söylem analizine yönelik de değerlendirilmişlerdir. Bu noktada Ruşen Çakır'ın 2011 yılında SETA vakfı için hazırladığı *12 Eylül'den 12 Haziran'a Siyasi Partiler: Barış ve Demokrasi Partisi* isimli rapora değinmekte ve bu raporda özetlenen tarihsel sürecin temel dinamiklerine göz atmakta ve anlamakta yarar vardır. Çakır'ı izleyerek BDP'nin 12 Haziran Genel Seçimleri'ne nasıl bir ortamda girdiğini anlamak için öne çıkan bazı gelişme ve olayları şöyle sıralayabiliriz (2011: 10-14): demokratik açılım, KCK operasyonları ve tasfiye endişesi, İmralı'da süren görüşmeler, sivil itaatsizlik eylemleri ve din kartı. Özellikle AKP hükümetinin önce “Kürt açılımı” daha sonra da “demokratik açılım” olarak nitelendirdiği süreç Çakır'ın da vurguladığı üzere siyasetini Kürt sorunu olarak ortaya koyma ve bu ekseninde oluşturma biçiminde formüle eden BDP için bir biçimde refleks göstermesi gereken ve Çakır'ın tanımlamasıyla “ellerindeki en büyük kozu kaybetme kaygısına” sevk eden bir gelişme olmuştur (2011: 11). Yine bu dönemde seçim kampanyasına etki eden önemli bir başka gelişme de kamuoyunca KCK operasyonları olarak bilinen KCK (Koma Ciwaken Kürdistan, Kürdistan Topluluklar Birliği) operasyonlarıdır. 2009 yerel seçimlerinden sonra başlayan bu operasyonlar kapsamında çok sayıda siyasi parti yöneticisi, sivil toplum kuruluşu üye ve yöneticisi, ama en önemlisi belediye başkanı tutuklandı (Çakır, 2011: 11-12). Keyman'ın yukarıda sürece ve soruna yönelik inisiyatif kullanan aktörler arasında saydığı siyasi kanadın önemli bir aktörünün ve bu örgütsel yapı içerisinde siyaset yapan ve kamuoyunun yakından tanıdığı bazı Kürt siyasetçi ve kanaat önderlerinin de bulunması BDP kanadında “tasfiye” kaygılarının ortaya çıkmasına neden olmuştur (Çakır, 2011: 11-12). KCK davası, sosyal medyada da yoğunluklu biçimde tartışılmıştır: “Kürt hareketinin ve sosyalistlerin kendilerini sosyal medyada yoğun bir şekilde ifade ettikleri konulardan biri, KCK Davası'ydı. Dava kapsamında düzenlenen operasyonlar sık sık sosyal medyada yer bulurken bunlar arasında en çok yorum yapılanlardan biri BDP Diyarbakır Milletvekili Leyla Zana'nın evinde yapılan aramayıdır. Aramada Zana'ya ait bilgisayarlara el konurken, ev kendisine ait olmadığı gerekçesiyle Zana'nın dokunulmazlığı dikkate alınmadı” (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012: 90).

BDP'nin seçim kampanyası açısından “sivil itaatsizlik” eylemlerinin de önemli olduğunu vurgulamak gerekiyor. Bu eylemlere örnek olarak gerçekleştirilen etkinliklerden bazıları şöyle sıralanabilir, “demokratik çözüm çadırları” ve Kürtçe hutbe.

▪ **BDP ve Yeni Medya**

Bu bölümde öncelikle BDP'nin resmi web sayfasının bir incelemesi yapılacak ardından da özellikle Hasip Kaplan ve Ertuğrul Kürkçü ile e-posta ve yüz yüze görüşme yoluyla gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda sosyal medya, yurttaşlar ve parti örgütü arasındaki etkileşim ve kullanım pratiklerine bakılacaktır. Irak ve Yazıcıoğlu'nun tespitlerinden yola çıkarak söyleyebiliriz ki, sosyal medya Kürt siyasi hareketi için önemli bir mecra ve elverişli araçlar ortaya koymaktadır: “Genel olarak baktığımızda, sosyal medyanın Kürt hareketinin görünürlüğünü artırdığı gözlemlenebilir bir gerçek. Ancak bu görünürlüğün şekli ve içeriği mecraya göre değişiklik gösteriyor. Twitter’da nispeten kendini daha fazla ifade edebilen Kürt sosyal medya kullanıcıları, EkşiSözlük’te ve gazetelerin okur yorumları bölümlerinde ise ya yoklar ya da bu kimliklerini öne çıkarmıyorlar. Facebook’ta ise Kürt hareketine yakın sayfalarda son derece cesur ifadeler kullanılırken, Türk kullanıcıların da devam ettiği sayfalarda aynı sertlik gözlemlenmiyor” (2012: 93).

BDP Web Sitesinin Yapısal Görünümü

Barış ve Demokrasi Partisi'nin “<http://www.bdp.org.tr>” alan adı altında faaliyet gösteren mevcut web sitesi,⁵⁸ partinin kurulduğu 2008 yılında yayın hayatına başlamıştır. Daha önce 1990'ların sonunda bir sivil toplum inisiyatifi olan Barış ve Demokrasi Platformu tarafından kullanılan alan adının düzenlemesiyle oluşturulan site, ilk zamanlarında bu alanı işgal eden ancak içerik olarak kayda değer malzeme sunmayan bir görünüm arz etmiştir. Takip eden yıllarda gerek alan adının duraklatılması gerekse yapım aşamasına girmesi nedeniyle sitenin devamlılığı sektöre uğramıştır. Sitenin sunduğu içeriğin nicel ve nitel özellikleriyle bütünlük kazanması ise ancak 2010 yılında gerçekleşmiştir. BDP, sonraki yıl yapılan genel seçime

⁵⁸ Sitenin popülaritesi, Türkiye'deki diğer siyasi parti sitelerine oranla düşüktür. Alexa verilerine göre, 12.02.2013 tarihi itibarıyla sitenin Türkiye trafik sıralamasındaki yeri 39,476'dır.

anılan site ile girmiştir. İçeriği itibariyle dolu görünen ancak görsel estetikten yoksun olan bu site, seçim sonrasında askıya alınmış ve bu sırada mevcut site için çalışmalara başlanmıştır. Ortaya çıkan site, hem tasarım hem de içerik olarak öncekine kıyasla oldukça farklıdır. Görsel olarak öncekine göre daha iyi yapılandırılmış olmakla birlikte, sitenin içeriğinden taviz verdiği görülmektedir. Daha önemlisi, mevcut sitede önceki versiyondaki Kürtçe ve İngilizce dil seçenekleri bulunmamaktadır.

Ekran görüntüsü Şekil 16'da görülebilecek olan güncel site iki ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm, kullanıcının siteyi ziyaret ettiği ilk anda karşılaştığı alandır. Bu alanda yer alan öğeler şu şekilde sıralanabilir: Üstte parti adı, logosu ve sosyal medya butonlarını içeren banner alanı, altında aşağı açılan menü yapısını takiben içerik kaydırıcı ve öne çıkan paylaşımlar. Kullanıcının kaydırma çubuğunu aşağıya çekmek suretiyle eriştiği ikinci bölümde ise haberlerin yer aldığı modüler bir yapı sunulmuştur. Bu bölüm, aynı zamanda "İnteraktif Menü" ile "Twitter" akışını içeren bir arayüz ile onun altında duyuruları aktarması planlanan ancak henüz aktif olmayan bir modüle ev sahipliği yapmaktadır.

Şekil 16. BDP Resmi Web Sitesinin Ekran Görüntüsü⁵⁹



⁵⁹ <http://www.bdp.org.tr>, Erişim tarihi: 12 Şubat 2013

Şekil 17. BDP Resmi Web Sitesinin Katmanları, 12.02.2013



Sitenin en üstündeki banner alanı içinde Facebook, Twitter ve Google+ bağlantıları yer almaktadır. Söz konusu sosyal medya ikonlarının tümü dışarıya bağlantı vermektedir. Ne var ki, Google+ bağlantısı kurulmadığından yine yeni bir pencerede BDP ana sayfasına yönlendirmektedir. Kullanıcı, Facebook bağlantısına tıklayarak “BDP Barış ve Demokrasi Partisi Resmi Sayfası”na ulaşabilmekte, Twitter bağlantısıyla “@BDPgenelmerkez” hesabına erişebilmektedir. Bu arada söz konusu bağlantıların mevcut siteye geçilirken kurulduğunu, genel seçim öncesinde kullanılan sitede sosyal medyaya herhangi bir yönlendirmenin bulunmadığını belirtmek gerekir.

Sitede banner alanının hemen altında menü yapısı sunulmaktadır. Aşağı açılan menü içeriğinde yer alan opsiyonlar şu şekilde kategorize edilebilir:

- Ana sayfa
- Parti
 - *Tüzük, Program, Kurucu Üyeler, Parti Tarihi, Şehitlerimiz*
- Yönetim
 - *Eş Genel Başkanlar, Parti Meclisi, MYK, Disiplin Kurulu*
- Örgüt
 - *Kadın Meclisi, Komisyonlar, Yurtdışı Temsilcilikler, Danışma Kurulu, Gençlik Merkezi, İl Örgütleri*

- TBMM Grubu
 - *Grup Başkan Vekilleri, Grup Yönetim Kurulu, Blok-BDP Milletvekilleri*
- Belediyeler
- Seçimler
 - *2011 Seçimler*
- İletişim

Menüde sunulan başlıkların büyük kısmında eksikler görülmektedir. Örneğin; Kurucu Üyeler, Parti Tarihi, Şehitlerimiz, Disiplin Kurulu, Kadın Meclisi, Komisyonlar, Yurtdışı Temsilcilikler, Gençlik Merkezi, TBMM Grubu içeriğinin tümü ile 2011 Seçimler içeriğine henüz giriş yapılmamıştır. Yine menüde yer alan İletişim bağlantısı cevap vermemektedir.

Web sitesinin ikinci bölümü olarak tasvir edilen alanda BDP içinden haberler ile azınlıklara ilişkin gelişmeler sunulmaktadır. Her biri görsel eşliğinde ve ayrı kutular içinde verilen bu metinler arasında öne çıkanlar, yukarıdaki alanda içerik kaydırıcıda verilmiştir. Üzerine tıklandığında detaylarına ulaşılabilen haberler paylaşımına açık gibi görünmektedir. Ancak kutuların sağ alt köşesinde yer alan paylaşım ikonları tıklanabilir özellikte değildir.

Bir alt bölümde yer alan İnteraktif Menü içeriğinde videolar, foto galeri ve siyaset akademisi & dosyalar olmak üzere üç ayrı başlık gözlenmektedir. Bunların arasında yalnızca videolar kısmına yükleme yapılmış, diğer başlıklar boş bırakılmıştır. Dolayısıyla, söz konusu menü içeriğinde halihazırda herhangi bir etkileşimli öğeye rastlanmamıştır. Beş yıl önceki sitede etkileşimli bir uygulama olarak gösterilebilecek anket seçeneği yer alırken, mevcut sitede bu alanın hazırlıksız hâliyle görücüye çıkarılması geriye atılan bir adımdır.

İnteraktif menünün sağ tarafında Twitter bileşeni görülmektedir. @BDPgenelmerkez hesabına bağlı akışın izlenebildiği alanın Twitter özelinde düzenlenmiş olması, BDP'nin bu sosyal ağa atfettiği önemin bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

Yukarıda sayılan tamamlanmamış menülerin yanı sıra dil seçeneği ve site haritası da sitenin halihazırdaki temel noksanları arasında gösterilebilir. Dil seçeneği, partinin hitap ettiği kitleler açısından düşünüldüğünde, gereksinim olmaktan öte zorunluluktur. Site haritası ise, arama motorlarının verdiği sonuçları doğrudan etkilememekle birlikte, arama motoru optimizasyonu

için önem arz eder. Ayrıca, sitenin bağlantılarını ortaya koyması ve kullanıcıyı yönlendirmesi bakımından da gereklidir. Özellikle, bdp.org.tr gibi arama kutusunun bulunmadığı bir sitede, site haritası zamanla miktarı artan içeriğe ulaşmada yol gösterici olabilir.

Öte yandan, iletişim kanalının kapalı olması da sitenin başlıca noksanlarından biridir. Menüdeki İletişim butonu aktif değildir. Sitede seçmenin doğrudan iletişim kurabilmesi için halihazırda verilen tek seçenek sayfa altında yer alan adres, telefon ve faks bilgisidir. Bu alanda bir de “basın yayın” adıyla gmail hesabından bir eposta yer almaktadır.

Özetlersek, BDP web sitesinin tasarımı işlevsellik ve görsel estetik açısından önemli eksiklere sahiptir. Etkileşim konusundaki yeterliliği de ayrıca sorgulanabilir. Bu anlamda revize edilen yapının, öncekilere göre daha güçlü olmakla birlikte, yeni nesil web ortamına uygun olmadığı henüz ilk bakışta anlaşılmaktadır. İçi boş bırakılan menü yapılarında bu alanların gelecekte tamamlanacağına dair herhangi bir ibare yoktur. Zaten günümüz web ortamında hazırlığı tamamlanmayan içerik için alan yaratmak profesyonel olarak addedilmemektedir. Ayrıca, İnteraktif Menü’de kullanılan görsellerin oransal ölçülerinin deformasyona uğratıldığını ve bunun da profesyonel bir uygulamanın sonucu olmadığını belirtmek gerekir. Yine görseller konusunda bunların arama motorlarına göre optimize edilmediğine değinmek gerekir. Diğer taraftan sitenin omurgasını oluşturan bağlantı adreslerinde bu husus dikkate alınmıştır. kelimeler arası boşluk ve Türkçe karakter kullanımına dikkat edilmiştir. Farklı tarayıcılara cevap veren sitenin mobil versiyonunun bulunmaması da içinde bulunduğumuz dönem itibariyle yetersizlik teşkil etmektedir.

BDP ve Sosyal Medya

BDP’nin sosyal medya kullanımına yönelik olarak özellikle, Ertuğrul Kürkçü ve Hasip Kaplan ile yapılan yüzyüze ve e-posta görüşmeleri oldukça yararlı olmuştur. Bu bağlamda, her iki siyasetçinin farklı görünüm ve kullanım pratikleri sergilediğini söylemek gerekir. Kürkçü, gazetecilik formasyonuna da sahip biri olarak mecranın etkisini önemsiyor ve mecrayı daha kişisel bir kullanım alanı olmaktan öte kendi ifadesiyle “genel ilgiye değecek” aktarımların yapılabileceği bir araç olarak görüyor:

“...burada eğer 140 keli- byte içinde derdinizi ifade etmeniz gerekince, bu aslında bizim gazetecilikte genel olarak spot yaratma/ kurma için kullandığımız gibi dili kullanmadığımız zaman etkin olarak kullanan bir format. O yüzden buna uymak tabii daha kolay oluyor. Fakat ben şöyle diyebilirim, ben ilk başta aslında bu twitteri daha çok bir size bakanlarla sizin aranızdaki bir şahsi temas olarak değerlendiriyordum. Öyle bir dönem oldu, fakat hem bununla başa çıkılamayacağını, hem de twitter kullanıcılarının aslında twitter hesaplarını böyle izlemediklerini gördüm. Hatta ben aslında twitter’ın tersine çevrilmesi olarak da düşünüyorum genel olarak, Türkiye’deki çok kişinin kullanımını. Burası bir özlü sözler listesi gibi değerlendirildi. Her gün bir vecize yumurtlamak ve her gün vecize yumurtlamayan, yani burayı telefon gibi veya e-mail mesajı gibi kullananlara da yani şeyler... Yani tuhaf, yani twitter’ı kirletiyor. Battıklarını görüyorum ben, ikisinin arasında bir yol izlemeye çalışıyorum. Birincisi bu şahsi temas kuranların çoğu iyi niyetli değil, yani önce bir laf atmak, ondan sonra bunun arkasından size küfretmek için bunu kullanıyorlar. İlk önce onlarla ağız dalaşına giriyordum, fakat artık onları blok ediyorum. Onlarla görüşmeme yolunu seçiyorum. Mümkün mertebe, bana sorulan doğru sorulara cevap vermeyi, ya da yaptığımız etkinliklerden ki herkes seçmen, seçmenleri haberdar etmeyi ama burayı bir ne diyelim, bir şahsi propaganda alanına çevirmeden, aslında genel ilgiye değecek olan şeyleri buradan aktarmayı seçiyorum. Benim şimdilik yapabildiğim o.” (Ertuğrul Kürkçü, 22 Kasım 2012 tarihli görüşme)

Mecranın bir tür haber yayma özelliğinin sıklıkla vurgulanması, özellikle BDP gibi anaakım medyayı bu anlamda etkili kullanma olanağı ol(a)mayan siyasi partiler için de haber yayma özelliğinin önemli ve etkili bir araç olduğunun altını çizmektedir.

“Anında haber verilemeyecek pek çok etkinliğe hem fotoğraf çekiyorum, veya hem de bir iki söz aktarıyorum burda, ama bunlar şeyler işte, şu an herhalde 72 000 izleyici var, bunların ne kadarı aktif onu da bilmiyorum, yarısı o kadar aktiftir herhalde, 30-35 000 kişi anında haber geçince onlar da başka 5-10 000 kişilere geçerlerse neredeyse bir yaygın gazete kadar çok haber hızlı ulaşıyor. Yani bu açıdan da diyebilirim ki bir yandan da gazetecilik yapıyorum aslında” (Ertuğrul Kürkçü, 22 Kasım 2012 tarihli görüşme)

Tüm bu süreçte BDP ile örgütlü iletişim faaliyeti açısından ne tür bir strateji ve/veya iletişim olduğunu konusunda Kürkçü BDP çatısı altında siyaset yapan milletvekillerinin kurumsal hesapla karşılaştırıldığında daha etkili kullandıklarına vurgu yapmaktadır. Takipçi sayısı çok

olan milletvekilleri de BDP'nin kurumsal hesabını retweet yaparak bu hesabı da görünür kılmaktalar.

“Bunu biz yapmıyoruz. Bunu BDP iletişim merkezi yapıyor, onlar bizim tweetleri alıp kendi iletişim kanallarına yönlendiriyorlar. Seçerek tabii, mesela biriyle ağız dalası yapıyorsam onu değil ama bir mitingden çıkılmış, fotoğrafı ve onun bilgisi hemen yönlendiriyorlar. Fakat şu an için BDP'nin twitter hesabının izleyici sayısı bizim etkin vekillerinkinden daha az. Yani aslında biz de tersini yapıyoruz. BDP'ninkileri, önemli bulduklarımı ben de oradan yönlendiriyorum. İkincisi biraz burayı bulletin board gibi kullanmak isteyen aktivistler var, ben onlara bazen hak veriyorum. Mesela bu hak için mücadele edenleri ya da çeşitli öğrenci gruplarının o gün ulaştırmak istedikleri haberleri ulaştırmalarına da yardımcı oluyoruz. Böylelikle bir cross bir iletişim oluyor diyebilirim yani.” (Ertuğrul Kürkçü, 22 Kasım 2012 tarihli görüşme)

Burada belki de yeniden sosyal medya aracının yapısal özelliklerinin ve kullanım amacının iyi analiz edilmesi gerektiğini vurgulamak gerekir. Twitter daha kişisel bir mecra olarak kurumsal bir hesaptan daha ziyade milletvekillerinin bireysel kullanımlarına daha uygun bir mecradır. Oysa BDP'nin parti Facebook hesabı bu anlamda daha güçlü bir kullanım görüntüsü/ izlenimi vermektedir. Bu anlamda kurumsal kullanımlar ve hesaplar açısından Facebook'un platform ve arayüzey bağlamında (örneğin grupların kurulması, sayfaların oluşturulması vb., moderatör uygulaması gibi seçenekler) daha etkili ve elverişli olduğunu ifade edebiliriz. Kürkçü'yle yapılan görüşmeden de partinin Facebook sayfasının tamamen parti inisiyatifince yönetildiğini öğreniyoruz. Bu anlamda Twitter'ın daha kişisel Facebook'un daha kurumsal kullanıma yönelik bir görünüm sergilemesine yönelik bir başka vurgu da Hasip Kaplan'dan gelmektedir:

“Facebook sayfamı düzenli yenileyen gönüllüler var, Twitter ise kişisel hesabım” (Hasip Kaplan, E-posta görüşmesi)

BDP milletvekillerinin seçimlere girerken BDP kurumsal yapısı altında girmemeleri ve aslında bir blokun temsilcileri olarak farklı kimlik ve duyarlılıkları temsil etmeleri onların bu anlamda kurumsal bir çerçeve içerisinde sosyal medyayı kullanmalarına da bir biçimde engel olmaktadır. Bu konuda Kürkçü'nün partinin sosyal medya hesaplarının yönetimine ilişkin vurgusu önemlidir:

“Partinin iletişim merkezinin bununla ilgili ne yaptığını bilmiyorum. Ama Facebook ve Twitter hesaplarını yönlendirmeye, etkin kılmaya çalışan amatör yani gönüllü bir grup var. Profesyonel değil yani BDP'nin şeyi. İkincisi, bizim BDP'yle bağlantımız hem var hem yok. Yani nominal olarak biz BDP millet vekiliyiz ama biz bir bloğun parçasıyız, başka dinamiklerden geldik, o yüzden genel merkezin bu noktadaki politikasını çok iyi bilmiyorum açıkçası. Meclis grubunun da kendine özgü bir iletişim tabanı yok.”
(Ertuğrul Kürkçü, 22 Kasım 2012 tarihli görüşme)

BDP özelinde vurgulanacak bir diğer konu ise BDP hesaplarının ve BDP milletvekillerinin sosyal medya kullanımlarının sadece yurttaş ve siyasetçi etkileşimini içermediğini ayrıca Kürt siyasi hareketinin diğer önemli aktörleriyle de iletişim ve etkileşimi mümkün kıldığını görmektir. Sadece diğer aktörlerle değil parti içi örgütsel iletişimin de önemli bir aracı olarak sosyal medya görece ucuz, etkili, zaman ve mekân kısıtı olmadan kullanılabilir önemli bir araçtır. Bu konudaki işleyişi de Kürkçü şöyle özetlemektedir:

“BDP genel merkezi twitter ve facebook hesaplarının dışında bir sosyal medya organını bildiğim kadarıyla kullanmıyor. İkinci bir şey yapıyor ama bu sadece vekillere yönelik. Günlük medyayı tarayıp, makale ve haberleri bizim ilimize değer olduğunu düşündüklerini bize postlıyor. Bunun dışında bir sosyal medya iletişimi kurmuyor. Bildiğim yok. Yani ama ?... il ve ilçe örgütlerinin var, Halkların Demokratik Kongresi'nin var. Bunlar hepsi birbiriyle kesişim alanları kümeleri olan yapılar. Dolayısıyla, aslında, şöyle diyelim. Halkların Demokratik Kongresi, BDP Genel Merkezi, bizim kendi hesaplarımız, bir de il, ilçe yerel birimleri, bölge birimleri bunların hepsi birden çalıştığı zaman bazen mesajınız mesela ona katlanarak ulaşabiliyor. Ve tersi de olabilir.” (Ertuğrul Kürkçü, 22 Kasım 2012 tarihli görüşme)

Hem Kürkçü hem de Kaplan sosyal medyanın gündem oluşturmaya yönelik etkisini vurgulamaktadırlar. Sosyal medya hem geçmişe yönelik olarak bir tür yeniden canlandırma (reanimasyon) işlevi görmekte hem de anlık görünür olmayan önemli başlıkları siyasetçilerin ve/veya siyasi aktörlerin gündeme getirebilmelerini sağlamaktadır. Her iki siyasetçi de bu konuda Uludere olayını örnek göstermektedirler:

“Gündemde çok eski bir şey olmuşsa ve siz ona bir mim koymuşsanız, bu çok şaşırtıcı bir hızla şey yapıyor, çoğalıyor ve medya mesela ?... benim mesela aklımda öyle bir şey, bu Uludere'de katliam olunca hep işte yaygın medya kaçakçı kaçakçı deyip duruyordu, ben

de dedim ki, sizin kaçakçı dedikleriniz aslında bölünmüş yurtlarının iki tarafında birbiriyle ticaret yapan insanlar. Şimdi birden bu laf, high oldu. Herkes bunu birbirine gönderdi. Valla ben bilmiyordum öyle bir şey, olsun diye de yapmadım, yani içimden buna bir mim koymak geldi. Şimdi bazen de böyle bir şey oldu, yani ne diyelim. O anki konjonktüre, hissiyata bağlı olarak eğer uygun bir cümle kurmuşsanız ki bunu meslek edinmiş insanlar var, onlar böyle çalışıyorlar yani twitterda... Ama bu kendiliğinden böyle olduğu zaman hakikaten çok büyük bir etkileşim oluyor ve gündem belirliyor vs. (Ertuğrul Kürkçü, 22 Kasım 2012 tarihli görüşme)

“Ana akım medya ve siyaset dışında gündemi belirleme imkânı veriyor. Örneğin Roboski katliamını gece 02.00 de paylaşmıştım.” (Hasip Kaplan, E-posta görüşmesi)

Dağhan Irak ve Onur Yazıcıoğlu, “Türkiye ve Sosyal Medya” (2012) isimli çalışmalarında sosyal medyanın politik gündeme etkisi konusunda en belirgin ve kendi deyimleriyle belki de tek olayın Uludere olayı olduğunu ifade etmektedirler: “Sosyal medyanın politik gündemini incelediğimiz zaman dilimi içerisinde, gündemin tamamen sosyal medya tarafından oluşturulduğu ve medyanın buna zamanla uyum göstermek zorunda kaldığı en önemli (belki de tek) olay, Uludere Olayı’ydı” (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012: 84). Yazarlara göre bu olayın ortaya koyduğu/ gösterdiği bir başka görünüm de şu şekildedir: “ana akım siyasetin içindeki partileri destekleyen sosyal medya kullanıcıları kendi taraflarının tepki vermekte gecikmesi halinde ilgili konuda ülkenin hâkim kodlarına göre yorum yapıyorlar” (2012: 87).

Bu türden bir etkiye yönelik vurgularının yanı sıra BDP’li milletvekilleri olarak Kürkçü ve Kaplan iki türden sınırlılığın da altını çizmektedirler, bir siyasal eylem alanı olarak sosyal medyanın gücü ve içerik taşıma, iletme kapasitesi anlamında teknik sınırlılıklar. Kürkçü, sosyal medyanın siyasal iletişim açısından siyasal katılım ve gündem yaratma konusundaki etkisini ve bu konudaki sınırlarını tartışırken çevrimdışı siyasetin etkisini göz ardı etmemek gerektiğini vurgulamaktadır. Bunu ifade ederken de siyaset yapmanın “geleneksel” yollarını bırakmanın mümkün olmadığını söyler:

“Şüphesiz kullanılabilir ama tabii bu bizi şöyle yanıltmamalı, yani nasıl diyelim Türkiye’de herkesin bir twitter erişimi olduğunu ve sizin hitap alanınızın aslında twitterda bir model olarak temsil edilmekte olduğuna dair kanaatleriniz doğru olmayabilir. O yüzden bir tek twitterdan gündem yaratabileceğinizi ya da yaratmaya çalışmanızın doğru olmadığını düşünüyorum. Diğer geleneksel yolları, sokağa çıkıp

bağırmayı, işleri bakanına söz söylemeyi doğrudan bir yana bırakamazsınız ama o da gündemi oluşturmaya katkıda bulunur.” (Ertuğrul Kürkçü, 22 Kasım 2012 tarihli görüşme)

Hasip Kaplan ise bu araçlara, özellikle Twitter’a yönelik en önemli kısıtın içeriğin aktarımı konusunda gerçekleştiğini vurgular. Bu türden bir kısıt kullanıcının geliştirdiği farklı kullanım stratejilerinin bir tür üslup olarak ortaya çıkmasına da neden olmaktadır. Örneğin Hasip Kaplan da Twitter içeriklerine bakıldığında çoklu tweet diye tanımladığımız ardı ardına devam eden tweetleri ile dikkat çekmektedir.

“140 karakter çoğu zaman yetersiz kalıyor, bir konuyu anlatmak için birkaç devam eden twit haberi tamamlıyor” (Hasip Kaplan, E-posta görüşmesi)

Sonuç olarak, Kürt siyasi hareketinin ve parti olarak BDP’nin sosyal medyayı çoğunlukla ana akım medyaya alternatif mecralar olarak kullandığını ve bu anlamda da başarılı olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle kimi haberleri ve/veya olayları duyurmak ve yaygınlaştırmak konusunda partinin ve bu çerçevede siyaset yapan Kürt siyasi hareketinin diğer üyelerinin özellikle mecra olarak Facebook’u etkili kullandıkları ve kimi kez de Türkiye’de siyasi partiler üzerinden çok rastlanmayacak biçimde gündem de yaratabildiklerini söyleyebiliriz.

2. YÖNTEM

“Sosyal Medya Ortamlarının Siyasal İletişim Uygulamaları Açısından İncelenmesi: Türkiye’de 2011 Genel Seçimlerinde Facebook ve Twitter’ın Siyasi Partiler ve Liderler Tarafından Kullanılması” adlı bu araştırma projesinde dört araştırma tekniği yaşama geçirilmiştir. İlki, sosyal medya ortamlarının mimari yapısının çözümlenmesi; ikincisi nicel ve nitel içerik çözümlenmesi; üçüncüsü söylem çözümlenmesi ve dördüncü olarak görüşme tekniğidir. Aşağıda sırasıyla bu araştırma tekniklerinin nasıl uygulandığı ayrıntılı olarak açıklanmaktadır.

2.1. Sosyal Medya Ortamlarının Mimari Yapısının Çözümlenmesi: Facebook ve Twitter Örneği

Zizi Papacharissi, sanal mekanların mimarisinin, tıpkı fiziksel mekanların mimarisi gibi olduğunu ve bu mimarinin belirli etkileşim biçimlerini olanaklı kılarak, bireyleri olanaklı kıldığı biçimde etkileşim kurmaya yönlendirdiğini belirtir. Sosyal ağ mimarisi, yapı, tasarım ve organizasyonun birleşiminden oluşan bir sonuç olarak tanımlanmaktadır (Papacharissi, 2009: 205). Mimari tasarım, basitçe bir arayüzey tasarımının ötesindedir ve ağ uygulamasının amaçları, hedefleri, hedef kitlesi, ağ üzerinde gerçekleştirilmesi beklenen amaçlar gibi öğelere bakarak oluşturulur. Ağ mimarisi, uygulamaya kimlerin katılacağından, katılan kullanıcıların ağ üzerinde yapacakları/yapabilecekleri etkinliklere, başta gizlilik ayarı olmak üzere site ayarlarında izin verilen kişiselleştirmelere kadar pek çok unsuru barındırır ve oldukça kapsamlıdır. Bu nedenle farklı sosyal ağ uygulamalarında farklı mimari yapılar benimsenmektedir. Ağ uygulamasının amaçları/hedefleri doğrultusunda ortaya çıkan bu yapıda mutlak doğrular ya da iyiler bulunmamaktadır.

2.1.1. Sosyal Medya Ortamlarının Betimlenmesi: Facebook Arayüzeyi

Sosyal medya uygulamalarından Facebook, MySpace, LinkedIn, Friendsfeed, Orkut, Hi5 ark. gibi bir toplumsal paylaşım ağıdır. Toplumsal paylaşım ağları, “bireylerin sınırları belli olan bir sistem içerisinde açık veya yarı açık profil oluşturmalarına izin veren, farklı kişilerle

bağlantı paylaşımında bulunan kişilerin listesini, bu kişilerin bağlantılı olduğu diğer kişilerin listesini gösteren web tabanlı hizmetler olarak tanımlanmaktadır (Boyd ve Ellison 2007). Bu siteler, kullanıcılar için farklı kullanıcılara karşı kendini temsil etme yolu olan ve kullanıcının hemen hemen bütün kişilik özelliklerini yansıtan (profili esas alan) sitelerdir. Danah M. Boyd, toplumsal paylaşım ağlarını profili esas alarak, kişilerin oluşturmuş oldukları profiller üzerinden yorumda bulunarak birbirleriyle ilişki kurdukları bir web sitesi kategorisi olarak tanımlamaktadır. Toplumsal paylaşım ağlarının çoğunda kullanıcılar yeni insanlarla karşılaşma ve iletişime geçme amacının ötesinde mevcut arkadaşları veya tanıdıkları ile de iletişimi sürdürme amacını gütmektedirler (Boyd ve Ellison, 2007). Bu nedenle, profil sunumu ve farklı kişilerle olan bağlantıların açık bir şekilde ortaya konması, hem iletişime yeni kişileri dâhil etme hem de tanıdıkları bir araya getirme olanağı yaratmasından ötürü, toplumsal paylaşım ağlarındaki etkileşimin temelini oluşturmaktadır” (Toprak ve ark. 2009).

Gerek kullanıcının ağa katılmasında hiçbir sınırlamanın olmayışı, gerek ağ üzerinde açık kaynakla oluşturulmuş uygulamalar sayesinde farklı özelliklerin bulunması, gerekse site varsayılan ayarlarının, site üzerinde paylaşılan bilgilerin neredeyse tüm İnternet kullanıcıları tarafından görülebilmesine olanak tanıyacak gevşeklikte olması, Facebook’un “mimari olarak cam bir binanın muadili” (Papacharissi, 2009: 215) olarak tanımlanmasını sağlamaktadır.

Facebook, kullanıcılarına kişi hesabı, sayfa hesabı ve grup hesabı olmak üzere üç tür hesap oluşturma imkanı sunan bir sistemdir. Facebook kullanıcısı olmak için öncelikle bir kişi hesabı oluşturulması gerekir. Kişi hesabı oluşturulduktan sonra kullanıcı isterse kendisine ayrı bir sayfa hesabı veya grup hesabı da oluşturabilir. Facebook hesaplarına giriş yapıldığında temel olarak üç bölümden oluşan (sol kısım, orta kısım ve sağ kısım) bir ekran ile karşılaşılır. Bu bölümlerde yer alan uygulamalar ise hesap türüne göre farklılıklar gösterir. Hesap türlerini kısaca açıklayacak olursak:

Kişi Hesabı

Kişi hesapları, bireysel olarak açılan hesaplardır ve daha özel paylaşımlar için kullanılmaktadır. Hesap sahibi paylaştığı bilgileri sadece arkadaş olarak eklediği bireylerin görebileceği şekilde gizleyebilir ya da bu bilgiler herkese açık olarak ayarlanabilir. Hesap

sahibi ile paylaşımda bulunabilmek için arkadaş olarak onaylanmak ya da hesaba eklenmek gerekmektedir. Facebook kişi hesabında arkadaş sınırı en fazla 5000 kişidir. Kişi hesaplarında, ekranın *ilk bölümü* olarak adlandırabileceğimiz sol kısım, kullanıcılara incelenen kişi hesabına ait bir özet sunmaktadır. Kişinin hesabını temsil etmek üzere yüklediği fotoğraf bu bölümün en üst köşesinde yer almaktadır. Profil fotoğrafının altında sırasıyla Duvar, Bilgiler, Fotoğraflar ve Arkadaşlar uygulamalarına yönelten kısayol linkleri bulunmaktadır. Linklerin altında ise kişinin arkadaş listesini gösteren *Arkadaşlar* linki biraz daha geniş bir biçimde sunulmakta, kişinin sahip olduğu arkadaş sayısı parantez içinde belirtilerek, kişinin arkadaş listesinde bulunan 10 arkadaşının kişi hesapları gösterilmektedir. *İkinci bölüm* olarak adlandırabileceğimiz orta kısım, hesap sahibi ile arkadaş listesinde bulunan kullanıcıların içeriklerini paylaştıkları ve etkileşimin gerçekleştirildiği alandır. Duvar olarak adlandırılan bu alanda paylaşılan içerikler ters kronolojik biçimde sıralanmakta ve en son paylaşılan içerik en üstte yer almaktadır. İçerik paylaşan kullanıcı kendi içeriğini silmediği ya da hesap sahibi bu içerikleri kaldırmadığı sürece geçmişte dolaşıma sokulan her içerik *Duvar*'da görülebilmektedir. Paylaşımlar, kullanıcıların kendilerine ait fotoğraflar, videolar ve yazılı mesajlardan oluşabileceği gibi bir başka kullanıcının dolaşıma soktuğu bir içerikten ya da çeşitli İnternet sitelerinden aktarılan içeriklerden de (fotoğraf, video, haber, duyuru, ilan) oluşabilmektedir. Dolaşıma sokulan her içeriğin altında “Beğen”, “Yorum Yap” ve “Paylaş” linkleri bulunmaktadır. Kullanıcılar, etkileşime girmek için bu linklerden sadece bir tanesini kullanabilecekleri gibi, hepsini tek bir içerik için ayrı ayrı kullanabilmektedirler. Bu uygulamalar kullanıldığı takdirde, içeriğin altındaki bölümde beğenen kişi sayısı, yapılan yorum sayısı ve paylaşım sayısı gösterilmektedir. Gösterilen sayıların üzerine tıklandığında ise bu uygulamaları gerçekleştiren kişilerin kimler olduğu görülebilmektedir. Beğen, kullanıcılar tarafından en çok kullanılan özelliklerden birisidir. Paylaşım hakkında yazılı herhangi bir görüş belirtmek yerine aktarılan içeriğe onay verme, kendisinin aynı fikirde olduğunu belirtme, içeriği gördüğünü ve beğendiğini gösterme gibi amaçlarla kullanılmaktadır. Bazen olumsuz bir olaya tepki vermek için de kullanılmaktadır. Paylaş, Facebook'ta bir kullanıcı tarafından eklenmiş olan gönderilerin, bir başka kullanıcı tarafından alınarak kendi hesabındaki Duvar'a aktarılması ve arkadaş listesindeki kişilere ulaştırılmasını sağlayan uygulamadır. *Üçüncü bölüm* olarak adlandırabileceğimiz sağ kısımda ise dönüşümlü olarak reklamlar ve sponsorlu haberler yer almaktadır. Maliyet yüksekliğine göre sıralanan reklamlar, hesap sahibinin cinsiyetine göre farklılaşmakla birlikte, kişinin hesabında ekli olan arkadaşların tercihleri de yine bu alanda gösterilmektedir. Sunulan reklamların veya sponsorlu

haberlerin tümünü görmek için “Tümünü Gör” bağlantısına tıklamak gerekmektedir. Yine bu alanda isteyen Facebook kullanıcılarına kendi reklamlarını oluşturmaları için “Reklam Oluştur” seçeneği sunulmaktadır.

Şekil 18. 1920 x 1080 Piksel Çözünürlükte Görüntülenen Facebook “Kişi Hesabı”Na Ait Ekran Görüntüsü



Sayfa Hesabı

Sayfa, hedef kitleyle etkileşime girmek için oluşturulan hesap türüdür. Sayfa oluşturmak isteyen kullanıcı, “Yerel İşletme veya Yer”, “Şirket, Kuruluş veya Enstitü”, “Marka veya Ürün”, “Sanatçı, Müzik Grubu veya Tanınmış Kişi”, “Eğlence”, “Dava veya Topluluk” olmak üzere 6 sayfa kategorisinden birini seçmek zorundadır. Oluşturulan sayfanın diğer kullanıcılar tarafından beğenilmesi önemlidir. Çünkü sayfayı beğenen kişi sayısı, sayfanın üye sayısını göstermektedir. Sayfaya eklenebilecek hayran sayısı için herhangi bir sınırlama yoktur. Sayfayı beğenen kişiler, sayfa duvarında paylaşımda bulunmadıkları sürece diğer kişiler tarafından görülmezler. Sayfa hesaplarında, ekranın *ilk bölümü* kişi hesaplarında olduğu gibi incelenen sayfaya ait bir özet sunmaktadır. Sayfayı oluşturan kullanıcının yüklediği profil fotoğrafı en üst köşede yer alırken, onun altında Duvar, Bilgiler, Arkadaşların Yaptıkları ve

Fotoğraflar uygulamalarına yönelten kısayol linkleri bulunmaktadır. Eğer sayfayı oluşturan kullanıcı, sayfasına yönelik bilgileri düzenlerken detaylı bilgiler (Notlar, Videolar, Etkinlikler vb) paylaşmış ya da değişik uygulamalar (Hoşgeldiniz, Özgeçmiş vb.) kullanmışsa bu alana başka kısayolların eklendiği görülmektedir. Sayfa sahibinin Duvar, Bilgiler ve Arkadaşların Yaptıkları dışındaki linkleri istediği şekilde sıralama seçeneği de bulunmaktadır. Linklerin altında kalan alanda, sayfanın üye sayısı “[beğenen kişi sayısı] kişi bunu beğendi” şeklinde yer almaktadır. Ancak kimlerin beğendiği gösterilmemektedir. Beğenen kişi sayısının altındaki alan ise Beğeniler için ayrılmıştır. Sayfa sahibinin beğendiği başka bir Facebook sayfası varsa, bu sayfalar Beğeniler başlığı altında gösterilmektedir. Beğenilerin çok olması halinde, beğenilen bütün sayfaları görebilmek için “Tümünü Gör” bağlantısına tıklamak gerekmektedir. Sayfa sahibinin beğendiği herhangi bir sayfa bulunmaması halinde Beğeniler başlığı bu alanda gözükmemektedir. *İkinci bölüm*, yine kişi hesaplarında olduğu gibi Duvar’dan oluşmaktadır. Duvar’ın en üst kısmında sayfanın adı ve kategorisi yer almaktadır. Hemen yanında ise sayfayı ziyaret eden kişilerin, sayfaya üye olmalarını sağlayacak olan “Beğen” düğmesi bulunmaktadır. Sayfayı takip etmek isteyen bir kullanıcının “Beğen” düğmesine tıklaması, sayfa üyesine dönüşmesi için yeterlidir. Sayfaya eklenebilecek hayran sayısı için herhangi bir sınırlama yoktur. Bazı sayfa sahipleri, Duvar’ı üyelerin içerik paylaşmasına kapatabilmektedir. Bu durumda, üyeler Duvar’a içerik ekleyememekte, sadece sayfa sahibinin paylaştığı içerikleri beğenme, yorum yapma ve bu içerikleri kendi kişi hesaplarında paylaşma olanağına sahiptirler. Duvar’ın kullanıcıların paylaşımına açık olduğu hesaplarda görüntülenen Duvar için iki seçenek bulunmaktadır. Sayfayı inceleyen kullanıcı isterse sadece sayfa sahibi tarafından paylaşılan içerikleri görebilmekte, isterse hem sayfa sahibi hem de sayfa üyelerinin paylaşımlarının birlikte yer aldığı “Herkes” ekranından Duvar’ı takip edebilmektedir. Sayfa hesabının *üçüncü bölümü* de dönüşümlü olarak reklamlar ve sponsorlu haberlere ayrılmıştır. Buradaki tek fark, bölümün en üstündeki köşede, üyelerin kendi sayfalarını oluşturmalarına olanak sağlayan “Sayfa Oluştur” uygulama düğmesinin yer almasıdır.

Şekil 19. 1920 x 1080 Piksel Çözünürlükte Görüntülenen Facebook “Sayfa Hesabı”na Ait Ekran Görüntüsü



▪ Sayfa Hesabı Yönetici Paneli

Facebook Yönetici Paneli (FYP), sayfa hesabına sahip kullanıcıların sayfalarını yönetebildiği ve sayfaları hakkında çeşitli veriye ulaşabildiği bir paneldir. Facebook'ta sayfa hesabı kişi hesabı üzerinden açılabilirdiğinden, sayfayı açan kullanıcı aynı zamanda sayfanın yöneticisi olur. Sayfa sahibi, tayin ettiği diğer kullanıcıları da sayfasına yönetici olarak atayabilir. Dolayısıyla, sayfa hesabının ard alanı olarak nitelendirilebileceğimiz FYP, sadece yöneticinin ve yöneticinin belirlediği hesap sahiplerinin erişilebildiği bir alandır. Sayfayı beğenen sıradan üyelerin erişimine kapalıdır. Sayfa hesabı olan bir kullanıcı, FYP'ye erişmek için Facebook ana ekranında sağ üst köşede yer alan “Facebook’u şu adla kullan” opsiyonu altındaki sayfa adını seçer.

Sayfa, yönetici hesabıyla açıldığında FYP ile beraber gelir. Ekranın üst kısmında FYP, alt kısmında ise sayfa hesabının - tüm kullanıcıların gördüğü şekliyle - arayüzü yer alır. Üst kısımdaki FYP beş ayrı bölmeden oluşur: Bildirimler, mesajlar, yeni beğenenler, istatistikler

ve sayfa ipuçları. Bildirimlerde olağan kullanıcı aktiviteleri listelenir. Mesaj paneli, yöneticinin kullanıcılar ile özel yazışmalarını gösterir. Yeni beğenenler, sayfayı en son beğenen kullanıcıların listelendiği paneldir. İstatistikler paneli “Senin Gönderilerin,” “Bunun Hakkında Konuşanlar” ve “Erişim” bilgilerini belli bir kronojide grafik olarak gösterir. Sayfa ipuçları ise, yöneticiye sayfayı daha verimli kullanabilmesi için tavsiyeler verir.

Bu genel görünüme istinaden altını çizmek gerekir ki, FYP sadece sayfa ayarlarının yapıldığı bir kontrol merkezi değil, aynı zamanda sayfaya erişen kitlenin profili ve beğenileri konusunda yöneticiye bilgi veren bir arayüzdür. Bu nedenle FYP'nin kullanımını tarif ederken, onu iki bölüm altında incelemek uygundur: Yönetim ayarları ve istatistikler.

Yönetim ayarları

FYP'de yöneticilerin sayfayı neredeyse bütünüyle kontrol altında tutabileceği bir takım ayarlar yer almaktadır. Bunlar arasında sayfa düzenlemeden hayran listesini yönetmeye kadar çok sayıda ayar bulunmaktadır. FYP ekranının sağ üst kenarında yönetim ayarları için dört seçenek mevcuttur: “Sayfayı Düzenle,” “Yönet,” “Hayranlarını Artır” ve “Yardım.”

“Sayfayı Düzenle” opsiyonu içinde sayfa görünürlüğü ayarları yapılabilmektedir. Sayfa, yayından kaldırıldığı takdirde sadece yöneticiler tarafından görülebilmektedir. Ülke kısıtlamaları ayarında, sayfanın seçilen ülkeye ya da seçilen ülke dışına erişimi kaldırılabilir. Yaş kısıtlamalarında, sayfaya erişim için belli yaş sınırlamaları (13+, 17+, 18+, 19+, 21+) getirilebilir. Ayrıca alkolle ilgili yaş sınırlaması da seçilen ülkeye göre belirlenir. Paylaşım izinlerinde erişim ve siteye içerik yükleme opsiyonları ayarlanabilir. Gönderilerin görünürlüğü ile ilgili ayarlar altında, moderasyon durumu düzenlenebilir. Mesela, kullanıcılar tarafından sayfaya yüklenen içeriğin öncelikle yöneticinin izninden geçmesi isteniyorsa, varsayılan görünürlükte “Sayfada İzin Verildi” seçeneğinin işaretlenmesi gerekir. Sayfada paylaşılan fotoğrafların etiketleme izinleri de bu bölümde ayarlanmaktadır. Sayfada “Mesaj” düğmesinin görünmesi isteniyorsa, yine ilgili ayarın buradan aktive edilmesi gerekir. Sayfadaki gönderilerde kullanılacak sözcükler için kara liste oluşturulabilir. Bu kelimeler kullanıldığında, içerik kendiliğinden spam olarak işaretlenir. “Sayfa’yı sil” opsiyonu yine sayfa düzenleme panelindedir.

“Yönet” opsiyonu, açılan menü şeklinde tasarlanmıştır. İçindeki “Ayar” başlığı altında paylaşım tercihleri bulunmaktadır. Sayfayı kullanırken hangi hesaba (kullanıcı hesabı ya da sayfa hesabı) bağlı kalınacağı buradan belirlenir. Hayranların sayfadaki etkinlikleri (yorum, mesaj, vb.) konusunda e-posta bildirimini almak için ayarlarda ilgili opsiyon işaretlenir. Yönet opsiyonu içinde ayrıca sayfadaki hareketlerin dökümü çıkartılabilir, engellenmiş kullanıcılar görülebilir ve kişi hesabına geçiş yapılabilir.

“Hayranlarını Artır” opsiyonu, e-posta adres defterindeki kişilerin sayfaya davet edilmesi için kullanılmaktadır. Bu opsiyonda aynı zamanda reklam oluşturulabilir.

“Yardım” ise, içinde Yardım Merkezi ziyareti, tur, ürün kılavuzu ve eğitim videosu bulunan bir opsiyondur. Ayrıca, görüş bildirimleri için de yardım menüsü kullanılmaktadır.

İstatistikler

FYP'nin sayfa hesabı sahipleri açısından oldukça cazip bir ziyaret noktası olduğu ifade edilebilir. Çünkü burada sunulan istatistik verilerin dökümü oldukça detaylandırılmıştır. İstatistikler altındaki panellerde “Genel Bakış,” “Beğeniler,” “Erişim” ve “Bunun Hakkında Konuşanlar” yer almaktadır. Bunların her birine ait döküm FYP ekranındaki grafikler ile gösterilmektedir.

“Genel Bakış” iki bölüm altında analiz edilebilir: Sayfa geneli istatistikleri ve sayfa gönderileri. Sayfa geneli istatistikleri için verilen grafikte tarihlere göre Gönderiler, Bunun Hakkında Konuşanlar ve Haftalık Toplam Erişim frekansları verilmektedir. Grafiğin yanı sıra sayfayı beğenen tekil kişi sayısı, sayfayı beğenen kullanıcılar ile arkadaş olan tekil kişi sayısı, sayfa hakkında etkinlikte bulunan tekil kişi sayısı ve sayfayı gören toplam tekil kişi sayısı rakamsal olarak sunulmaktadır. Ayrıca bu rakamlardaki iniş ve çıkışlar yüzdesel olarak belirtilmektedir. Öte yandan, ekranın alt kısmındaki sayfa gönderileri tablosunda, türlerine göre sayfa gönderilerinin (gönderi, fotoğraf, bağlantı, video, platform gönderisi, soru) her biri için tarih, erişim (gönderiyi gören tekil kişi sayısı), etkileşimde bulunan tekil kişi sayısı, gönderi hakkında içerik oluşturan tekil kişi sayısı ve virallik yüzdesi verilmektedir. Dahası, tablodaki rakamlara tıklanıldığında kategoriye göre etkinliğin detayına ulaşılabilmektedir.

Örneğin, bunun hakkında konuşan kategorisinde x sayıdaki kullanıcı aktivitesinin detayına erişmek için x rakamına tıkladığında beğenmeler, yorumlar ve paylaşımlar yüzdesel olarak daire grafiğinde gösterilmektedir.

“Beğeniler”de, sayfayı beğenen kişilerin demografik özelliklerine göre dağılımı seçilen tarih aralığında sergilenmektedir. Burada, cinsiyet ve yaş aralıkları grafikte verilmektedir. Ayrıca hayranlar Facebook ayarlarında belirtilen ülke, şehir ve dil ayarlarına göre sınıflandırılmaktadır. Beğenilerde görülebilecek bir diğer grafik ise beğenilerin kaynağıdır. Bunlar sayfa, beğen kutusu/beğen düğmesi, Facebook tavsiyeleri, arama sonuçları, açılır pencereler ve yönetici daveti olarak kategorilere ayrılmıştır. Grafikte beğenmekten vazgeçenlerin sayısı da gözlenebilir.

“Erişim” penceresinde, erişilen kullanıcıların demografik özellikleri sunulmaktadır. Bunlar, verilen grafikte cinsiyet ve yaş aralıklarına göre sıralanmaktadır. Yine alt kısımda ülke, şehir ve dile göre yapılan ayrımlar yer almaktadır. Ekranda daha aşağıya inildiğinde kullanıcılara erişim ve sıklık grafikleri görülmektedir. Kaç kullanıcıya kaçar kez ulaşıldığı bilgisine buradan ulaşılabilmektedir. Burada, son olarak sayfa görüntülemeleri yer almaktadır. Sayfanın belli tarih aralığında kaç kez görüntülediği ve sayfayı ziyaret eden tekil kullanıcı sayısı aynı grafikte gözlenebilmektedir. Öte yandan, Facebook.com dışından gelen bağlantıların URL adresleri de erişim penceresinde mevcuttur.

“Bunun Hakkında Konuşanlar” panelinde sayfa hakkında konuşan kullanıcıların cinsiyet ve yaş aralıkları verilen grafikte yüzdesel olarak belirtilmiştir. Ülke, şehir, dil ayrımı yine bu opsiyonda da geçerlidir. Ekranın alt kısmında yer alan grafikte ise sayfa hakkında içerik oluşturan tekil kişi sayısı günlere ayrılmıştır. İçeriğin türü grafikte seçilerek ayrıca görülebilmektedir. Burada, viral erişimi göstermek için ikinci bir grafik daha kullanılmıştır. Sayfa hakkında içerik oluşturan kullanıcıların yayınladığı içeriği gören tekil kişi sayısı burada gözlenebilir.

Yukarıda bahsi geçen tüm veri, belli bir tarih aralığında en fazla 500 gönderiyi içermek koşuluyla Excel (.xls) ve virgülle ayrılmış değerler (.csv) dosyası olarak dışa aktarılabilir. Özetle FYP, sayfa ayarlarının detaylı olarak yapılabildiği ve sayfa performansının izlenebildiği bir arayüz olarak tasarlanmıştır.

Grup Hesabı

Çeşitli amaçlarla oluşturulmuş hesaplardır. Grup hesabı oluşturmak isteyen kullanıcının herhangi bir kategori seçmesine gerek yoktur. Ancak, kişilerin grubu oluştururken, grup üyesi olabilecek arkadaşlarını önceden eklemeleri gerekir. Hiç kimse grup üyesi olarak belirlenmezse, kişilerin grup hesabı oluşturma istekleri gerçekleştirilmez. Grubun bir veya birden fazla grup yöneticisi olabilir ve bu yöneticilere verilen yetkiler değişiklik gösterebilir. Grup hesabının açık, kapalı veya gizli olmak üzere üç türü bulunmaktadır. Böylece grup hesabını oluşturan kişi ve/veya grup yöneticisi olarak adlandırılan kişiler, paylaşılan içeriklerin kimler tarafından görülebileceğini de belirlemektedir. Grup hesaplarında, ekranın *ilk bölümü* diğer iki hesap türünden farklı bir görünüme sahiptir. Sol üst köşede küçük bir şekilde, grubu inceleyen Facebook kullanıcısının kendi kişi hesabının adı ve profil fotoğrafı yer almaktadır. Bu alanın altında, kullanıcının kendi kişi hesabında en sık kullandığı özellikleri belirten Sık Kullanılanlar, kişiye ait arkadaş gruplarının ve yaşanılan şehir gibi dahil olunan ağların yer aldığı Listeler ve kişi tarafından kullanılan Uygulamalar sıralanmaktadır. *İkinci bölüm*, grup hesabının ve bu hesaba ait bilgilerin görüntülediği bölümdür. En üstte grup fotoğrafı için ayrılmış bir alan ve onun hemen yanında grup ismi bulunmaktadır. Onların altında grup hesabının türü (açık, kapalı veya gizli) belirtilmektedir. Hesap türünün altında ise Üye, Fotoğraf ve Belge sayıları yazmaktadır. Bu alanın altında, diğer hesap türlerinde olduğu gibi grup yöneticileri ve grup üyelerinin paylaşımında buldukları Duvar yer almaktadır. Yine en son paylaşılan içeriğin en üstte yer aldığı bu alanda, geçmiş zamanlarda dolaşıma sokulmuş bir içerik hakkında yorum yapıldığında, bu içeriğin yeni gönderiler paylaşılana kadar grup duvarının en üstünde yer aldığı görülmektedir.

Grup hesabının *üçüncü bölümünün* en üst köşesinde “Gruba Katılmak İçin Başvur” düğmesi bulunmaktadır. Açık gruplar için bu düğmeye basmak, üye olmak için yeterlidir. Ancak grup kapalı bir grupsa, grup üyeliği için grup yöneticisinden onay almak gerekmektedir. Gizli gruplar ise arama sonuçlarında gözükmemektedir. Bu gruplara üye olabilmek için yöneticinin, kullanıcıya davet göndererek onu gruba eklemesi gerekmektedir. Gruba eklenebilecek üye sayısı için herhangi bir sınırlama yoktur. Grup üyeleri, üye listesindeki kişileri görebilme ve grupta o an çevrimiçi olan tüm grup üyeleri ile aynı anda sohbet edebilme olanağına sahiptirler. Gruba üye olmak için ayrılan bağlantının altında ise grup içinde yapılan paylaşımları aramak için “Bu Grubu Ara” uygulaması bulunmaktadır. Buraya

girilen anahtar kelimeler ile ilgili her türlü paylaşım, en yakın tarihten başlayarak geçmiş tarihlere doğru sıralanmaktadır. Arama uygulamasının altındaki alan da yine diğer hesap türlerinde olduğu gibi dönüşümlü olarak reklamlar ve sponsorlu haberlere ayrılmıştır.

Şekil 20. Grup Hesabı Örneği



2.1.2. Sosyal Medya Ortamlarının Betimlenmesi: Twitter Arayüzeyi

Bir diğer sosyal medya uygulaması olan Twitter ise, mikroblog'dur. Twitter 2006 yılında hizmete giren, 140 harflik bir sözedimi olanağı tanıyan, bu söz edimlerinin "tweet" olarak tanımlandığı bir yazılımdır. Ancak burada kullanıcı tıpkı Facebook'ta olduğu gibi profil oluşturmaktadır (Tumajsan ve ark. 2010). Presley Ifukor'a göre mikroblog, e-postanın, sms'in, blog'un ve anında mesajlaşmanın en iyi özelliklerini alan bir kombinasyondur (2010: 400). Twitter da Ekim 2006'da hizmete başlamış olan en popüler mikroblog yazılımıdır. Twitter çoğunlukla, konuşma değişimleri, çıkarlar ve amaçlar hakkında işbirliği, olayların koordine edilmesi ve haberlerin yayılması için kullanılır. Tweetler, hem web'den hem de cep telefonlarından rahatlıkla yollanabilir. 2008 yılında Barack Obama ve seçim kampanyası ekibi Twitter'ı kampanyanın özelliklerini duyurmak ve yurttaşların seçim sürecine ilişkin tepkilerini almak için oldukça başarılı bir biçimde kullanmıştır (Tumajsan ve ark. 2010: 401).

Twitter ilk baştan itibaren, kendisini tek bir araca, ülkeye ya da hizmete bağlı olmayan özerk bir eser olarak konumlandırmıştır. Twitter'ın kullanım nedenlerini Jose van Dick şöyle sıralar:

1. Sohbet ve diyalog özelliği (telefonda kısa konuşma gibi ama tek kişiye ya da websayfası arayüzüne bağlı değil)
2. Dayanışma ve değişimi mümkün kılması (belli kullanıcılarla)
3. Öz-ifade ve öz-iletişimi mümkün kılması (blogging benzeri)
4. Statü güncelleme ve kontrol etme
5. Bilgi ve haber paylaşımı
6. Pazarlama ve reklam (konum, ilgi alanları ve bağlantılara bağlı olarak)

Böylece Twitter diğer iletişim araçlarıyla, yukarıda sayılan özellikleri nedeniyle rahatlıkla rekabet edebilir (van Dick, 2011).

Kullanıcıları tarafından giderek gündelik yaşamın bir parçası haline gelen Twitter arayüzünün özelliklerini inceleyecek olursak, *Tweet* kullanıcıların gönderdiği 140 karakterlik mesajları (mikroblog gönderileri) ifade eder. Yazılan/gönderilen tweetler, kişinin takipçilerine iletilir. Twitter kullanıcısı başka kişilere gönderilen veya bu kişilerin okuması istenen tweetlerde “mention” adı verilen gönderi biçimi kullanılır. Bu gönderiler, gönderilen tweetin içinde “[Twitter Kullanıcı Adı]” şeklinde bir unsurun bulunması ile sisteme tanımlanır. Twitter'ın bir özelliği de son gönderinin en üstte olmasıdır. *Hashtag*'ler ise belirli bir konu ile ilgili gönderilen tweetleri tanımlar. Gönderilen tweette ,”#[kullanılan/kullanılmak istenen hashtag]”⁶⁰ şeklinde bir etiketleme bulunur. Bu etikete sahip tweetler, bu etiketteki tweetleri arayan diğer kullanıcılar tarafından okunabilir kılınmaktadır. Twitter anasayfa'da belirtilen “*trendy topic*”ler hashtag'lerle belirlenir. Hashtag'ler Twitter'ın toplumsal olarak dikkat çekmek, kamuoyunu belli bir konuya yönlendirmek için kullanılmasına olanak tanıyan uygulamalardır.

⁶⁰ Bu özelliğe tekrarlanabilir etiket de denebilir. Bu kullanım, tweetleri diğer aynı türden tweetlerle gruplandırır. Bruns ve Burgess'in “#ausvotes” hashtag'ının 2010 Avustralya Federal Seçimlerinde kullanımını inceledikleri çalışmalarında, bu özelliği kullanan bireyin o konudaki tweetinin görülmesini istediği ortaya çıkmıştır (2011: 37-38). Bruns ve Burgess'e göre, hashtag, bir kamusal konuşmadır. Bu çalışmada da siyasi partilerin ve adayların hashtag kullanarak tweet atıp atmadıklarına özel dikkat gösterilmiştir.

Twitter kullanıcısı, sisteme giriş yaptığında otomatik olarak kendi takip ettiği hesaplardan gelen tweetlerin akış şeklinde yer aldığı bir sayfa ile karşılaşmaktadır. Ancak takip ettiği hesaplara ait sayfaları açarak, bu hesap sahibinin yazdığı veya yönlendirdiği (Örneğin, Retweet) tweetlerle ayrıca hesapla ilgili sayısal bazı verilere de ulaşabilmektedir. Bu bilgiler, hesap sahibinin göndermiş olduğu toplam tweet sayısı, hesap sahibinin takip ettiği hesaplar, hesap sahibini takip eden hesaplar, favoriler ve listelerdir. Hesapla ilgili arayüzeyde, ayrıca hesap sahibinin paylaştığı görseller de gösterilmektedir. Twitter, kullanıcının gönderdiği tweetlerde geçen ve görsel dosyalarına ait web bağlantılarını (URL) takip ederek bu unsurları göstermektedir. Sistemin arayüzeyinde, Facebook gibi bir fotoğraf/görsel yükleme alanı bulunmamaktadır. Bağlantı paylaşımı konusunda, kısaltılmış URL'ler 140 karakter sınırı nedeniyle Twitter'da önem taşımaktadır. Kısaltılmış URL'ler, bazı büyük web içerik sağlayıcıların (Örneğin Youtube) kendiliklerinden verdikleri bir hizmet olabileceği gibi (örn. <http://youtu.be>), kullanıcıların sadece url kısaltma hizmeti veren herhangi bir siteden alabileceği kısaltılmış url'ler de olabilmektedir. *Retweetler* ise Twitter'daki bir başkası tarafından yazılmış tweetlerin hesap sahibi tarafından, kendisini takip eden kişilere yeniden tweet yoluyla ulaştırılmasıdır.

Twitter'da üç farklı bireysel konum vardır: *Takip ettiği kişiler*, takip edilen hesaplardan gönderilen tweetlerin, hesap sahibi tarafından düzenli olarak görüntülenebilmesi durumudur. *Takip eden kişiler*, hesap sahibinin gönderdiği tweetleri, kendi Twitter hesapları üzerinden takip eden kişilerdir. Bu tweetler, hesabın takipçilerine iletilir. *Listelenen* ise incelenen hesabın kaç listede ekli olduğu bilgisidir. Listeler ile, farklı Twitter kullanıcıları, farklı hesaplardaki tweetleri bir araya getirebilmekte ve ayrı birer liste olarak paylaşımına açabilmektedir.

Twitter arayüzeyinde *Favoriler*, hesap sahibinin favori olarak nitelendirdiği tweetleri ifade eder. Favori tweetler, e-posta'lardaki işaretleme (yıldız, bayrak, vb.) gibi ele alınabilir. Kişinin beğendiği, yoğun akış içinde kaybetmek istemediği tweetleri işaretlemesidir. Twitter'da hesabın görünmesini tamamiyle engelleyen bir gizlilik ayarı bulunmamaktadır. Kullanıcının gönderdiği tweetlerin, yalnızca onayladığı takipçiler tarafından görünmesini sağlayan bir gizlilik ayarı bulunmaktadır. Bu ayara, kullanıcının hesap ayarları sayfasından ulaşabilmektedir. Kullanıcının, hesabı oluştururken ve sonrasında, sistemde gerçek ismini yazılı bulundurması site tarafından öğütlenmektedir. Ancak Facebook'ta olduğu gibi, bu bir

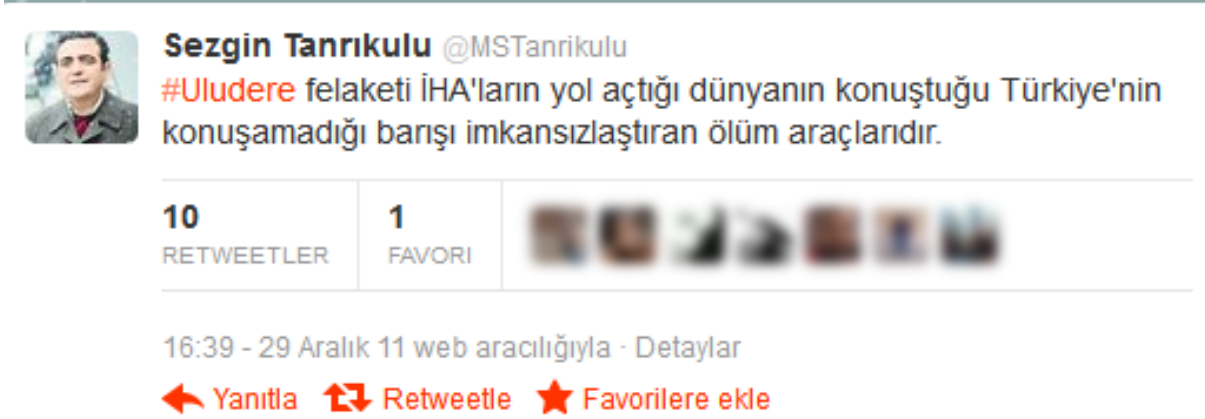
zorunluluk değildir. Dolayısıyla diğer Twitter kullanıcıları tarafından doğrudan bulunmak istemeyen bir kullanıcı, sisteme gerçek adı dışında bir rumuz girerek bu seçeneğe sahip olabilmektedir.

Şekil 21. Araştırmada Kullanılan Twitter Hesabı “Araştırmacı Bir”in Twitter Ekranı. (1024 x 768 Çözünürlükte).



Yukarıda ayrıca, araştırma kapsamına girmeyen bazı Twitter kullanıcılarının tweetlerinin, araştırma kapsamında “takip edilen” hesaplar tarafından retweetlendiği (kendi listesindekilere gönderildiği) görülebilir.

Şekil 22. Hashtag Kullanımı Örneği



Sezgin Tanrikulu'nun bu tweeti, “Uludere” hashtag’i içermektedir. Ayrıca 10 Twitter kullanıcısı tarafından da retweet edilmiştir (kendi listesindekilere gönderilmiş, kendi listesindekilerle paylaşılmıştır).

Van Dick’e göre, Twitter’ın başarısı tweetlerin farklı donanım ortamlarına rahatlıkla aktarılmasından kaynaklanmaktadır (2011: 335). Facebook’un 2007 yılında Twitter hesabını arayüzeyine entegre etmesi, Twitter’ın popülaritesini arttırmıştır. Bu çalışmada da siyasetçilerin Twitter hesaplarını farklı donanım ortamlarında kullandıkları ve farklı sosyal medya ortamlarına adapte ettikleri görülmüştür.

2.2. İçerik Çözümlemesi, İçerik Çözümlemesinin Uygulanması

Araştırmanın bu bölümünde, sosyal medya ortamlarından Twitter ve Facebook’ta nicel ve nitel içerik çözümlemesinin nasıl uygulandığı ve geliştirilen içerik çözümlemesi kodlama yönergesi açıklanacaktır.

2.2.1. İçerik çözümlemesi nedir?⁶¹

Klaus Bruhn Jensen “New Media, Old Methods- Internet Methodologies and the Online/Offline Divine” adlı (2011) çalışmasında, İnternet çalışmalarında temel yöntemleri altı kategoriye ayırır. Niceliksel olanlar, çevrimiçi veya çevrimdışı anket uygulamasından, web kullanım bilgisi vb. ölçen laboratuvar deneylerinden, siyasal enformasyon kaynaklarının veya meta-enformasyon olarak arama motorlarının içerik çözümlemesinden oluşurken; nitel yöntemler çevrimiçi veya çevrimdışı derinlemesine görüşmelerin yapılmasından, dijital etnografi olarak da adlandırılabilir katılımlı gözlemin yapılması ile söylem analizi ile tarihsel ve estetik eleştiriden oluşur (2011: 48). Jensen’in İnternet yöntemleri konusunda ısrarla vurguladığı, İnternet’in özel bir analitik nesne olduğu ve kendi verisini kendisinin ürettiğidir (2011: 52). Jensen, İnternet çalışmalarında içerik çözümlemesi ve söylem çözümlemesinin yoğun kullanıldığını da belirtir. Bu çalışmanın yöntemi de nicel ve nitel içerik çözümlemesidir.

Bu araştırma kapsamında, 2011 Genel Seçimleri’ne katılan siyasi partilerin genel başkanları (ve/veya söz konusu partileri yeni medya ortamlarında temsil eden diğer gerçek kişiler), Merkez Yönetim Kurulu (MYK) üyesi siyasi kişiler ve medya profesyoneli (örneğin gazeteci, köşe yazarı vb.) olan milletvekili adaylarının Facebook ve Twitter resmi hesapları takip edilerek verilere ulaşılmıştır. Bu amaçla, siyasi partilerin (veya temsilcilerinin) söz konusu sosyal medyadaki hesaplarına üye olunmuş/takipçi olunmuş ve gönderileri/paylaşımları tematik olarak incelenerek nicel ve nitel içerik çözümlemesine (Geray 2004) tabi tutulmuştur. Toplanan veriler arasında, metin tabanlı gönderilerin yanı sıra fotoğraf, video paylaşımları gibi görsel malzemeler de yer almıştır. Niceliksel çözümleme ile söz konusu araçların siyasi partilerce kullanım sıklığının saptanmasıyla birlikte kullanımda ön plana çıkan konular da belirlenmektedir.

Niceliksel içerik çözümlemesini kısaca açıklayacak olursak, “içerik çözümlemesi iletişim içeriğinin, genellikle önceden belirlenmiş sınıflamalar (kategoriler) çerçevesinde sistematik olarak gerçekleştirilmesini sağlayan bir araştırma tekniğidir” (Geray 2004). Klaus Merten bu yöntemi, “sosyal gerçeğin belirgin (manifest) içeriklerinin özelliklerinden, içeriğin belirgin

⁶¹ Bu bölüm proje kapsamında *Selçuk İletişim Dergisi* Temmuz 2012 sayısında yayınlanmış kısmi olarak makaleden oluşturulmuştur.

(manifest) olmayan özellikleri hakkında çıkarımlar yapmak yoluyla sosyal gerçeği araştıran bir yöntemdir” (1983: 15) şeklinde tanımlanmaktadır” (aktaran Gökçe, 2006: 18). Orhan Gökçe içerik çözümlemesinin amacının “kamusal alana yönelik üretilen ve kurgulanan metinleri çözümlmek” olduğunu belirtmektedir (2006: 20).

Geray’a göre (2004) içerik çözümlemesinin temel özellikleri açık içeriğin çözümlenmesi, sistematik bir araştırma tekniği, nicel betimleme ve nesnelliktir. İçerik çözümlemesinde birimlerin tanımlaması işlemsel olmalıdır; diğer bir deyişle hangi göstergenin ne anlama geldiği açık bir şekilde ortaya konmalıdır. Bunun sonucu olarak da kategoriler birbirini dışlamalıdır. Gökçe de “Kategoriler, homojen olmalıdır. Farklı içerikler aynı kategoride yer almamalıdır. Kategoriler karşılıklı olarak birbirlerini dışlamalıdır; ayırt edici ve farklılaştırıcı olmalıdırlar. Kategoriler araştırmacının amacına uygun ve anlamlı olmalı, araştırma amacına göre uyarlanmalıdır” (2006: 63) şeklinde kategorileştirmede dışlayıcılığa ve amaca uygunluğa dikkat çekmektedir.

İçerik çözümlemesinde sistematik olmayı Alexander L. George şu şekile açıklar: “... “konuyla ilgili bütün iletişim içeriklerinin söz konusu araştırma problemini incelemek için oluşturulan tüm uygun kategoriler bakımından çözümlenmesi” (2003: 21). Anders Hansen araştırma biriminin nelerden oluşabileceğini şu şekilde açıklar: “Araştırma birimi bir kelime, cümle, paragraf, makale, haber programı, haber, bir kişi, aktör veya kaynak, programlar, senaryo, olay (sözelimi bir şiddet olayı, alkol tüketimi) vb. olabilir” (2003: 69). Nesnellik ise, Guido H. Stempel III’e göre, “özel veya izlenimci kavramlarının karşıtı bir anlam içerir. Nesnellik, farklı kişiler tarafından aynı içeriğe uygulanabilmesi ve aynı sonuçların elde edilmesi için araştırma kategorileri veya değişkenlerinin açık ve kesin bir biçimde belirlenmesi ve tanımlanmasıyla sağlanır” (2003: 104-105).

Birimleştirme de dikkat edilmesi gereken bir husus, malzemelerin ölçülebilir olması gereğidir. Philipp Mayring içerik çözümlemesinde “kodlama kuralı”nın önemine dikkat çeker, “kodlama kuralı”, kategorilerin birbirinden ayrılması sorununu çözmek için, açık bir düzenlemeye olanak kılacak kurallardır (2011: 121). Paul Skalski’ye göre, etkileşimli medyada içerik çözümlemesinde dikkat edilecek hususlar ise, içerik yaratımı, içeriğin aranması, içeriğin arşivlenmesi ve içeriğin kodlanma sürecidir. Kodlama sürecinde kodlama mutlaka denenmeli, güvenilirlik testi uygulanmalıdır. Özellikle görgül araştırmalarda olduğu gibi İnternet

araştırmalarında da “kod” en temel birimdir (Jensen, 2011: 52). Gökçe de araştırma kategorilerinin net ve açık bir şekilde formüle edilirse, soruna ve içeriğe iyi bir şekilde uyarlanırsa, araştırmaların üretken olabileceğini belirtir (2006: 57). George de benzeri bir saptamada bulunmaktadır: “Nicel içerik çözümlemesinin herkesçe bilinen bir diğer ön koşulu, araştırmacının mesajların içerik özelliklerini kodlamaya başlamadan önce, neyi aradığını bilmesidir” (2003: 30).

Christopher Weare ve Wan-Ying Lin web arayüzeyinde gerçekleştirilecek içerik çözümlemesinde örneklem birimi, kayıtlama ve bağlam biriminin önemine dikkat çekmektedirler (2000: 272-292). Özellikle web ortamındaki bir malzemeyi kodlama emek yoğun bir iştir. Arşiv yapmayı, yüksek bir depolama kapasitesini gerekli kılar. Koehler (1999) herhangi bir ortalama web sayfasının 6 Megabyte arşiv gerektirdiğini belirtir. 150 web sitesini kayıtlamak istesek, bu 1 Gigabyte’lık arşiv kapasitesini gerekli kılmaktadır (aktaran Weare ve Lin, 2000: 287).⁶²

Nitel içerik çözümlemesinde belli temaların, konuların, olguların ne şekilde ne sıklıkla ifade edildiği incelenmektedir (Mayring, 2011: 116). Mayring, nicel ve nitel içerik çözümlemesinin birbirine karşıt olmadığını, aksine birbirini destekler nitelikte olduğunu, “hatta klasik nicel araştırmanın nitel araştırma için bir ön araştırma özelliği taşıdığını...” belirtir (2011: 149). Bu çerçevede bu araştırmada nicel ve nitel içerik çözümlemesi birbirini tümleyecek şekilde uygulanmıştır.

2.2.2. Örneklem Alınması, Kayıtlama Tekniği ve Kayıtlayıcı Araçların Teknik Özellikleri

İlk olarak araştırma evreninden nasıl örneklem alındığını açıklayalım. Bu araştırmada William L. Benoit’in “Content Analysis in Political Communication” adlı makalesinde belirttiği gibi “amaca uygun örneklem” alınması yoluna gidilmiştir (2011: 272). Bu nedenle

⁶² Kayıtlama ve arşiv oluşturma yeni medya çalışmalarında oldukça önemli bir husustur. Çünkü arayüzey her an değişmekte, sürekli güncellenmekte, hatta bazen arayüze erişim olanağı ortadan kalkmaktadır. Bu nedenle geniş bir depolama kapasitesine sahip teknik araçlarla araştırmanın gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu çalışmada bu nedenle araştırma yönteminin uygulanması sunulurken, özellikle kayıtlama araçlarının teknik özellikleri, oluşan arşivin miktarı ve kayıtlama/arşiv oluşturmada karşılaşılan zorluklar açıklanmıştır.

araştırmada ilk olarak 2011 Genel Seçimleri'ne katılan ve 12 Haziran 2011 Genel Seçim sonucuna göre TBMM'nde grup oluşturma hakkı edinen Facebook ve Twitter'da hesabı bulunan siyasi partiler, liderleri ile MYK üyelerinin resmi hesapları 1 Nisan 2011 - 30 Haziran 2011 tarihleri arasında araştırma örneklemini olarak web arayüzü kullanılarak (İnternet tarayıcı ile sayfalara ulaşarak, diğer bir deyişle herhangi bir özel uygulama kullanmadan), pdf formatına⁶³ yazdırılarak kayıtlanmıştır. Bu hesaplara erişim geriye dönük olarak yapılmıştır.

Tablo 9. Facebook'ta Kayıtlanan Hesaplar

İsim	Parti	Hesap Türü	Facebook Adresi
Recep Tayyip Erdoğan	AKP	Sayfa Hesabı	http://www.facebook.com/RecepTayyipErdoğan
AK Parti'yi Seviyoruz	AKP	Sayfa Hesabı	http://tr-tr.facebook.com/AkPartiyiSeviyoruz
Cumhuriyet Halk Partisi	CHP	Sayfa Hesabı	http://www.facebook.com/herkesicinCHP
Kemal Kılıçdaroğlu	CHP	Sayfa Hesabı	http://www.facebook.com/K.Kilicdaroglu
Sakin Güç	CHP	Sayfa Hesabı	http://www.facebook.com/sakingucuz
SesVerTürkiye	MHP	Sayfa Hesabı	http://www.facebook.com/svturkiye
BDP Barış ve Demokrasi Partisi	BDP	Sayfa Hesabı	http://www.facebook.com/BDPMERKEZ
Ertuğrul Kürkçü	Bağımsız	Sayfa Hesabı	http://www.facebook.com/ertugrulkurkcu
A. Levent Tüzel	Bağımsız	Sayfa Hesabı	http://www.facebook.com/abdullahleventtuzel

⁶³ Web üzerinden sosyal medya kayıtlamalarının print screen, dosyaya kaydetme veya pdf'e çevirme şeklinde kayıtlanması önerilmektedir (Skalski). Facebook hesaplarının kayıtlanmasında PDF Dönüştürücü: doPDF ve CutePDF Writer kullanılırken, Twitter hesaplarının kayıtlanmasında, PDF kullanılmıştır. Her parti ve aday için ayrı dosya adı açılmıştır.

Tablo 10. *Twitter’da Takip Edilen Ve Kayıtlanan Hesaplar*

İsim	Parti	Twitter Adresi
İsmail Karaosmanoğlu	AKP	http://www.twitter.com/ikaraosmanoglu
Mustafa Elitaş	AKP	http://www.twitter.com/mustafaelitas
Salih Kapusuz	AKP	http://www.twitter.com/Salih_Kapusuz
Abdülkadir Aksu	AKP	http://www.twitter.com/abdulkadiraksu1
Recep Tayyip Erdoğan	AKP	http://www.twitter.com/rt_erdogan
Ekrem Erdem	AKP	http://www.twitter.com/erdemekrem
Zelkif Kazdal	AKP	http://www.twitter.com/zelkifkazdal
Mahir Ünal	AKP	http://www.twitter.com/mahirunal
Hüseyin Çelik	AKP	http://www.twitter.com/hc_huseyincelik
Selahattin Demirtaş	Bağımsız	http://www.twitter.com/bdpdemirtas
Hasip Kaplan	Bağımsız	http://www.twitter.com/HasipKaplan
Ahmet Tuncay Özkan	Bağımsız	http://www.twitter.com/Tuncay_Ozkan1
Mustafa Hulki Cevizoğlu	Bağımsız	http://www.twitter.com/mhulkicevizoglu
Aynur Bayram	Bağımsız	http://www.twitter.com/AynurBayramgztc
Ertuğrul Kürkçü	Bağımsız	http://www.twitter.com/ekurkcu
Murat Hazinekar	Bağımsız	http://www.twitter.com/MHAZINEDAR
Özgür Akın	Bağımsız	http://www.twitter.com/ozgur_akin_as
Sadun Muhlis Altuncuoğlu	Bağımsız	http://www.twitter.com/Maltuncuoğlu
Fatma Benal Yazgan	Bağımsız	http://www.twitter.com/fatbe
Sırrı Sakik	Bağımsız	http://www.twitter.com/sakiksirri
Sırrı Süreyya Önder	Bağımsız	http://www.twitter.com/sirsureyya
Sebahat Tuncel	Bağımsız	http://www.twitter.com/tuncelsebahat
Gültan Kışanak	Bağımsız	http://www.twitter.com/bdpkisanak
Ayten Kayalioğlu	CHP	http://www.twitter.com/akayalioglu
Gürsel Tekin	CHP	http://www.twitter.com/gurseltekin34
Kemal Kılıçdaroğlu	CHP	http://www.twitter.com/kilicdarogluk
Sezgin Tanrikulu	CHP	http://www.twitter.com/MSTanrikulu
Sencer Ayata	CHP	http://www.twitter.com/sencerayata
Mustafa Ali Balbay	CHP	http://www.twitter.com/mbalbay35
Cem Seymen	CHP	http://www.twitter.com/cemseymen
Yusuf Günay	MHP	http://www.twitter.com/Yusuf_Gunay
Tunca Toskay	MHP	http://www.twitter.com/tuncatoskay
Devlet Bahçeli	MHP	http://www.twitter.com/dbdevletbahceli
Ruhsar Demirel	MHP	http://www.twitter.com/ruhsardemirel
Zühal Topçu	MHP	http://www.twitter.com/profzihaltopcu
Ömer Lütfi Kanburoğlu	MHP	http://www.twitter.com/omerkanburoglu

Örnekleme veri tabanı oluşturulurken yaşanan bazı kısıtlar, hesap sahiplerinin gerek Facebook'ta gerekse Twitter'da bazı gönderileri silmiş olabilmelerinden kaynaklanmaktadır. Facebook hesaplarında yapılan arşiv taramasında geçmiş tarihlere tek tek gitmek için herhangi

bir kısa yolun bulunmadığı görülmüştür. Geçmiş tarihlere ulaşmanın tek yolu ekranı aşağıya doğru kaydırarak “Daha Eski Gönderiler” linklerine tıklamak ve istenilen tarihe kadar paylaşılan bütün gönderileri Duvar üstünde açarak ilerlemektir. Facebook’un arayüzünü sürekli değiştirmesi ve uygulamaları yenilemesi hesap geçmişlerine ulaşmayı ve kayıtlamayı zorlaştırmıştır. Sayfa duvarında paylaşımda bulunan kullanıcıların kendi gönderilerini ya da daha önce yazmış oldukları yorumları silmiş olmaları da mümkündür.

Facebook hesaplarında partilerin resmi hesapları ve liderlerin resmi hesapları kayıtlanmıştır. Ancak partiye ya da siyasi lidere ait resmi bir hesap yoksa 1.000.000’den fazla beğenen kişiye sahip, resmi hesap gibi görünen, sürekli akışın olduğu hesaplar da kayıtlanmıştır. Twitter’da örnekleme siyasi partilerin genel başkanları, genel başkan yardımcıları, MYK üyeleri, bağımsız adayların tamamı ve gazeteci milletvekili adayları dahil edilmiştir. Bu kişilerden 250+ tweet sahibi olan veya 2500+ takipçisi olanların hesapları ikinci aşamada içerik analizi için seçilmiştir. Facebook’un sayfa hesabı oluşturma uygulaması başladıktan sonra grup hesabı yerine sayfa hesabı açmak yaygınlaşmıştır. Siyasi partiler ve liderler için oluşturulmuş ve aktif olarak kullanılan grup hesabı bulunmadığından dolayı örnekleme grup hesabı alınmamıştır.

Kayıtlama için kullanılan araçların teknik özelliklerini ise şu şekilde açıklayalım: Facebook hesapları, Intel Core i5 – 2410M İşlemci / 2,30 GHz, Ram’ı 4GB, İşletim Sistemi: Windows 7 Home Premium Service Pack 1, Internet Explorer 9, Google Chrome web tarayıcıları ile, ekran çözünürlüğü 1920 x 1080 piksel olan bir laptop (Araç A) ile Twitter hesapları, Pentium 4 1.6 Ghz, 1,25 GB Ram, Windows XP Professional SP3, Firefox 6-11, ekran çözünürlüğü 1024 x 768 piksel (Araç B); Intel Core i5 2,30 Ghz, 8 GB Ram, Windows 7 Home Premium ve Windows XP Professional x64 Edition (Dual Boot), Firefox 6-11, ekran çözünürlüğü 1366 x 768 piksel (Araç C) olan üç farklı laptop ile kayıtlandı. Bu kayıtlama sırasında İnternet bağlantı hızı ve türü, 1 Mbps ile 8 Mbps arasında değişken ADSL idi. Kayıtlama için harcanan zaman, işlemci hızına bağlı olarak değişmiştir. Kayıtlama için kullanılan araçların teknik özellikleri özellikle arayüzeyin görüntülenmesinde fark yaratmaktadır. Örneğin, bir araştırmacının kullandığı araç (A) ile diğer araştırmacının kullandığı araç (B) arasındaki teknik özelliklerdeki farkları nedeniyle aynı arayüzey (örneğin Twitter hesapları arayüzeyi) farklı görüntülenmektedir.

Örneğin Egemen Bağış'ın Twitter hesabına bakıldığında:

Şekil 23. 1024 x 768 Pixel Çözünürlükte Görüntülenen Twitter Sayfasına Ait Ekran Görüntüsü.



Şekil 24. 1366 x 768 Pixel Çözünürlükte Görüntülenen Twitter Sayfasına Ait Ekran Görüntüsü.



Görsel dosyaları gibi ayrıca kayıtlanması gereken unsurlar dışında tutularak yalnızca pdf kayıtlamaları ele alındığında Facebook'ta kayıtlanan malzeme 1,31 gigabyte'lık, Twitter'da kayıtlanan malzeme 1,24 gigabyte'lık bir arşiv oluşturmuştur.

2.2.3. Kodlama Cetvelinin Oluşturulması ve Kodlama Birimleri

Nuri Bilgin kategorileştirme işlemini şu şekilde tanımlamaktadır: “Kategorilendirme, mesajların kodlanmasını, yani anlamlarının işlenmesini gerektirir. Analiz kategorileri, mesajda bizim ilgilendiğimiz çok çeşitli boyutlara dayanabilir. Örneğin, mesajın konusu, yönü (lehte veya aleyhte), taşıdığı değerler, amaçlar veya niyetler, amaçlara ulaşmada başvurulan yollar, kişileri betimlemede kullanılan özellikler ya da çizgiler, mesajın kaynağı, mesajın hedeflediği kişi veya kitleler, olayların geçtiği yer ve zamanlar, çatışma konuları gibi mesajın söylediği şeye ilişkin boyutlar ile mesajın tipi, biçimi, mesaj veya iletişim gramer özellikleri, sentaksı, kullanılan propogandanın veya retoriğin yöntemleri gibi mesajın söylenme tarzıyla ilgili boyutlar, kategorilendirmede esas alınabilir” (2006: 19). Bu araştırmada kullanılacak kodlama birimlerinin geliştirilmesi Kasım 2011- Ocak 2012 tarihleri arasında tüm proje ekibinin katılımı ile gerçekleşen toplantılarda, Facebook ve Twitter arayüzeyinden gerek siyasi partilerin gerekse liderlerin ve diğer adayların resmi hesaplarından seçilen örnekler üzerinden tartışma ve birimleri tanımlama şeklinde gerçekleşmiştir. Proje ekibinde yer alan araştırma bursiyerleri Facebook ve Twitter arayüzeyini 1 Nisan 2011-30 Haziran 2011 tarihleri arasında geçmişe dönük olarak kayıtladıktan sonra, bu kayıtlar üzerinden nicel ve nitel içerik çözümlemesine temel oluşturan soru birimleri oluşturulmuştur. Facebook ve Twitter'dan kayıtlanan malzeme üzerine uygulanacak kodlama cetvelindeki⁶⁴ kodlama birimleri⁶⁵, kodlama kuralı oluşturulması ilkesince ayrıca tek tek tanımlanmıştır. Kodlama cetvelinde yer alan birimlerin işleyip işlemediğinin sınanması için ise pilot uygulama Şubat 2012 tarihinde veri tabanı üzerinde yapılmıştır. Mart 2012 tarihinde ise veri

⁶⁴ Kodlama cetveli, “...bir anket formuna çok benzer. Kodlama cetveli, her bir yayın veya yazının veya her ne ise bir paragraf veya bir cümle gibi daha küçük bir araştırma biriminin kodlanabilmesine yarayan değişkenlerin bir listesini içerir” (Hansen, 2003: 85).

⁶⁵ “Kayıt birimi [recording unit] belirli bir içeriğin gözükmemesinin incelendiği metnin en küçük parçasıdır. Bağlam birimi [context unit], bir kayıt biriminin doğru biçimde sınıflandırılması için göz önünde bulundurulması gereken metnin en büyük parçasıdır. Kayıt birimi ve bağlam birimi aynı olabilirler ancak aynı olmak zorunda değildir” (Herkner, 2003: 149).

tabanı işletilmeye başlanmış, kodlama birimine denk gelen sayısal veriler Microsoft Excel dosyası olarak veri tabanına aktarılmıştır.

2011 Genel Seçimleri'nde partilerin, liderlerin ve adayların Facebook ve Twitter ortamını nasıl kullandıklarına ilişkin kodlama cetvelinde yukarıda daha önce açıklanan her iki arayüzeyin özellikleri temelinde ilk olarak nicel ve betimleyici soru birimleri yer almaktadır. Örneğin Facebook için hesap türü, hesap bilgileri, profil bilgileri, bağlantılar, profil görselinin niteliği, gönderi sayısı, gönderinin paylaşım sayısı, gönderinin beğeni sayısı ve gönderide yorum sayısı, 12 Haziran 2011 (Seçim Günü) gönderi sayısı, gönderilerde en çok kullanılan 20 kelime olmak üzere; Twitter için kişi adı, Twitter adresi, hakkında bilgileri, zemin özelleştirmesi özelliği, profil görselinin niteliği, tweet sayısı, takip ettiği kişi sayısı, takip eden kişi sayısı, listelenen sayısı, 12 Haziran 2011 tarihindeki tweet sayısı, tweetlerinde en çok kullandığı 20 kelime olmak üzere soru birimleri oluşturulmuştur. Örneğin aşağıdaki gönderi bu soru birimi çerçevesinde incelenecektir.

Şekil 25. Bir Facebook Gönderisi Örneği



Her hesaptaki gönderi veya tweet için ise kullanıcının kim olduğu, paylaşımın niteliği, başka iletilerle bağlantısının olup olmadığı, gönderi veya tweetin teması ile dili de soru birimi olarak geliştirilmiştir. Dil konusu özellikle araştırma ekibi tarafından

1. Türkçe
2. Kürtçe

3. İngilizce
4. Ermenice
5. Diğer (Belirtiniz)

şeklinde birleştirilmiştir. Özellikle BDP yöneticilerinin ve BDP resmi hesabından Kürtçe gönderi ve tweet atılması/yollanması durumuna rastlanılacağı düşünülmüş, pilot uygulamada da bu durum saptanmıştır. Örneğin:

Şekil 26 ve 27. Twitter ve Facebook'ta Kürtçe Gönderi Örnekleri



Gönderi ve tweetlerin konusu aşağıdaki şekilde kategorize edilmiştir:

- **Konu:**
 1. Teşkilat açılışı ve yerel teşkilat etkinliği
 2. Siyasi rakipler

3. Kendi partisi
4. AB ile ilgili konular
5. Geziler / etkinlikler (Yurtiçi vs. yurtdışı)
6. Seçim kampanya duyuruları
7. Siyasi kimliği için geleneksel medya kullanımı
(*Örneğin, katılacağı TV programının duyurusu*)
8. Kişisel gündem
(*Örneğin, düğün, sünnet, alışveriş, vb*)
9. Seçim sonucu ile ilgili teşekkürler
10. Seçime ilişkin temenni ya da dilekler
11. Ekonomi
12. Gündemdeki haberlerin paylaşımı (ve kaynak kanallar)
13. Kutlamalar
14. Taziyeler
15. Gündem konularını değerlendirme
16. Spor olayları, takımlar, gelişmeleri
17. Seçim bölgesinin yerel gündemi
(*Yerel spor olayları ile ilgili tweetler de bu kategoride ele alınacaktır.*)
18. Kürt sorunu
19. Toplumsal olaylar
20. Seçim çalışmalarına yönelik olumsuz etkiler (fiziksel ve sanal saldırılar)
21. Seçmenden istek, rica
22. Türk Silahlı Kuvvetleri
23. Din
24. Dış Politika
 - a. Hangi ülke olduğunu belirtiniz.
25. Meclis etkinliği
 - a. Kanun teklifi
 - b. Soru önergesi
 - c. Grup toplantısı
 - d. Meclis konuşması
26. Diğer (Belirtiniz)
27. Kodlanamıyor

- **Gönderi veya tweetin kullanım amacı ise,**

1. An itibariyle ne yaptığını paylaşmak
2. Mikroblog muhabirliği
3. Gündemi yorumlamak
4. Özel amaçlı sesleniş
 - a. Belirli bir kişiye özel sesleniş
 - b. Genel sesleniş
5. Medya metinlerini yorumlamak
 - a. Yazılı basın
 - b. Görsel-işitsel medya
 - c. İnternet medyası
6. Siyasi görüşünü yaymak
7. Kendi siyasi etkinliğini görünür kılmak, duyurmak
8. Kodlanamıyor

şeklinde birleştirilmiştir. Örneğin yukarıdaki soru birimi aşağıdaki gönderiye uygulanacaktır.

Şekil 28. Gönderide Etkinlik Duyurusu (CHP)



CHP'nin Facebook hesabında paylaşılan bu gönderide, CHP'nin miting tarihi, saati ve yeri duyurulmuştur.

Şekil 29. Gönderide Etkinlik Duyurusu (MHP)

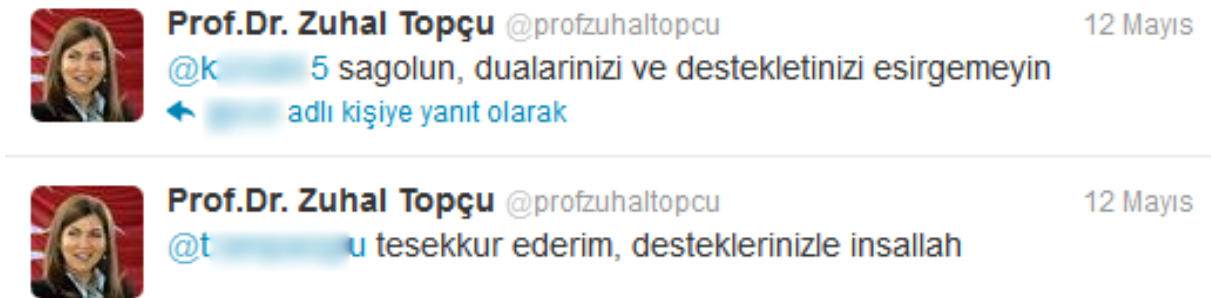


MHP'ye ait olan Facebook hesabında paylaşılan bu gönderide, partinin kendi seçmenine seslendiği görülmektedir.

- **İncelenen gönderi ve tweetin hedef kitlesi kim sorusunun birimleri ise,**
 1. Seçmen
 - a. Genel
 - b. Kendi seçmeni
 - c. Diğer seçmen
 2. Parti üye ve delegeleri
 3. Yakın çevresi
 4. Uluslararası kamuoyu ve örgütler
 5. Özel konuşma yaptığı kişi
 6. Diğer

şeklinde birleştirilmiştir. Örneğin, bu soru birimi aşağıdaki tweete uygulandığında;

Şekil 30. Twitter'da Mention Özelliği Kullanımı



MHP Milletvekili Zuhal Topçu, yukarıda görülen tweetlerinde Twitter’ın *mention* özelliğini kullanarak doğrudan birer kişiye hitap etmiştir. Bunlardan biri, “yanıt” olarak gerçekleşmiştir.

2011 Genel Seçimleri süresince partilerin, liderlerin ve milletvekili adaylarının gönderi ve tweetleri kendilerini tanımlama/tanıtma biçimi (hesap ve profil bilgileri üzerinden), kullanım sıklıkları ve biçimi (gönderi paylaşma, yorumlama veya yanıtlama; retweetleme ve yanıtlama), ileti konuları ve siyasal iletinin amacı ile hedef kitlesi her iki kodlama şablonunda kategorize edildikten sonra, gönderi ve tweetlerin dilinin nitel bir çözümlenmeye tabii tutulması için dilsel pratiklerle ilgili kodlama birimleri geliştirilmiştir. Burada özellikle siyasetin ve siyasetçilerin nasıl bir siyasi dile/söyleme sahip olduklarının ortaya çıkartılma amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda; gönderi ve tweetlerde kullanılan kelime veya kelime grupları saptanmıştır. Örneğin, araştırmada aşağıdaki dilsel pratikler incelenmiştir:

1. Metafor: Eğretileme⁶⁶.
2. Metanomi: Düzdeğişmece.⁶⁷
3. Yananlam
4. Atasözü
5. Özlüsöz kullanımı
 - a. Yerli / Yabancı
 - i. Yerli
 - ii. Yabancı
 - b. Özlüsözün kim tarafından söylenmiş olduğu?
 - i. Yazarlar
 - ii. Düşünürler

⁶⁶ Bir kavram veya olgunun, başka sözcüklerle ifade edilmesi demektir.

⁶⁷ Ad aktarması yapılırken herhangi bir nesne ya da varlık anlatılmak istendiğinde doğrudan o nesne ya da varlığı söylemek yerine, o nesnenin bir parçasının ya da o nesne ile ilgili bir özelliği söyleyerek nesneyi aktarma işine ad aktarması denir. Ad aktarması yapılırken çeşitli kelime ilişkileri kullanılarak ad aktarması yapılır. Örneğin; parça bütün ilişkisi, iç-dış ilişkisi, eser-yazar ilişkisi gibi ilişkilerle ad aktarması yapılır. Ör: *Ömer Seyfettin’i okudum*.

- iii. Medya mensupları
- iv. Devlet adamları
- v. Dini önderler
- vi. Anonim

6. Deyim

Dilsel pratiklerin metin üzerinde nasıl çözümleneceğine örnek verirsek:

Şekil 31. Facebook Gönderisi İçinde Atasözü Kullanımı Örneği

Recep Tayyip Erdoğan

Bir Azeri atasözü şunu söylüyor; Dertsizler yer yüzüne yükür' evet bizim derdimiz var bizi dert bu yollara düşürdü. Bizim derdimiz, Türkiye sevdamız ve Türkiye davamız var. Biz Türkiye'nin sorunlarına çözüm üretecek isimleri adeta bir mücevherci kimliği ile cevherleri maden ocaklarından arayarak, işleyerek kuyumcu dükkanına sunuyoruz. Diğerleri öyle değil hazır konuyorlar, biz işliyoruz.

Başbakanımız, milletvekili adaylarımızı tanıtım toplantı...

Siz tanımıyor olabilirsiniz, ismini duymamış olabilirsiniz o isimlerin siyasette nelere tekabül ettiğini kestiremiyor olabilirsiniz ama bizim listemizde ki 550 kişi yüreği vatan aşkıyla dolu isimlerdir. Bu isimlerin içinde etnik ayrımcılık yapan bir kişi yok, olamaz. Bu isimlerin içinde bölgesel ayrımcılık yapan bir kişi yapan olamaz, biz biriz, beraberiz, bütünüz. Biz bu yola çıkarken Afyonkarahisar'da birşey söyledik. Etnik milliyetçiliğe hayır, bölgesel milliyetçiliğe hayır, dinsel milliyetçiliğe hayır. Süre: 9:13

Beğen · Yorum Yap · Paylaş · 18 Nisan 2011, 13:00 ·

1.744 kişi bunu beğendi.

326 yorumun tümünü gör

Yorum yaz...

Recep Tayyip Erdoğan, yukarıdaki Facebook gönderisinde bir Azeri atasözü paylaşarak görüntüsünü oluşturmuştur.

Şekil 32. Tweet İçinde Başka Bir Liderin Sözüne Gönderme Yapılması Örneği

Kemal Kılıçdaroğlu @kilicdaroglu

"Arkadaşlar, bir ülkede namus sahipleri, en az şer ehli kadar cesur olmadıkça, o memleket mutlaka batar." İsmet İnönü

50+ RETWEETLER 45 FAVORILER

15:57 - 13 Ekim 11 web aracılığıyla · Detaylar

← Yanıtla ↻ Retweetle ★ Favorilere ekle

Yukarıdaki tweetinde Kemal Kılıçdaroğlu, İsmet İnönü'ye ait bir sözü paylaşmıştır.

Daha sonra gönderiler ve tweetler için, aşağıdaki üslup özelliklerinden hangilerinin geçerli olduğu saptanmıştır.

1. Kinaye *Dolaylı, üstü kapalı anlatılan söz.*
2. Hakaret *Onur kırma, onura dokunma.*
3. Sitem *Bir kimseye, yaptığı bir hareketin veya söylediği sözün üzüntü, alınganlık, kırgınlık vb. duygular uyandırdığını öfkelenmeden belirtme*
4. Alay *Bir kimsenin, bir şeyin, bir durumun, gülünç, kusurlu, eksik vb. yönlerini küçümseyerek eğlence konusu yapma.*
5. Sataşma *Bir kimseyi rahatsız edecek davranışta bulunmak, musallat olmak.*
6. Küçümseme *Değer ve önem vermemek, küçük görmek.*
7. Yüceltme *Yükseltmek, yüce bir duruma getirmek.*
8. Övme *Birinin veya bir şeyin iyiliklerini, üstünlüklerini söyleyerek değerini yüceltmek, methetmek, sena etmek, yermek karşıtı.*
9. Kışkırtma *Kışkırtmak: Bir kimseyi kötü bir iş yapması için harekete geçirmek, tahrik etmek.*
10. Yatıştırma *Yatıştırmak: Ölçülü, ılımlı, sakin davranmasını sağlamak, sakinleştirmek*

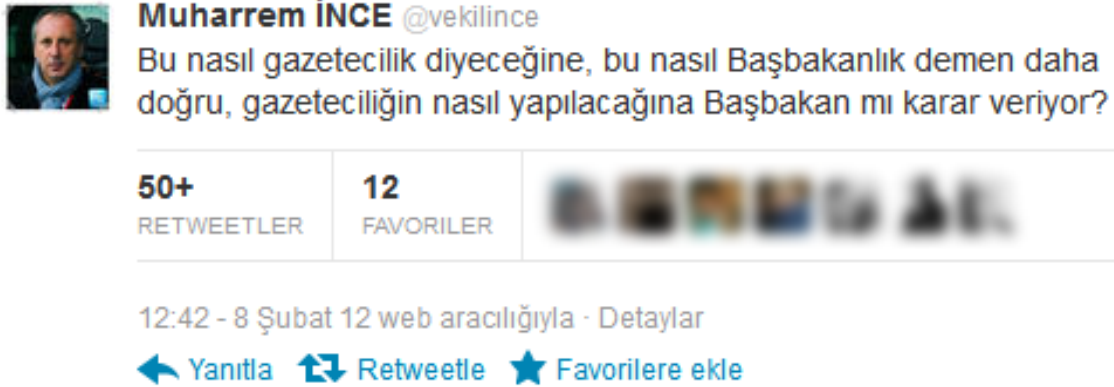
Gönderi ve tweetin dilindeki bakış açısının “Üstten”, “Eşitler arası” veya “Kodlanamıyor” olması da bu nitel birimleştirme şablonunda yer almıştır. Gönderilerin ve tweetlerin dilinin “Yazı dili”, “Konuşma dili” veya “Kodlanamıyor” olması da saptanmıştır. Örneğin;

Şekil 33. Yazı Diline Örnek Gönderi



Ertuğrul Kürkçü'nün bu Facebook gönderisi, “yazı dili”nde yazılmıştır.

Şekil 34. Konuşma Diline Örnek Tweet



Muharrem İnce'nin bu tweeti, “konuşma dili”nde ve eşitlerarası bir dil ile yazılmış bir tweet örneği olarak kayıtlanmıştır.

Son olarak, incelenen siyasal iletilerin popüler kültür ve popüler kültür kahramanları ile ilişkisini ortaya koymak için iki soru geliştirilmiştir. Türkiye’de siyasal liderlerin ve siyasetçilerin genel olarak popüler kültürden sözcük dağarcıklarını zenginleştirmek ve doğrudan kendi popülerliklerini arttırmak için kullandıkları gözlemlendiği için bu iki soru geliştirilmiştir. İlk soruda gönderilerde ve tweetlerde popüler kültür metinlerine bir gönderme

yapılıp yapılmadığı da sorulmuştur. Siyasal ileti içinde gönderme yapılan popüler kültür metni, bir televizyon dizisi, şarkı sözü, film, taşıt yazıları, duvar yazıları vb. olabilir. İkinci olarak gönderilerde ve tweette herhangi bir kahramana gönderme olup olmadığı sorulmuştur. Bu kahraman, tarihteki başarılı bir kişi olabileceği gibi, günümüzden bir kişi de kahraman olarak sunulabilir.

Son olarak çalışmanın bu kısmında, araştırma projesinde benimsenilen görgül araştırma yönteminin ve bu araştırmaya özgü geliştirilen tekniklerin eleştirel ve öz-düşünümsel bir değerlendirmesi yapılacaktır. Rogers “Internet Research: The Question of Method – A Keynote Address from the Youtube and 2008 Election Cycle in the US Conference” (2009) adlı çalışmasında dijital yöntem veya e-yöntem olarak adlandırdığı yaklaşıma ilişkin soruları şunlardır:

1. Sosyal bilimlerden klasik yöntemler uyarlanarak dijital medya ve İnternet çalışmalarına neler katılabilir?
2. Ne tip yeni yaklaşımlar getirilebilir? Küresel dijitalleşmenin karşısında yerel olan bir dijital var mıdır? Yerel olan dijital, nesnelere (bağlantı, etiket vs.) ve cihazların (arama motorları ve diğer tavsiye makineleri) araştırılması olarak görülebilir mi?
3. Mecrayı izleyen araştırma stratejilerine odaklanmak gerekir. Sosyal ve kültürel araştırmaya yönelik olarak bu mecraya ilişkin yöntemlerden ne öğrenebiliriz?

Rogers’a göre, bu sorular temelinde yeni bir çalışma eksenini oluşturmak gereklidir: dijital yöntemler. Bu yöntem çalışmasında da klasik sosyal bilim araştırma yöntemlerinden içerik çözümlemesi dijital zemine uygulanmış, arayüzeyin özelliklerinden dolayı yöntem üzerinde yeniden değerlendirme yapılmıştır. Sosyal medya ortamlarının araştırma soruları çerçevesinde nasıl kategorileştirilebileceği ve kodlama birimlerinin ne şekilde oluşturulabileceği yukarıda ayrıntılı ve örnekler üzerinden serimlenmiştir.

Araştırma yöntem ve teknikleri üzerinden böyle bir değerlendirme yapılmasının nedeni iletişim araştırmalarının görece klasik sayılabilecek alanlarından biri olan siyasal iletişimin ve siyasal iletişim çalışmalarında egemen olan görgül araştırma tekniklerinden nicel ve nitel içerik çözümlemesinin yeni ve dinamik bir alanda uygulanmasından kaynaklanmaktadır. Bu

araştırmada, geleneksel kitle iletişim araçlarının siyasal iletişim pratik ve süreçlerinde kullanılmasını çözümlmek için geliştirilen görgül araştırma tekniklerinin yeni bir medya ortamı –ki burada web 2.0 ortamı ele alınmıştır- incelendiğinde birebir kullanılamayacağı görülmüştür. Bundan ötürü bu araştırmada web 2.0’ın özellikleri de göz önüne alınarak, Facebook ve Twitter arayüzeyini hem nicel hem de nitel olarak çözümlmek için özgül kategoriler geliştirilmiştir. Özellikle, yeni medya ortamlarının dinamik yapısı, etkileşimsellik özelliği, geleneksel kitle iletişim araçlarından farklı olarak içerik çözümlmesinde metine ilişkin farklı ve yeni sorular sorulmasını gerekli kılmıştır. Örneğin, gönderi veya tweetten sonra etkileşimin olup olmadığı varsa ne tür bir etkileşimin olduğu, paylaşılan gönderilerdeki multimedya biçemselliği özelliği vb.

2.3. Söylem, Söylem Çözümlemesi ve Yöntemin Uygulaması

Araştırmanın bu bölümünde, sosyal medya ortamlarından Twitter ve Facebook’ta söylem çözümlmesinin nasıl uygulandığı ve geliştirilen söylem çözümlmesi şablonu açıklanacaktır. Özellikle Teun A. van Dijk’in haber metinlerinde uygulayarak geliştirdiği söylem çözümlmesi yöntemi burada sosyal medya ortamları için özel olarak geliştirilmiştir.

2.3.1. Söylem nedir?

Temel olarak **söylem** kavramı “dil kullanımını, yani dille yapılan iletişim” olarak tanımlanmaktadır (Cook’dan aktaran Evre, 2009: 108). Söylem, belirli kurallar, terminoloji ve konuşmalardan oluşan sistematik dilsel düzenleri betimlemek üzerinedir (Tonkiss’den aktaran Çelik ve Ekşi, 2008: 100). Edibe Sözen’in ise söylemi “söylem bir meta-eylemdir ve ideoloji, bilgi, diyalog, anlatım, beyan tarzı, müzakere, güç ve gücün mübadelesiyle eyleme dönüşen dil pratiklerine ilişkin süreç/lerdir. Söylem sosyal, siyasi, kültürel, ekonomik alanlar gibi, sosyal hayatın tüm yönleri ile ilişkilidir” (Sözen, 1999: 102) tanımlamaktadır.

Söylem kavramının başlangıç noktası dildir. Söylem kuramlarının çıkış noktasında, dilin gerçek dünyayı doğrudan yansıtmadığı ve anlamların kültür içinde inşa edildiğini belirten Ferdinand de Saussure’ün linguistik yaklaşımı bulunmaktadır. Saussure’e göre anlamların

üretimi dile dayalıdır, dil ise bir işaretler sistemidir (Hall'dan aktaran Durna ve Kubilay, 2010: 49). Dilin bir işaretler sistemi olarak tanımlanması, söylem kuramının içine göstergebilimin de girmesini sağlamaktadır. Söylem kuramları, Roland Barthes'ın düzenlam ve yananlam kavramlarını ele alış biçiminden yararlanmaktadır. Düzenlam kelimelerin doğal anlamını ifade eder. İdeolojinin anlaşılmasında Barthes'ın kullandığı anahtar kavramı ise Louis Hjelmslev'den alıp geliştirdiği yananlam'dır (Dağtaş, 1999: 350). Yananlam, kişilerin duygularıyla, heyecanlarıyla ve kültürel değerleriyle etkileşim sonucu ortaya çıkan bir çeşit üst dildir.

John Fiske, metafor ve metonimi kavramlarına yönelmiştir (1996: 123). Metafor (eğretileme) bilinmeyen bir şeyi, bilinen bir şey açısından ifade etmek olarak tanımlanan metafor ya da eğretileme, benzerlik ve farklılıkları aynı anda kullanır (Selçuk ve Şeker, 2012: 32). Metonimi (düzdeğişmece) ise parçanın bütünü temsil etmesidir. “Metonimi gerçeğin etkili bir aktarıcısıdır, çünkü temsil ettiği şeyin bir parçasıdır” (Selçuk ve Şeker, 2012: 32).

Valentin Nikolaeviç Voloşinov'a göre “sözcük, göstergesel iletişimin temel-genel ideolojik biçimlerini açığa çıkarmak için bize yeterli malzeme sunar” (aktaran Durna ve Kubilay, 2010: 51). Voloşinov, dilin eklemelenmesindeki temel öge olarak göstergeleri görerek ideolojinin gösterge yoluyla üretildiğini belirtir ve eklemelenmenin bağlam tarafından belirlendiğini söyler (Dağtaş, 1999: 354-355).

Michel Foucault'ya (1987) göre söylem, “insanlar, eşyalar, bilgi ve soyut düşünceler hakkında düşünmenin, onları betimlemenin, tanımlamanın ve sınıflandırmanın bir yoludur” (aktaran Selçuk ve Şeker, 2012: 33). Ona göre, bireylerin söylemlerinin birbirinden farklı olmasının altında her bireyin farklı olması bulunmaktadır. Bu nedenle söylemler, iktidar ilişkilerinden bağımsız düşünülemezler ve insan grupları arasındaki iktidar ve bilgi ilişkileri söylemlerin oluşmasındaki temel belirleyicidirler (Selçuk ve Şeker, 2012: 33).

Ernesto Laclau ve Chantal Mouffe'a göre ise söylem, dilin yanı sıra dil dışı olan toplumsal olguları da barındıran bir kavramdır. Laclau ve Mouffe'a göre toplumsal alandaki tüm politik mücadeleler, talepler ve kimlikler söylem sayesinde var olurlar (Durna ve Kubilay, 2010: 55-57). Söylemi bir mücadele alanı haline getiren, toplumsal talepler ile kimliklerin söylemde ortaya çıkmasıdır.

Teun A. van Dijk da söylemin ideolojilerin yeniden üretimi ile gündelik ifadelerde büyük önem taşıdığını belirtmektedir (2010: 13). van Dijk'a göre **söylem**, konuşmaya dayalı etkileşim, yazılı metin, işaretler, kaplamalar, tipografik düzen, imgeler ve anlamlandırmanın diğer semiyotik veya multimedya boyutlarını içeren bir iletişim etkinliğidir (Meyer, 2001: 20). van Dijk, söylemin ancak bağlam içinde anlam kazanabileceğinden hareketle söylemin anlaşılabilmesi için metnin yanı sıra bağlamın da dikkate alınması gerektiğini ifade eder. Ona göre bağlam, herkesin kendi zihninde gerçekleşen öznel bir yorumlamadır. Bu nedenle bir olayın yorumlanabilmesi için yalnızca metni oluşturan sözcükler ve yorumlar yeterli değildir.

van Dijk, eylemlerle söylemler arasında bir ilişki bulunduğunu belirtir. Bu doğrultuda bireylerin eylemlerini kontrol edebilmek için söylemlerini kontrol edebilmek gerekmektedir. Toplumsal kontrol, söylemlerin kontrol edilmesi ve/veya hatta söylemlerin doğrudan üretilmesi ile sağlanabilmektedir. “Bu yüzden, toplumda iktidarı kontrol etmenin bir yolu da yalnızca, bu tür söylemi ya da eylemi değil, aynı zamanda, bizim metin ya da konuşma olarak adlandırdığımız spesifik söylem uygulamalarını da denetim altında tutmaktır” (2010: 13).

Sembolik seçkinlerin söylemlerinin “kamusal söyleme hakim olması, bizim ‘semantik makro yapılar’ ya da basit bir şekilde ‘konular’ olarak adlandırdığımız metinlerin aslî özelliklerini bu insanların kontrol ettikleri anlamına gelir” (van Dijk, 2010: 19). Alımlama ve yorumlama bireylerin geçmiş deneyimleri veya sahip oldukları ideoloji tarafından oluşturulan zihinsel modeller ile birleşerek gerçekleşmektedir. Söylemin gücü ise, ideolojilerin oluşturulmasında ve aktarılmasında yatmaktadır. Bu nedenle, bireylerin eylemlerini kontrol etmekle ilgili bu süreçte, kontrol gücü, metin içinde yer alan konuları kontrol edebilmekle bağlantılıdır. Zihinsen modeller, ideolojilerin biçimlendirilmesinde de rol oynamaktadır. Bu nedenle, zihinsel modeller yalnızca söylemlerin alımlama ve yorumlamasında değil, üretilmesinde de rol oynamaktadır.

2.3.2. Söylem Çözümlemesi

Söylem çözümlemesi⁶⁸, farklı kuramsal kaynak, yaklaşım ve yöntemlerden beslenen nitel bir araştırma yaklaşımıdır. “Kuramsal köklerini Antik Yunan’daki retorik çalışmalarına kadar götürmek mümkün olmakla birlikte, eleştirel söylem analizinin çağdaş anlamda ortaya çıkışı, 1970’lerdeki Eleştirel Dilbilimi çalışmalarına denk düşmekte ve özellikle Teun A. van Dijk, Norman Fairclough ve Ruth Wodak gibi önde gelen kuramcılarla disiplinlerarası veya çok-disiplinli bir yaklaşım olarak belirginlik kazanmaktadır” (Evre, 2009: 134-135).

van Dijk, söylem çözümlemesinin tahakküm ve eşitsizlik gibi toplumsal sorunlarla ilgilenmesi gerektiğini belirtmektedir. Toplumsal sorunların çok çeşitli ve karmaşık sorunlar olmasından hareketle, söylem analizinde çok-disiplinli bir yaklaşımın benimsenerek siyasal seçkinlerin eşitsizlikleri nasıl uyguladıkları, sürdürdükleri ya da meşrulaştırdıklarının eleştirel olarak analiz edilmesi gerektiğinin altını çizer (Evre, 2009: 136-7).

2.3.2.1. van Dijk’in Söylem Çözümlemesi Uygulaması

Söylem çözümlemesini daha çok haberler üzerine gerçekleştiren van Dijk, haberleri bir tür (*genre*) olarak değil, bir söylem olarak ele alır ve toplumdaki egemen söylemlerin bir ürünü olarak görür (İnal, 1996: 67). Bu nedenle iktidar ve tahakküm ilişkilerini çözümlemek amacıyla van Dijk, söylem çözümlemesini makro ve mikro olmak üzere iki yapı üzerinden gerçekleştirir (Durna ve Kubilay, 2010: 68).

Makro yapılar, tematik ve şematik analiz olmak üzere iki boyutta ele alınır. **Tematik analiz**, haber başlıkları (üst başlık, başlık, alt başlık), haber girişi ve spotlar üzerine uygulanır. Haberin tematik yapısı, içeriğin anlamıyla ilgili bilgileri ortaya koyar. Bu noktada, başlıkların birbirleriyle ve haber metniyle olan ilişkisi sorgulanır (İnceoğlu ve Çomak, 2009: 31). Tematik analiz, bir söylemin birden fazla temadan oluşabilmesiyle bağlantılı bir biçimde

⁶⁸ Eleştirel Söylem Çözümlemesi, Ruth Wodak’ın geliştirdiği yönetime denilmektedir. Ancak van Dijk’in uyguladığı söylem çözümlemesi de, söylemin iktidar ilişkileri ve ideolojiler ile olan bağlantısını incelemesi nedeniyle eleştireldir. Bu nedenle literatürdeki pek çok kaynakta van Dijk’in söylem çözümlemesi de “eleştirel söylem çözümlemesi” adı altında incelenmektedir. Ancak bu çalışmada, van Dijk’in kullandığı biçimiyle “Söylem Çözümlemesi” ifadesi kullanılacaktır.

yapılır. Tematik analiz kapsamındaki alanlarda enformasyon eksiltimi, genelleştirme ve kurgulamaya bakılabilir. Enformasyon eksiltimi, özellikle başlıklarda, yer, dönem ya da zaman gibi bilgilerin verilmemesidir. Genelleştirme, özne veya nesnelerin kategorilerine indirgenmesi olarak tanımlanabilmektedir. Kurgulama ise, genelleştirmeye benzetmekle birlikte özne veya nesnelere ziyade eylemlere yöneliktir. (Özer, 2009: 93-94).

Şematik analiz ise durum ve yorumlarla ilgilenir. Şematik analiz kapsamında incelenen unsurlar, arka plan bilgisi, bağlamsal bilgi, olayın gerçekleştiği ve haberin verildiği tarihler, sonuçlar ve haber kaynaklarıdır. Durum bölümünde, incelenen hikâye örgüsüdür. . Durumla ilgili verilen bilginin eksiksiz olup olmadığına bakılarak ortaya çıkmış olayın işleniş biçimi ve sonuçları incelenir. Arka plan bilgisinin verilmesiyle, olayın toplumsal ve politik yönü ortaya konulabilir. Şematik yapının diğer alanı olan yorum bölümünde ise, haber kaynakları ile haberdeki olayın taraflarının sözlü tepkileri incelenir (van Dijk, 1988a; 1988b akt Durna ve Kubilay, 2010: 68).

Mikro yapılar kapsamında cümle ve kelimeler incelenmektedir. Cümlelerde, basit ya da karmaşık olma durumu, aktif ya da pasif olarak kurulmuş olması, zamansal fiil çekimi gibi unsurlara bakılmaktadır (İnceoğlu ve Çomak, 2009: 31-32). Ardışık cümlelerin birbirleriyle olan ilişkileri bölgesel uyum olarak değerlendirilmektedir. “*Nedensel ilişkide* cümle içinde nedensel bağlar aranmaktadır; *işlevsel ilişkide* genel ifadeli bir cümlenin açılımının bir sonraki cümlede yer alıp almadığı kontrol edilmektedir. Bunlarda uygun anlatım, özetleme, zıtlık ve örnekleme yapıları yapılmadığına bakılmaktadır... *Kavramsal/referansal ilişkilerde* ise, bir cümlede yer alan bir kavramla sonraki cümle arasındaki ‘kayıp bağlar’ın kurulup kurulmadığına bakılmaktadır” (Özer, 2009: 91).

Sözcük ve kalıp seçimleri toplumsal aktörler hakkındaki inanç ve ideolojileri yansıtabildikleri için ideolojik yapılanmayı göstermeleri bakımından önem taşımaktadır (van Dijk’tan aktaran Özer, 2009: 92). Mikro yapı çözümlemesinde ayrıca haber retorikliği incelenir. Retorik kapsamında fotoğraf, resim, rakamsal veriler ve uzman veya tanıklardan yapılan alıntılar ile haber inandırıcılığı incelenmektedir. Belirtmek gerekir ki fotoğraf, hem retorik analizde arasında yer almaktadır, hem de tematik analizde ele alınabilmektedir (Özer, 2009: 91-97).

Özer, van Dijk'in söylem çözümlemesi modelini tablollaştırarak aşağıdaki gibi açıklamaktadır (2009: 92-93):

Tablo 11. *van Dijk'in Söylem Çözümlemesi*

<p>A. Makro Yapı</p> <p>1. Tematik Yapı</p> <p>a. Başlık/lar</p> <p>b. Haber Girişi</p> <p><i>1. Spot/lar</i></p> <p><i>2. Spot olmadığında haber metninin ilk paragrafi alınmalıdır. Haber tek paragraftan oluşuyorsa ilk cümle haber girişi olarak alınabilir.</i></p> <p>c. Fotoğraf</p> <p>2. Şematik Yapı</p> <p>a. Durum</p> <p><i>1. Ana Olayın Sunumu</i></p> <p><i>2. Sonuçlar</i></p> <p><i>3. Ardalan Bilgisi (Önceki olay da dahil)</i></p> <p><i>4. Bağlam Bilgisi</i></p> <p>b. Yorum</p> <p><i>1. Haber kaynakları</i></p> <p><i>2. Olay taraflarının olaya getirdikleri yorumlar</i></p> <p>B. Mikro Yapı</p> <p>1. Sentaktik Çözümleme</p> <p>a. Cümle yapılarının aktif ya da pasif olması</p> <p>b. Cümle yapılarının basit ya da karmaşık olması</p> <p>2. Bölgesel Uyum</p> <p>a. Nedensel ilişki</p> <p>b. İşlevsel ilişki</p> <p>c. Referansal ilişki</p> <p>3. Kelime Seçimleri</p> <p>4. Haber Retoriği</p> <p>a. Fotoğraf</p> <p>b. İnanıdırıcı bilgiler</p> <p>c. Görgü tanıklarının ifadeleri</p>

van Dijk'a göre söylem çözümlemesinin kesin hatlarla çizilmiş tek bir yolu yoktur. Ancak söylem çözümlemesi sırasında aşağıdaki noktalara özen gösterilmesi gerekmektedir:

- a) “Söylemin bağlamını incelemek
- b) Hangi grupların, iktidar ilişkilerinin ve ihtilafların bulunduğunu çözümlmek,
- c) Biz ve onlar hakkındaki olumlu ve olumsuz görüşleri ortaya çıkartmak,
- d) Önvarsayımları ve ima edilenleri açığa çıkartmak
- e) Kutuplaştırılmış grup kanaatlerini vurgulayan tüm biçimsel yapıyı incelemek”
(van Dijk’tan aktaran Durna ve Kubilay, 2010: 71)

van Dijk’in söylem çözümlemesinin tür odaklı değil metin odaklı olması ve katı kurallardan uzak olması, çözümlene yönteminin haberler dışındaki farklı metin türleri üzerinde uygulanabilmesini olanaklı kılmaktadır.

Bu araştırma projesinde de bu araştırma yöntemi Twitter ortamına aşağıdaki şekilde uygulanmıştır: Twitter şablonunda şematik yapı, mikro düzeyde çözümlenecektir.

Tablo 12. *Twitter Söylem Çözümleme Şablonu*

<p>A. Makro Yapı</p> <p>1. Tematik Yapı</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Kişi/hesap tanımı b. Diğer bilgiler c. Web sayfası bağlantısı <p>B. Mikro Yapı</p> <p>1. Şematik Yapı</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Durum tanımı <ul style="list-style-type: none"> 1. <i>Sonuçlar</i> 2. <i>Ardalan Bilgisi (Önceki olay da dahil)</i> 3. <i>Bağlam Bilgisi</i> <p>2. Sentaktik Çözümleme</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Cümle yapılarının aktif ya da pasif olması b. Cümle yapılarının basit ya da karmaşık olması <p>3. Bölgesel Uyum</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Nedensel ilişki b. İşlevsel ilişki c. Referansal ilişki <p>4. Kelime Seçimleri</p> <p><i>(metafor, metonimi, yan anlam, düz değişmece, vb.)</i></p> <p>5. Retorik</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Görsel/ler b. İnanırcı bilgiler

Bu şablonda **ardalan bilgisi**, araştırma örnekleme dahil edilen günlerden beslenerek çözümlenecekken; **bağlam bilgisi** ise demokrasi ve katılıma ilişkin genel kavramlar ile siyasi partilerin temel ideolojik kavramlarından beslenerek çözümlenecektir.

Günlerimiz⁶⁹ ise gündemde olan konu temelli sınıflandırma bazında şunlardır:

- Sivil İtaatsizlik Eylemleri, Kürtçe Hutbe Okunması ve Namaz Kılınması - 1 Nisan 2011
- BDP'nin Sivil İtaatsizlik Çağrısı - 6 Nisan 2011
- Milletvekili Aday Listelerinin YSK'ya Teslimi – 11 Nisan 2011
- YSK Kararları/Hatip Dicle Kararı - 18 Nisan 2011
- KCK Tutuklamalarının Başlangıcı 26 Nisan 2011
- MHP Kaset Skandalı – 27 Nisan 2011
- “Çılgın Proje” Basın Açıklaması ve Projenin Tanıtım Toplantısı – 27 Nisan 2011
- MHP'nin Yozgat Seçim Gezisi – 29 Nisan 2011
- 1 Mayıs Emek ve Dayanışma Günü Kutlaması – 1 Mayıs 2011
- CHP İzmir Mitingi – 28 Mayıs 2011
- Hopa Olayı – 31 Mayıs 2011
- CHP'nin Diyarbakır Mitingi – 31 Mayıs 2011
- AKP'nin Diyarbakır Mitingi – 1 Haziran 2011
- AKP'nin İzmir Miting – 4 Haziran 2011
- 15. MHP'nin Diyarbakır Mitingi – 6 Haziran 2011
- Genel Seçimlerden Önceki Gün - 11 Haziran 2011
- 12 Haziran 2011 Genel Seçim Günü

⁶⁹ Bu günlerin ardalan bilgisi çalışmanın gündem bölümünde açıklanmıştır.

Ardalanı oluşturan bu günler, aşağıdaki kavram seti ile incelenmiştir. Kavramlarımız ise genel olarak şunlardır:

1. Demokrasi
2. Katılım
3. Özgürlük
4. Eşitlik
5. Adalet
6. Hak ve haklar
7. Cumhuriyet
8. Ekonomik kalkınma ve istikrar
9. Kimlikler (etnik, dini, cinsel vb.)
10. Her partinin kendi ideolojisi ve ideolojik bileşenleri

Her partinin bu söylemsel pratiklerde yurttaşı nasıl tanımladığı da önemlidir. Söylem çözümlemesinde siyasi partilerin ve liderlerin yurttaşın siyasi katılımına yönelik davetleri ve yurttaş ile nasıl ne şekilde etkileşime girildiği olgusu üzerinde durulacaktır.

BDP'nin Facebook resmi parti sayfasında yapılan uygulamada ise şu hususlara dikkat edilmiştir: Zaman kısıtı nedeniyle BDP'nin seçilen 15 gündeki tüm Facebook gönderileri incelenmemiş olup “Yeni Kürt Siyasi Hareketi” açısından önemli olan günler söylem çözümlemesine tabi tutulmuştur. Söz konusu günler (1, 11, 18, 26, 27, 28 Nisan 2011 ile 12 Haziran 2011) tüm Söylem çözümlemesinde, görsel-işitsel paylaşımlar, metin bazlı paylaşımlar ile birlikte ele alınacaktır. Bu temelde, partinin Facebook sayfasındaki tartışma konuları listelenerek, bu metinlerde başvurulan alıntılar, referanslar ve bunların siyasi partinin ideolojik görüşüyle ilişkisi ve tutarlılığı ile yurttaşla etkileşimi incelenmiştir.

Bu çerçevede Eser Aygül'ün *Yeni Medyada Nefret Söyleminin Üretimi: Bir Toplumsal Paylaşım Ağı Olarak Facebook Örneği* (2013) adlı yüksek lisans tezinde geliştirdiği Facebook ortamında söylem çözümlemesi şablonundan faydalanılmıştır. Bu şablon aşağıda sunulmaktadır:

Tablo 13. *Facebook Ortamında Söylem Analizi Uygulama Modeli (2013: 116)*

<p>A. Makro Yapı</p> <p>1. Tematik Yapı</p> <p>a. Grup sayfasının adı</p> <p>b. Grup sayfası tanımı (<i>description</i>)</p> <p>c. Grup sayfasının profil görseli (fotoğraf)</p> <p>2. Şematik Yapı</p> <p>a. Durum tanımı</p> <p>1. Gönderinin anlatım dili</p> <p>2. Ardalan Bilgisi (Önceki olay da dahil)</p> <p>3. Bağlam Bilgisi</p> <p>B. Mikro Yapı</p> <p>1. Sentaktik Çözümleme</p> <p>a. Cümle yapılarının aktif ya da pasif olması</p> <p>b. Cümle yapılarının basit ya da karmaşık olması</p> <p>2. Bölgesel Uyum</p> <p>a. Nedensel ilişki</p> <p>b. İşlevsel İlişki</p> <p>c. Referansal ilişki</p> <p>3. Kelime Seçimleri</p> <p>(<i>metafor, metonimi, yan anlam, düz değişmece, vb.</i>)</p> <p>4. Retorik</p> <p>a. Görsel/ler (grup tarafından paylaşılan fotoğraflar).</p> <p>b. İnanırcı bilgiler</p>

2.3.2.2. Söylem Çözümlemesi için Örneklemin Seçilmesi:

Teun A. van Dijk'in söylem çözümlemesi yöntemini temel alarak sosyal medya ortamları için geliştirilen söylem çözümlemesi şablonu, 2011 Genel Seçimleri'nde medya gündemi ve siyasi gündem arasındaki ilişki temelinde seçilen günlerde, sosyal medya hesaplarına uygulanmıştır.

2.3.2.2.1. Gündem: Kamu Gündemi, Medya Gündemi, Siyasal Gündem ve Sosyal Medya

Sosyal medya ve gündem ilişkisi çok yönlüdür. Bu ilişki, mevcut gündem araştırmalarının bir uzantısı olarak kabul edilebileceği gibi, geleneksel çerçevenin dışında ayrı bir yönelim olarak da değerlendirilebilir. Dolayısıyla, sosyal medyanın gündem oluşturmadaki potansiyelini kullanım alanı ve kullanıcılarıyla bir bütün olarak değerlendirirken, öncelikle onun gündem ile olan ilişkisini doğru konumlandırmak gerekir.

İletişim alanında gündem araştırmaları üç ayrı başlık altında toplanabilir. Bunlardan ilki medyada yansıtılan konular ile bunların halk tarafından algılanan önemini karşılaştıran kamu gündemi, ikincisi medyanın sunumundaki değişimleri konu alan medya gündemi ve üçüncüsü ise medya gündeminin siyasi aktörler ile olan ilişkisini inceleyen siyasal gündemdir (Donsbach, 2008: 146). Gündem konusunu bu genel çerçeve ile sınırlandırdığımızda, sosyal medyayı anılan başlıklardan biri altına yerleştirmek yerine, onun her bir araştırma alanıyla olan ilişkisini ayrıca tanımlamak yoluna gidilebilir. Böylelikle sosyal medyanın kamu, haber medyası ve siyaset üçgenindeki yeri ve bu alanlarda mücadele eden aktörlerin gündem belirlemeye olan etkisi daha rahat anlaşılabilir.

Düşünsel temellerini Walter Lippman'ın *Public Opinion* (1922) adlı eserinden alan gündem belirleme kuramı, yaygın olarak bilinen şu temel varsayım ile özetlenebilir: Basın, “insanlara ne düşüneceklerini söylemede çoğu zaman başarılı olamayabilir ama ne hakkında düşüneceklerini söylemede olağanüstü ölçüde başarılıdır” (Cohen, 1993: 13). Bu varsayımdaki temel çıkış noktası, medyanın bireyler üzerindeki etkisidir. Burada geleneksel anlamıyla kullanılan “medya”yı, içine sosyal medya ve teknolojilerini de alan daha genel bir bağlamda düşünürsek, potansiyel etkinin alanını da genişletmiş oluruz.

Medyanın potansiyelini değerlendirmek üzere gündem araştırmalarına geri döndüğümüzde, ilk aşamada kamu gündemi araştırmaları odağa alınabilir. Bu çerçevedeki araştırmalar, geleneksel haber medyasının kamunun gündemini tayin etme potansiyelini ele alır. Mevcut denklemi siyasal iletişim dâhilinde sosyal medyaya uyarladığımızda, sosyal medya gündeminin kamu gündemini ne kadar temsil ettiği öncelikli olarak sorgulanmalıdır. Çünkü sosyal medya, seçmen, siyasetçi, siyasal parti, medya ve diğer unsurların bireysel ve kurumsal

düzyeyde bir araya geldiği bir çoklu alandır. Bu anlamda sosyal medya, yalnızca kamunun gündemini teşkil eden bir alan olarak görülmemelidir. Dahası seçmenin bu sanal ortama beklentilerini hangi ölçüde yansıttığı ve seçmenin bu alanda siyasetçiler ile ne derecede etkileşim kurduğu soruları sorulmalıdır. Bu çerçevede, sosyal medya ortamında gerçek bir “gündem”in oluşma potansiyeli sorgulanabilir. Öte yandan, sosyal alanlarda oluşan gündemin haber medyası etkisinden ne kadar bağımsız olduğu hususu da bu noktada göz önüne alınmalıdır.

Pasif izler kitlenin “kullanıcı” olarak benimsediği rol gereği, yeni medya ile kurduğu ilişkinin biçimi de değişmiştir. Bu koşullarda, genelde İnternet ortamları, özelde sosyal medya, gündemin inşasında kullanıcının etkin/belirleyici olabilme fırsatını yakaladığı uzamlar olarak öneme sahiptir. Çünkü kullanıcılarına sunduğu olanaklar ile gündem belirlemeye ortak olma kabiliyetini getiren sosyal medya, bu yönüyle salt sosyalleşmenin ötesinde bir işlev görmektedir. Buradan hareketle, medyadan kamuya olan enformasyon akışının geribesleme kanallarının çoğalmasına bağlı olarak çift yönlü bir nitelik kazandığı söylenebilir. Böylelikle, medya gündeminin belirlenmesinde kamunun kısmi etkisinin arttığı kabul edilebilir. Chaffee ve Metzger’in (2001) iyimser bir öngörüyle ifade ettikleri gibi, “Gündem belirlemenin temelini teşkil eden ve medyanın kamuya ne hakkında düşüneneğini bildirmesine dayalı sorunsal, kamunun ne hakkında düşünmek istediğini medyaya beyan etmesi yönünde değişecektir.” Halbuki, sosyal medya açısından bu argümanın gerçekleşmesinin önkoşulu, seçmenin İnternet ortamında yaşadığı deneyimin politikleşmesidir. Yine de hâlihazırdaki geleneksel medya ortamında sosyal medya günlüğünün paylaşılması ya da televizyondaki tartışma programlarında Twitter üzerinden kamuoyunun izlenilmesi gibi örnekler söz konusu argümanı desteklemektedir.

Gündem araştırmalarının diğer bir ayağı olan medya gündemi ise medyanın haber hikâyelerini nasıl sunduğuna dikkat çeker. Elbette bu sunumun biçimi, sunumun yapıldığı medya ortamından bağımsız değildir. Bu noktada, sosyal medya, haber medyasının var olduğu bir ortam ve/veya onun uzantısı olarak görülebilir. Geleneksel haber formatlarının Twitter başta olmak üzere sosyal ağlarda duyurulması neticesinde haber medyasının ürettiği içerik İnternet ortamına taşındığından, bu medyanın paylaştığı gündem söz konusu mecrada belli bir yer işgal eder. Bağlantısı paylaşılan içeriğin niteliği basında yer alan haber

formatından bağımsız olmadığı için, sosyal medya çevrim dışı benzer üretimlerin yayılma alanı olarak işlev görür.

Medya gündemi, siyaset ile içinde bulunduğu ilişkinin gereği olarak siyasal gündemin bir çeşit yansımasını sunar. Lang ve Lang'a göre (1966: 468) medya belli konulara dikkat çekerek siyasi aktörlerin kamu önündeki imajını inşa eder. Sürekli olarak bireylerin ne hakkında düşünmesi, neyi bilmesi, hangi duyguları deneyimlemesi gerektiğini öneren nesnelere sunar. Bu düzlemde medyanın kamuoyunun oluşumundaki payı göz ardı edilmemelidir. Ayrıca medya, sadece gündemin belirleyicisi olarak değil, aynı zamanda haberleri kendi yayın politikasına göre kurgulayan bir mekanizmadır. Bu hususta, medyanın yansıttığı ideolojilerin haberde hangi etmenlere bağlı olarak çerçevelendiğine dikkat çekmek gerekir. Özellikle de siyaset gibi bir alanda, medya yoğunlaşmasının gündem belirlemenin ikinci düzeyine olan etkisi rahatlıkla görülebilir.

Siyaset-medya ilişkisinin yoğun biçimde yaşandığı medya gündemi, aynı zamanda kamunun en az müdahil olduğu alana ev sahipliği yapar. Ancak kamunun bu gündemden tamamen ayrı olduğu düşünülmemelidir. Çünkü medyanın yaydığı enformasyon, çoğu bireyi siyasete bağlayan tek kaynaktır (McCombs ve Shaw, 1972,:176). Bu noktada, bireyin politize olma biçim ve düzeyi genellikle medyaya bağlıdır. Ayrıca belirtmek gerekir ki, medyanın seçmenler üzerinde doğrudan gündem belirleme etkisinin söz konusu olabilmesi için öncelikli koşul seçmenin mesajla maruz kalmasıdır (Weaver, 1991: 131). Sosyal medya, mesajın yayıldığı bir uzamdır.

Sosyal medya, haber medyasından ayrı olarak ele alındığında, bağımsız bir alan olarak kendi gündemine sahiptir. Bu gündemi, çoğunluğunu seçmenin temsil ettiği kullanıcıların eliyle oluşturur. Trend olan konular ve öne çıkan hashtaglar, gündem hakkında fikir verir. Bu noktada, sosyal medyada gözlenen gündem ile bilinen anlamıyla gündemin aynı türden özelliklere sahip olmadığına vurgu yapmak gerekir. Haber medyasının sunduğu gündemden farklı olarak sosyal medya gündemi daha az bütünlüklüdür. Haber kurumlarının ve siyasi aktörlerin etkisi altında şekillenen sosyal medya gündemi, aynı zamanda kurgusal olmayan niteliğiyle haber medyası gündeminden ayrılır.

Son olarak siyasal gündem araştırmaları, siyasetin haber medyasından hangi ölçüde etkilendiğini odağına alır. Sosyal medya açısından değerlendirildiğinde, ortaya çıkan tablo farklıdır. Bu perspektifte temeli teşkil eden husus, siyasal gündemin sosyal ağlar ile olan ilişkisidir. Sosyal medya alanlarının aynı zamanda siyasetçilerin söylemlerine ev sahipliği yaptığı göz önüne alındığında, bu alanlarda oluşan gündemin kısmen de olsa siyasal gündemi temsil ettiği düşünülebilir. Ancak burada söz konusu olan gündem, söylemlerin dolaşım alanı olmaktan öte bir çeşit mücadele alanıdır. Siyasi tartışmaların sürdürüldüğü bir platform olarak sosyal medyanın siyasal iletişim sürecinde oynadığı rol önem arz eder. Çünkü gündemin odağı, çeşitli siyasi parti temsilcilerinin ortaya koyduğu farklı söylemler çerçevesinde oluşmaktadır. Sosyal medya, bilhassa ana akım haber medyasında temsil düzeyi düşük olan siyasal partilerin görünürlük kazanmaya çalıştığı bir mecradır. Nitekim bu proje çalışmasından edinilen bulgulardan hareketle, siyasi aktörlerin sosyal medyada kendi gündemlerini tayin etme çabasında olduğu görülmüştür.

Bir başka açıdan bakıldığında siyasal gündem, kamunun siyasete en fazla ve doğrudan dâhil olduğu alan olarak görülebilir. Çünkü sosyal medya ortamları, seçmen ile siyasetçinin açık etkileşimde bulunabileceği mecralardır. Dolayısıyla sosyal medya, işlevine uygun biçimde kullanıldığında, seçmen-siyasetçi ilişkisini üst düzeyde konumlandırabilir. Öte yandan, bu ortamlarda kamu, gelişen siyasi söylemleri izleyen bir kontrol mekanizması olarak işlev görür. Bu yönüyle de sosyal medya yurttaş kültürüne katkı sağlar.

Gündem belirleme kuramı, İnternet açısından düşünüldüğünde, gündemdeki konuları yayan kişilerden çok bu konuların kendisiyle ilgilenir (Delwiche, 2005). Bu noktada, sosyal ağlar arasında özellikle Twitter'ın, konular üzerinden işleyen mekanizmasıyla ayrı bir yerde konumlandığına dikkat çekmek gerekir. Daha fazla tweet alan hashtaglar Twitter'ın gündem konularını listelerken, bunlar arasından politik referansları olanlar siyasal gündemi pekiştirir. Bu açıdan bakıldığında Twitter, araştırma örnekleminde yer alan Facebook'a kıyasla, gündem çalışmaları için daha nitelikli bir ortam sunar.

Bu noktada, yukarıda özetlenen tartışmaları örneklendirmek üzere, araştırmaya konu olan siyasi partilerin ve liderlerin çeşitli olaylar vesilesiyle (Örneğin mitingler) 12 Haziran 2011 Genel Seçimleri öncesinde anaakım medyada ne sıklıkta ve ne ölçüde yeraldığına yönelik bir analize yer vermekte yarar vardır. Söz konusu analiz, ağlar Ekinci tarafından Başkent

Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Yüksek Lisans Programı'nda HİT 503 İletişim Kuramları dersi kapsamında gerçekleştirilmiştir. İkinci, çalışmada anaakım medyada (*Hürriyet, Zaman, Yeni Şafak* ve *Cumhuriyet* gazeteleri) yukarıda anılan partilerin ve oluşumların mitinglerinin ana sayfada ne kadar yer edindiğini incelemiştir. Bu açıdan AKP, CHP, MHP ve EDÖP'ün İstanbul, Ankara, İzmir ve Diyarbakır mitinglerinin bu dört gazetenin ana sayfasının toplam alanına oranına bakıldığında İkinci aşağıdaki tabloyu ortaya koymuştur.

Tablo 14. *Mitinglerden Bir Gün Sonra Gazetelerin Ana Sayfasının Alanına Oranla Yer Alma*

		Cumhuriyet	Hürriyet	Yeni Şafak	Zaman
AKP	İstanbul	21,42	8,92	57,45	17,99
	Ankara	0	0	0	0
	İzmir	2,84	0	13,71	4,01
	Diyarbakır	1,56	8,03	36,25	7,85
CHP	İstanbul	42,85	4,91	0	0
	Ankara	0	0	0	0
	İzmir	33,48	1,56	0	0
	Diyarbakır	13,25	2,14	27,01	6,43
MHP	İstanbul	0	0	0	0
	Ankara	0	0	0	0
	İzmir	0	0	0	0
	Diyarbakır	25,71	6,38	1,6	3,21
BLOK	İstanbul	0	0	0	0
	Ankara	0	0	0	0
	İzmir	0	0	0	0
	Diyarbakır	0	0	0	0

Bu tablo incelendiğinde MHP'nin İstanbul, Ankara ve İzmir mitinglerinin dört gazetenin hiçbirinde yer almadığı, sadece 6 Haziran 2011 tarihli Diyarbakır mitinginin (Bakınız Şekil 35) haber olabildiği görülmektedir. Bu sonuca benzer bir sonuç EDÖP için de geçerlidir, hatta EDÖP'ün yaptığı hiçbir toplantı/miting bu gazetelerde yer almamıştır. Bu açıdan bakıldığında ilerleyen bölümlerde değinilecek olan ve özellikle MHP tarafından seslendirilen, anaakım

medyanın MHP'ye yönelik görünür kılmama tavrının bu örnek çalışma üzerinden somutlanabildiğini söylemek mümkündür.

Şekil 35. 7 Haziran 2011 Tarihli Cumhuriyet Gazetesi

Cumhuriyet
7 HAZİRAN 2011 SALI

BR DEFACA İSTİYAKÇI CİMANZA NEDİM, TEZİLER TEZİLER OKUYUŞAĞINIZDAN EMİNİM BU İZİMİZ, ÇÜNKÜ, GEMİLERDİR YAZAN. GEMİLERİN, MERKEZİNE SAĞIYIP ENİTER GEMİLERDEN, YERİNE OZUN...
7 HAZİRAN 2011 SALI

KURUCUSU: YUNUS NADI (1924-1945) BAŞYAZARLARI: NADİR NADI (1945-1991) İLHAN SELÇUK (1992-2010)

da gece baskınlarıyla gözaltına alınanlar darbe döneminde olduğu gibi Erzurum'a sevk ediliyor

12 Eylül görüntüleri

2.5 SAATLİK İFADEDE 'DARBEME MECBUR KALDIM' DEDI

Evren'e 12 soru

Özel yetkili Ankara Cumhuriyet Başsavcısı Güröğlen, 12 Eylül soruşturması kapsamında Keman Evren'in eleştirildiği lojmanda ifadesini aldı. Evren'e 12 soru yöneltilmiş, içeriğinin de 12 Eylül ve öncesi ilişkin olduğu belirtildi. Evren, "Yönünüzde neden el koydunuz" sorusuna "Çok beklidik. Başka seçeneğim yoktu" yanıtını vererek darbeye mecbur kaldıklarını savundu. Görüşen, sorgu boyunca Evren'e "Sığın Cumhurbaşkanı" şeklinde hitap etti. ■ 7. Sayfa

Grup grup tutuklama Polisin gece baskınları, kentte telefon ve internet yoluyla iletişimin sağlanmaması, sokaklarda bekleyen panzerler Hopa yurttaşları arasında 12 Eylül darbesine benzettiyor. 12 Eylül darbesi döneminde olduğu gibi gözaltına alınanlar gönderdikleri Erzurum'daki Özel Yetkili Ağır Ceza Başsavcılığı'na soruluyor. Soruşturma kapsamında dün de 4 kişi daha tutuklandı.

Alleler: Zulüm bitsin Polisin eünde olaylarla ilgili görüntülerden tespit edildiği ileri sürülen 60 kişilik bir liste olduğu ancak bu kişilerin çoğunluğunun olaylara katılmadığı ve yalnızca sosyalist oldukları için gözaltına alındıkları ileri sürüldü. Gözaltına alınanların aileleri, Hopa Belvedere Parkı'nda toplanarak yaşadıkları zulümün son bulmasını istiyor. **ÖMER ŞAN'ın haberi** ■ 6. Sayfa

► İL VE İLÇE JANDARMA KOMUTANI GÖREVDEN ALINDI ■ 6. Sayfa

Faili meçhuller Çarkın 10 isim verdi

Ankara Cumhuriyet Başsavcılığı'nın dört faili meçhul cinayete ilişkin yürüttüğü soruşturma kapsamında önceki gün tutuklanan eski özel harekâtçı Ayhan Çarkın, faili meçhuller komandasında "dava arkadaşlarını" işaret etti. **DEP'li Faik Candan'ın** Ahmet Sakarya, avukat Yusuf İkinci'nin ise Ayhan Akça tarafından öldürüldüğünü ileri süren Çarkın, "sıkıyık devlet biliyorduk" iddiasında bulundu. **ALJAN ULUDAĞ'ın haberi** ■ 7. Sayfa

Polonya Cumhurbaşkanı Komorowski, resmi bir ziyaret için gelen Cumhurbaşkanı Abdullah Gül'ü kabulünde Türkiye'nin AB üyelikine desteğini vurguladı. (Fotograf: AA)

Cumhurbaşkanı Gül 'Her şeyi detayıyla biliyorum'

Eski Genelkurmay Başkanı Orgeneral İsmail Başbuğ'un ANAVATAN lideri Erkan Mumcu'ya baskı kurduğu yönündeki iddiaları hakkında konuşan Cumhurbaşkanı Gül, o dönem demokrasiye yaklaşımları birçok şey olduğunu belirtti. Gül, "Her şeyi detaylarıyla biliyorum onu çok iyiyim. Çünkü oğandan bir insan olduğum beni. Nihayetinde hükümetin bir parçasıydım ve hatta bütün güvenlik işlerini de işlenen başkan yardımcısıydım" diye konuştu. **FRAT KOZOK'ın haberi** ■ 7. Sayfa

Orgeneral Balınlı itiraz etti

2 albay daha tutuklandı

Balyoz Planı soruşturması kapsamında İstanbul Adliyesi'ne getirilen hakim Albay Ahmet Erdem ile Albay Ahmet Dikiner, sevk edildikleri mahkemede tutuklandı. Harp Akademisi Komutanı Orgeneral Biğici Balınlı'nın suçları ise müvekkilinin Balyoz Soruşturması kapsamında darbeye teşebbüs ettiği iddiasıyla tutuklanmasına itiraz etti. Avukat Balınlı'nın imzasız, dijital dokümanlar nedeniyle tutuklandığına dikkat çekti. ■ 7. Sayfa

► MIT, GENELKURMAY VE EMNİYET İZLİYORDU ■ 6. Sayfa

İl il seçime doğru

✓ Kızdırmaya gelmez
✓ Heyecan yok

Miyase İkinci ve Ahmet Kurt'un haberleri
Yarın ADANA

Anadil eleştirisi MHP'nin mitingine Diyarbakırlılardan katılım kişisel oldu. Meydana toplanan yaklaşık 3 bin kişinin büyük bölümü başka illerden gelenlerdi. Bahçeli Türkiye'deki bütün "çapkın kilitlerini" "Türk milleti" adı altında birleştirmiş vurgularken "Anadil" anlayışına koyunca karınca doymak mı" diye sordu. **AYŞE SAYIN, MAHMUT ORAL'ın haberi** ■ 4. Sayfa

İsrail iddiaları CHP lideri Kılıçdaroğlu, Adalet Bakanlığı'nın Mavi Marmara baskını nedeniyle İsrail ile ilgili soruşturma izni vermediğini iddia etti. Başbakan'ın, bir işadama ihale verilmesi için bakanın İsrail'e gönderdiğini ileri sürdü. Kılıçdaroğlu, seçimi alırsa Akkaya'da nükleer santral finansementlerini söyledi. **NAZM AKIAD, ABİDİN YAĞMUR'ın haberi** ■ 5. Sayfa

'Ben sert olacağım' Başbakan Erdoğan, Bahçeli'nin Diyarbakır mitinginde BDP'yi eleştirebileceğini söyledi. "Elazığ'da senle destekleyecek ya oman için" dedi. "BDP'yi ortaklığı" yönündeki yazılara yanıt verirken Erdoğan "Kıyas bana akıl vermiş, polu kağıtlarına, insan hayatı taleplerinin yanıtını yakantılara karşı CHP, MHP yumuşak olsun, ben sert olacağım" diye konuştu. ■ 4. Sayfa

Doğan Ağabeyi kaybetti

Gazeteci Doğan Katircioğlu seker koması sonucu 76 yaşında yaşamını yitirdi. Katircioğlu bugün ulularınacak. ■ 11. Sayfa

Uzaklar ve Yakınlar

Uzaklara Yokluk temasıyla İstanbul Müzik Festivali'nde Doğan "Uzaklar ve Yakınlar" projesiyle artist Şirin Panca-roğlu üç müziyen dostluğu sahne alacak. ■ 19. Sayfa

Fenerbahçe yine fark attı

Beko Basketbol Ligi Final Serisi'nin 2. maçında F. Bahçe Lige, Galatasaray-Cerent Crown'u 95-74 yendi. Seri Lacı-ventiler, Seride 2-0 öne geçerek avantaj yakaladı. ■ Spor'da

TÜRKÜN SİYASAL DURUMU

GÜNCEL
Cüneyt ARCA YÜREK

Günaydın!

APC lideri, bir aydır CHP'ye ve MHP'ye, baskınları, olayları yansıtan BDP'ye her münferde, her TV'de söyleme, adına geleni söylüyor. Muhalefet partilerine hakları ay. ■ Ankara, Sa. 16. Ss. 1'de

Kabineye seçim öncesi ayar

Hükümet, devlet bakanlıklarını kaldırarak sırası bakanlıklar kuruyor. Seçimden önce yürürlüğe girmesi hedeflenen kararnameye göre yeni kabine; başbakan, üç bakan yardımcısı ve 21 bakanından oluşacak. "Ekonomi", "Ticaret", "AB", "Gençlik ve Spor", "Aile ve Sosyal Politikalar" bakanlıklarını oluşturulacak. ■ 8. Sayfa

Yunanistan'a Türk komutan

Balkanlar'da bölgesel güvenlik ve istikrarın devamını sağlamak için kurulan "Güneydoğu Avrupa Cokulusu (Bariş Gücü Tuğayı) (SEEB-RIC)", 2011-2015 yılları arasında Yunanistan'da faaliyet gösterecek. Türkiye, Yunanistan topraklarındaki tuğaya, komutanı olacak. **BARKIN SIK'ın haberi** ■ 4. Sayfa

Suriye'de 120 polis öldü

Yaklaşık 3 aydır Esad karşıtı güçlerin yapıyor muhalefet ile güvenlik güçlerinin sığınaklarındaki Citer el Şakka kasabasında çatışması sonucu 120 polisin öldüğü bildirildi. Deriş televizyonu, çatışmada saldırgan grupların sivili halkı katlihan olarak kullandığını ve cesetleri Asil Nahr'ne atıldığını iddia etti. ■ 18. Sayfa

GÜNDEM
Mustafa BALBAY

amkcm@cumhuriyet.com.tr

Mustafa Balbay 824 gündür tutuklu,
Hücrede tek başına 100 gün

144 1560 → % 25,71

Özetle, sosyal medya, siyasi aktörleri ve seçmen kitlesini bir araya getiren alanlar bütünü olarak görülebilir. Kamu, medya ve siyasetin kesişme noktası olan sosyal medya, çevrim dışı alanlarda üretilen siyasi söylemlerin paylaşıldığı bir mecra olmanın ötesinde, tersi yöndeki iletişim akışını da teşvik eder. Bu açıdan değerlendirildiğinde, çevrimiçi ortamda yalıtılmış değildir. Sosyal medya, geleneksel medyanın kurduğu gündemin bir uzantısı olmanın yanı sıra, bu çerçevenin dışında kendi gündemini tayin etme potansiyeline sahip ayrı bir mecra olarak görülebilir. Üstelik geleneksel anlamdaki gündemin sorgulanmasını olanaklı kılması dolayısıyla, mevcut gündem algısının kırılmasına hizmet edebilir.

2.3.2.2.2. 2011 Genel Seçimleri’nde Medya Gündeminin Seçimi

Çalışmanın başlangıç aşamasında, erişim ve tarama kolaylığı nedeniyle *Milliyet* gazetesinin çevrimiçi sürümü (<http://www.milliyet.com.tr>) üzerinden arşiv taraması yapılarak, çalışma kapsamı içerisindeki günlere ait (1 Nisan 2011-30 Haziran 2011) bir gündem belirleme çalışması yapılmıştır. Bu çalışma için *Milliyet*’in çevrimiçi sürümünün seçilme nedeni *Milliyet*’in çevrimiçi tirajının yüksek olmasıdır. Söz konusu tarihlerde gazetelere ait tiraj bilgilerine bakıldığında bu seçim anlam kazanmaktadır.⁷⁰ Gündem belirleme çalışmasında o günlerde ana akım basında *Milliyet* örneği üzerinden manşet olmuş başlıklar seçilmiş, ana sayfada yer alan haberler listelenmiş ve de bu haberler “olaylar” ve “aktörler” başlıkları altında sınıflandırılmıştır. Oldukça uzun (toplam 103 sayfa) bir çalışma olan bu gündem belirleme çalışmasının örnekleminizin içine giren ilk gününe ve son gününe dair bölümüne burada yer vermek yeterli olacaktır.

Tablo 15. *Gündem Belirleme Çalışması- Örneklemin İlk ve Son Günü*

Tarih	Olay	Ana Karakter
1 Nisan 2011	1. YSK’dan seçim talepleri (Askerlerin oy kullanabilmesi, sokak-apt no değişiklikleriyle ilgili sorunların giderilmesi)	1. CHP 2. MHP

⁷⁰ Alexa.com sitesinden yapılan güncel bir taramada da milliyet.com.tr sayfası Türkiye’deki en çok ziyaret edilen web sayfaları sıralamasında 7. Sıradadır ve daha önde herhangi bir gazetenin çevrimiçi sürümü bulunmamaktadır. İlk altı sırada ise sırasıyla Facebook, Google Türkiye, Youtube, Google, Windows Live ve sahibinden.com siteleri bulunmaktadır (<http://www.alexa.com/topsites/countries/TR> Erişim tarihi: 10 Mart 2013).

	<p>2. “Sessiz inkılap gerçekleşecek”</p> <p>3. Abdullah Öcalan'dan BDP ve DTK'ya uyarı geldi</p> <p>4. “Erdoğan başkanlık Sistemi’nin referanduma sunulabileceğini söyledi”</p> <p>5. “Müfettişlere sorup Öz’ü terfi ettirdiler” (Ergenekon Davası)</p> <p>6. Kılıçdaroğlu: Kılıçdaroğlu’nun, “İlahiyatçıların evlerinde arama yapılması uygun ve doğru değil, sonuçta bu kişiler din adamlarıdır.”</p> <p>7. “Eymür ve Ağar çatıştı olanlar bize oldu”</p> <p>8. Selahattin Demirtaş Andımıza karşı boykot kampanyası başlattı.</p> <p>9. Kılıçdaroğlu: “Uzun süre kullanıldı, sonra bir tarafa bırakıldı”</p> <p>10. Baykal: “Adaletin içine güve girdi”</p> <p>11. Adalet Bakanı: “Öz’ün kılına zarar gelmesine razı değiliz”</p> <p>12. Arınç: “Basın mensuplarının tutuklanmasına sevinmeyiz” (Odatv baskını)</p> <p>13. Bakan Yazıcı: “Bu atama bir terfidir, ağzı olan</p>	<p>3. Abdullah Öcalan BDP DTK</p> <p>4. Recep Tayyip Erdoğan</p> <p>5. HSYK 1. Dairesi Savcı Zekeriya Öz</p> <p>6. Kemal Kılıçdaroğlu Diyaret İşleri Başkanı Mehmet Görmez</p> <p>7. Eski Özel Harekat Dairesi Başkanvekili İbrahim Şahin</p> <p>8. Selahattin Demirtaş</p> <p>9. Kemal Kılıçdaroğlu Zekeriya Öz</p> <p>10. Deniz Baykal</p> <p>11. Ahmet Kahraman</p>
--	---	--

	<p>konusuyor”</p> <p>14. “Ak Parti adayı oldu Süryaniler karıştı” (açılım)</p> <p>15. Hükümetin Alevi açılımının nihai raporunun açıklanması (açılım, nihai rapor)</p> <p>16. Aleviler için yeni bir yapı oluşturulmalı önerisi (Nihai Rapor, demokratik açılım)</p> <p>17. “Kitap internete düştü, savcı inceleme başlattı” (Ergenekon Davası)</p>	<p>12. Bülent Arınç</p> <p>13. Hayati Yazıcı</p> <p>14. Ferit Markus Ürek</p> <p>15. Devlet Bakanı Faruk Çelik</p> <p>16. Aleviler</p> <p>17. Gazeteci Ahmet Şık</p>
<p>30 Haziran 2011</p>	<p>1. “Bağımsız milletvekili seçilen 25 milletvekili BDP'ye katıldı”</p> <p>2. “Alevileri kızdıracak ayrıntı..” (37 kişinin öldüğü Madımak Oteli Bilim ve Kültür Merkezi olarak yeniden açıldı ama otelde hayatını kaybedenler arasında iki göstericinin adının yazılması da dikkat çekti) ayrımcılık</p> <p>3. “Son dakikada yemin etti ve ilk kez konuştu...”</p> <p>4. “AK Parti'nin meclis başkanlığı için adayı Cemil Çiçek oldu.”</p> <p>5. “Bahçeli 'bahane etti' Köşk'e çıkmıyor”</p> <p>6. Baykal'dan BDP çizgisi haberine yalanlama ("Partiyi bile bile BDP çizgisine düşürdü. Doğru olan, yemin edip Genel Kurul'a girersin. Yasal düzenleme talep eder ve mücadelemi orada verirsin")</p>	<p>1. BDP</p> <p>3. İhsan Barutçu</p> <p>4. AKP</p> <p>5. Bahçeli Gül</p> <p>6. Baykal</p>

İkinci aşama olarak ise söylem çözümlemesinde bu gündem maddeleri içerisinde amaca uygun biçimde araştırmaya dâhil edilen tüm siyasi partiler açısından söylemlerine, parti politikalarına, toplumsal düzeyde vurguladıkları hassasiyetlerine ve seçim kampanyaları açısından önemli olan günlere denk düşecek şekilde belirli gündem maddeleri ve başlıklar belirlenmiştir. Örneğin milletvekili aday listelerinin YSK'ya teslimi tüm partiler açısından ortak öneme sahipken, sivil itaatsizlik çağrısı BDP ile ilgili, “Çılgın Proje” basın açıklaması AKP için, “Kaset Skandalı” MHP için, Diyarbakır mitingi ise CHP için önemli başlıklar olarak değerlendirilmektedir. Bu başlıklar, siyasi partilerin sosyal medya dolayımı söylemlerini analiz edebilmek için amaca uygun biçimde seçilmişlerdir. Bu günlerin belirlenmesi ve seçiminde de bütün araştırma ekibinin düşünsel katkısı söz konusudur. Söylem çözümlemesi için yapılan ön hazırlık çalışmalarında/toplantılarında uzlaşılı bu günlerin belirlenmesi gerçekleşmiştir. Bu günlerin neler olduğu ve bu günlerdeki önemli gündem başlıkları ve içeriği aşağıda aktarılmıştır. Bu biçimde belirlenen gün sayısı on beş, bu günlere yayılmış tema sayısı onyedidir.

- **1 Nisan 2011**

Sivil İtaatsizlik Eylemleri, Kürtçe Hutbe Okunması ve Namaz Kılınması Diyarbakır Koşuyolu Parkı'nda toplanan yaklaşık 2 bin kişi, Barış ve Demokrasi Partisi (BDP)'nin “sivil itaatsizlik” eylemleri çerçevesinde cami dışında Cuma namazı kılmıştır. Demokratik Çözüm Çadırı çevresinde sivil imam eşliğinde kılınan namazda, imam Kürtçe hutbe okurken, ellerin barış için kalkması istemiştir. Demokratik Çözüm Çadırı, kentteki sivil toplum örgütleri temsilcileri tarafından da ziyaret edilmiştir. Ziyaretçileri, BDP Diyarbakır İl Başkanı Mehmet Ali Aydın karşılamıştır.

Cuma namazının ardından 5 Nisan Mahallesi'ne doğru yürüyüşe geçilmiş, gruba BDP İstanbul Milletvekili Sebahat Tuncel ve BDP Genel Başkan Yardımcısı Meral Danış Beştaş da katılmıştır. Grup daha sonra tekrar Koşuyolu Parkı'na yürümüştür. Düzenlenen yürüyüşe katılan bir grup, polise molotofkokteyli, taş ve havai fişeklerle saldırırken, polis göstericileri dağıtmak için tazyikli su ve göz yaşartıcı gaz kullanmıştır. Olaylar sırasında bir polis helikopteri uçuş yaparak, göstericilerin kaçtıkları yerleri ekiplere, havadan bildirmiştir.

BDP ve DTK tarafından başlatılan 'sivil itaatsizlik' eylemleri çerçevesinde Diyarbakır'ın yanı sıra Şırnak'ın Cizre ve Silopi ilçelerinde de çadırların bulunduğu parklarda Cuma namazları kılınarak, Kürtçe hutbeler okunmuştur. Şırnak'ın Cizre ilçesinde kılınan, yöresel kıyafetler giyen BDP'li kadınların da saf tuttuğu namaza, BDP'li yöneticiler, Cizre Belediye Başkan Vekili Mehmet Saçı, belediye meclis üyeleri, il genel meclis üyeleri ve vatandaşlar katılmıştır.⁷¹

- **6 Nisan 2011**

BDP'nin Sivil İtaatsizlik Çağrısı

BDP Genel Başkanı Demirtaş, MGK'da karara bağlanan ve terörle mücadele kapsamında hükümet tarafından Güneydoğu'ya gönderilen, kadrolu imamların arkasında namaz kılınmaması çağrısı yapmıştır. Demirtaş, konu ile ilgili olarak "MGK'da özel olarak, bölgeye özel imamların gönderilmesi kararlaştırılmıştır ki bu durum bölgeye özel bir istihbaratçı göndermenin bir başka şekli. Dini, terörle mücadelede araç olarak kullanmak utanç verici bir durumudur" şeklinde konuşmuştur.

Başbakan Recep Tayyip Erdoğan tarafından eleştirilen, "sivil cuma" eylemlerinin BDP ya da DTK tarafından değil halkın kendi inisiyatifi ile yapıldığını belirten Demirtaş, "Sayın Başbakan şunun cevabını verebiliyor mu? Niye Kürtçe hutbe okutulmuyor? Ya da imam kendi bildiği şekilde hutbesini okuma hakkına sahip değil midir ki, hutbe Ankara'dan, devletin ağzıyla yazılıp gönderiliyor. Bu nedenle halkın da kendi inisiyatifi ile imamların arkasında saf tutmaması da doğaldır. Bu BDP'nin çağrısı da değildir, halk kendiliğinden bunu yapıyor." demiştir. Demirtaş, camilerde düzenin devlete değil cemaate bırakılmasını ve Kürtçe vaaz okutulmasına izin verilmesini istediğini de belirtmiştir.

Selahattin Demirtaş, kızının öğrenci andı okumasından muaf tutulması yönünde dilekçe vermiş, il ve ilçe örgütlerinin "And" boykotu için geniş bir kampanya başlatacağını da söylemiştir. Andımız'ı okumayan çocuklara yönelik hiçbir cezai yaptırım olmadığını belirten Demirtaş, "Buradan yurttaşlarımıza sivil itaatsizlik çağrısında bulunuyorum. Çocuklarınızı bu

⁷¹ <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/17436184.asp>

ırkçı anda göndermeyin. İl ve ilçe örgütlerimiz bu sivil itaatsizlik eylemine ilişkin geniş kapsamlı bir kampanya başlatacak” demiştir.⁷²

- **11 Nisan 2011**

Milletvekili Aday Listelerinin YSK’ya Teslimi

12 Haziran 2011 Genel Seçimleri takvimine göre siyasi partilere, milletvekili aday listelerini YSK’ya sunmaları için verilen süre 11 Nisan 2011, saat 17:00’de sona ermiştir. 12 Haziran 2011’de yapılan 24. dönem milletvekili genel seçimleri için YSK’ya milletvekili aday listesi sunan parti sayısı 18’dir. 6 parti ise verdikleri dilekçeler ile seçime katılmayacaklarını bildirmiştir. Seçime katılmayan bu partiler; Alternatif Parti, Bağımsız Türkiye Partisi, Eşitlik ve Demokrasi Partisi, Genç Parti, Halkın Yükselişi Partisi’dir. Bağımsız Türkiye Partisi, Demokrat Parti ile seçim ittifakında anlaşarak, seçime Demokrat Parti çatısı altında girmeyi kabul etmiştir.

YSK’ya milletvekili listesini ilk teslim eden parti Türkiye Komünist Partisi, son teslim eden parti ise Yurt Partisi’dir. YSK’ya listelerini teslim eden diğer partiler ise şu şekildedir: Adalet ve Kalkınma Partisi, Demokrat Parti, Cumhuriyet Halk Partisi, Emek Partisi, Millet Partisi, Liberal Demokrat Parti, Saadet Partisi, Hak ve Eşitlik Partisi, Halkın Sesi Partisi, Milliyetçi Hareket Partisi, Özgürlük ve Dayanışma Partisi, Doğru Yol Partisi, Hak ve Özgürlükler Partisi, Milliyetçi Muhafazakar Parti, Büyük Birlik Partisi ve Demokratik Sol Parti’dir.⁷³

- **18 Nisan 2011**

YSK Kararları/Hatip Dicle Kararı

Geçici aday listelerini ve bağımsız milletvekili adaylarının adli sicil kayıtlarını inceleyen Yüksek Seçim Kurulu, 12 bağımsız adayın sabıka kayıtları bulunduğunu ve bu nedenle

⁷² <http://www.milliyet.com.tr/sivil-itaatsizlik-camide/siyaset/haberdetay/06.04.2011/1373814/default.htm>

⁷³ <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?id=17518110&tarix=2011-04-11>

adaylıklarının kabul edilmediğini açıklamıştır. 18 Nisan 2011 tarihli YSK Kararı ile adaylıkları iptal edilen 12 bağımsız aday arasında Barış ve Demokrasi Partisi (BDP)'nin desteklediği Hatip Dicle, Leyla Zana, Sebahat Tuncel, Gültan Kışanak, İsa Gürbüz, Ertuğrul Kürkçü ve Salih Yıldız da bulunmaktadır. Adaylıkları iptal edilen diğer isimler ise Abdullah Kızılay, Harun Özcan, Şerafettin Efe, Çiçek Otlu ve Nezir Sincan'dır.

YSK'nın açıklamasına göre Hatip Dicle ve Leyla Zana'nın milletvekili adaylığını engelleyecek eski mahkumiyetleri nedeniyle sabıka kayıtları bulunduğu tespit edilmiştir. Sebahat Tuncel, daha önce yapılan seçimde milletvekili seçildikten hemen sonra adli sicil kaydına girmiş olduğu için önceki dönemde yapılan incelemede sabıka kaydı çıkmamıştır. Gültan Kışanak'ın ise kızsık soyadı ile yapılan aramada sabıka kaydının çıkması nedeniyle milletvekili adaylığı kabul edilmemiştir.

YSK'nın 12 bağımsız milletvekili adayının adaylıklarını iptal etmesini değerlendiren BDP Genel Başkanı Selahattin Demirtaş, çok üzgün olduklarını belirterek, YSK kararının hem hukuk tarihine hem de siyaset tarihine bir facia olarak geçeceğini ve kararın hiç bir izahı olmayacağını söylemiştir. İtiraz yolunu da deneyeceklerini vurgulayan Demirtaş, seçime girmeme ve bütün adayları geri çekme dahil bütün alternatifleri tartışacaklarını da sözlerine eklemiştir. YSK'nın kararını değerlendiren Aysel Tuğluk da benzer bir şekilde kararın siyasal bir karar olduğunu söylemiş, seçimden çekilmek dahil bütün bunları tartışmak durumunda olduklarını ve sağduyu içinde bir değerlendirme yapmaya çalışacaklarını belirtmiştir.⁷⁴

- **26 Nisan 2011**

KCK Tutuklamalarının Başlangıcı

KCK ile ilgili davanın 22. duruşması Diyarbakır 6. Ağır Ceza Mahkemesi'nde yapılmıştır. Mahkemenin "sanık sayısının fazlalığı nedeniyle sanıkların kısım kısım getirilmesi" kararı gereğince duruşmaya sadece, tutuklu sanıklardan Nizamettin Onar, Zeynel Mat, İhsan

⁷⁴ <http://www.sabah.com.tr/Gundem/2011/04/18/4-bagimsiza-veto>; <http://www.milliyet.com.tr/bdp-den-ysk-kararina-sert-tepki-geldi/siyaset/sondakika/18.04.2011/1379416/default.htm>

Sevikte, Abdurrahim Tanrıverdi, Adnan Bayram ve Veysi Akar ile tutuksuz yargılanan eski Tunceli Belediye Başkanı Songül Erol Abdil katılmıştır.

Duruşmaya katılmayan yaklaşık 80 avukat, cüppeleriyle adliye binası karşısında oturma eylemi başlatmıştır. Sanıkların tümünün duruşmalara getirilmemesi ve Kürtçe savunmaya izin verilmemesini protesto eden avukatlar, savunma haklarının engellendiğini iddia etmiştir. Baro Başkanı Mehmet Emin Aktar, konu ile ilgili olarak "Yürümekte olan bir davada savunma yapamıyoruz. Müvekkillerimiz de yapamıyor, biz de yapamıyoruz. Duruşmaya sadece 6 sanık getirildi. Geçen duruşmada ısrarla müvekkillerimizin burada bulunması gerektiğini söyledik ve duruşmayı terk etmiştik." demiştir. Mahkeme heyeti ise avukatların bir sonraki duruşmaya katılmamaları, sanıkların da avukatlarını değiştirmemeleri halinde Barodan avukat istenmesine ve tutuklu sanıkların tutukluluk halinin devamına karar vererek, duruşmayı 10 Mayıs 2011'e ertelemiştir.⁷⁵

- **27 Nisan 2011**

Bu gün kapsamında iki önemli gündem konusu söz konusudur.

MHP Kaset Skandalı

Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) Genel Başkan Yardımcıları Recai Yıldırım ve Metin Çobanoğlu'na ait olduğu ileri sürülen ve özel yaşamın gizliliği ihlâl görüntüler İnternet sitelerinde yer almaya başlamış, iki ismin istifa etmesine ve milletvekili adaylığından çekilmesine neden olmuştur. İki üst düzey yöneticinin kadınlarla çekilen gizli kamera görüntüleri cinsel içerikli konuşmalar, siyasete ve seçime yönelik çeşitli açıklamalar içermektedir.

Olay üzerine, MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli, Yıldırım ve Çobanoğlu'nun istifa etmelerini istemiştir. Daha sonra, MHP Genel Merkezi'nden yapılan açıklamada iki üst düzey yöneticinin, Devlet Bahçeli'nin talimatı ile hem partideki görevlerinden istifa ettiği hem de

⁷⁵ <http://www.sondakika.com/haber-kck-davasi-2681231/>; <http://www.sabah.com.tr/Gundem/2011/04/27/kck-avukatları-oturma-eyleminde>

adaylıktan çekildiği belirtilmiştir. Ankara Cumhuriyet Başsavcılığı da özel hayatın gizliliğinin ihlâl edildiği gerekçesiyle, görüntüler ile ilgili bir soruşturma başlatmıştır. Ankara 12. Sulh Ceza Mahkemesi, yapılan incelemede İnternet sitelerinde yayınlanan görüntü ve yazıların şahsın kişilik haklarını zedeleyici nitelikte olduğunu ifade ederek, bu görüntü ve yazıların yayımlandığı İnternet adreslerine erişimin engellenmesi yönünde karar vermiştir.⁷⁶

“Çılgın Proje” Basın Açıklaması ve Projenin Tanıtım Toplantısı

Adalet ve Kalkınma Partisi Genel Başkanı ve Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, herkesin merakla beklediği çılgın projeyi, "Türkiye Hazır Hedef 2023" projesinin tanıtım toplantısında açıklamıştır. İstanbul Kongre Merkezi'nde gerçekleştirilen konuşmada "İstanbul, artık içinden iki deniz geçen bir şehre dönüşecek" diyen Başbakan Erdoğan, "Kanal İstanbul" olarak adlandırılan projenin, Karadeniz ile Marmara denizi arasında yaklaşık 45 ile 50 kilometre arasında bir kanal yapımını içerdiğini belirtmiştir. Erdoğan, kanalın yapılacağı bölgede oteller, kongre-fuar merkezi, konutlar ve yıllık 60 milyon kapasiteli bir havalimanı da inşa edileceğini ifade ederken, etüt çalışmalarının tahminen iki yıl süreceği projenin hazırlıklarına, seçim sonrası başlanacağını da sözlerine eklemiştir.

Projenin, yüzyılın en büyük projelerinden bir tanesi olduğunun altını çizen Erdoğan, Kanal İstanbul olarak adlandırdıkları kanalın su derinliğinin yaklaşık 25 metre, su yüzeyinde genişliğin ise yaklaşık 150 metre civarında olacağını söylemiştir. Erdoğan'a göre Kanal İstanbul, Panama ve Süveyş Kanalı ile kıyas dahi kabul etmeyecek nitelikte olacaktır. Ayrıca, kanal üzerine inşa edilecek olan köprülerle kara ve demiryolu ulaşımı hiçbir kesintiye uğramayacak, bu köprüler de kanala ayrı bir güzellik, ayrı bir cazibe katacaktır. İstanbul Boğazı'ndaki tanker trafiğini azaltarak, buradaki tehlikeyi ortadan kaldırmayı da hedeflediklerini anlatan Erdoğan, İstanbul Boğazı'nın artık, tarihin ve geleceğin iç içe yaşayacağı su sporlarının yapılacağı bir tabiat harikası olarak eski günlerine geri döneceğini vurgulamıştır. Bu açıdan kanal sadece bir ulaşım, enerji ve çevre projesi olmayacak, proje ile birlikte modern bir yaşam alanı da oluşturulacaktır. Konuşmasında kanalın birçok vatandaşa ekmek kapısı olacağını da belirten Erdoğan, projenin sivil toplum örgütleri ve üniversiteleri

⁷⁶ <http://www.milliyet.com.tr/mhp-de-kaset-skandali-istifa-getirdi/siyaset/sondakika/27.04.2011/1383161/default.htm>

ile koordineli şekilde yürütüleceğini ve proje gerçekleştirilirken girilmemesi gereken yerlerde de mağduriyete neden olmayacaklarını söylemiştir.⁷⁷

- **29 Nisan 2011**

MHP'nin Yozgat Seçim Gezisi

Seçim çalışmaları kapsamında Yozgat'ın Yenifakılı ilçesine giden Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) Genel Başkanı Devlet Bahçeli, belediyeyi ziyaret ettikten sonra meydanda toplanan vatandaşları selamlamıştır. Daha sonra Boğazlıyan ilçesine geçen Bahçeli, burada düzenlediği mitingde halka hitap etmiş, 12 Haziran'da yapılacak milletvekili genel seçimlerinin Türkiye için çok önemli bir dönüm noktası ve milletin geleceğinin belirleneceği bir seçim olacağını söylemiştir. Seçimlerin vatandaşın karar anı olacağını ifade eden Bahçeli, “Öncelikle bu seçimlere önem vermeliyiz ve bu seçimler sonrası ülkemizde gelişen olayları, yaşanan sıkıntıları iyi değerlendirmeliyiz. Mutlaka sandığa yüksek oranda gitmeliyiz. Sizlerin iradesiyle Türkiye'nin geleceğinin belirlenmesine katkı sağlamalıyız. Onun için özel bir mazeret olmadığı takdirde, mutlaka sandığa giderek aklın ve vicdanın sesine kulak vererek, oylarınızı kullanmanızı istiyorum” demiştir.

Bahçeli, Türkiye'de işsizlik, yoksulluk, yolsuzluk, asayişsizlik ve terör gibi önemli sorunlar olduğunu ifade ederek, “Hangi partiye oy verirseniz verin ama bu ülkenin insanlarıdır, bu ülkede birlikte yaşamak durumundayız, çoluk çocuk mutluluk, huzur içinde olmak durumundayız. Bu bizim hakkımız, sizin hakkınız... Öyle dönemler gelir ki bu dönemler bir karar günüdür, bir karar anıdır, geleceğiniz için, çocuklarınızın geleceği için bir kader anıdır. İşte 12 Haziran budur. 12 Haziran'da çok dikkatli olmalıyız.” şeklinde konuşmuştur. Hükümetin yoksulluğu siyasi malzeme yaptığını belirten Bahçeli, iktidara gelmeleri halinde uygulamaya koyacakları “Hilal Kartı” anlatarak “Milliyetçi Hareket Partisi, kültüründen gelen bir ilke ile hareket ediyor: Yaşa ve yaşat ilkesi. Sosyal devlet olmanın gereğinden hareket ediyor ve yoksuluna sahip çıkmak, dul, yetimine, öksüzüne, kimsesizine, elden ayaktan düşmüş hastalarına sahip çıkmak için bir uygulama ortaya koyuyor. Bu uygulama Hilal Kart'tır. Bu Hilal Kart, bir tüketim kredi kartı değildir, bir banka kartı değildir. Tekrar

⁷⁷ <http://www.milliyet.com.tr/iste-erdogan-in-cilgin-projesi/siyaset/sondakika/27.04.2011/1382967/default.htm>

ödemesi yok, faizi yok. Hilal Kart, devletin millet kaynaşmasıyla yoksuluna uzanan bir el, yoksulunu sahiplenmenin, onu güvence altına almanın bir yolu, bir müessesesi. Bu Hilal Kart'a sahip olanlar, yoksullar olacak.” demiştir.

Devlet Bahçeli, Hilal Kart ile ilgili konuşmasını televizyon reklamlarını eleştirerek sürdürmüş, televizyonların, tüketim ekonomisinin televizyonları olduğunu söylemiştir. Gıda reklamları konusunda da eleştiride bulunan Bahçeli, “Bunu evinde bulan var mı yok mu diye düşünen yok. Evinizde çocuklar, televizyonun karşısına dizilmiş oturuyorlar, karşınızda reklamlara çıkan çocukların elinde çikolatalar, püskevitler birbirlerine ikram ediyorlar, birbirleriyle yiyorlar, şakalaşıyorlar. O çocuk aklından geçiriyor, ‘benim de bir çikolatam olsa, benim de bir püskevitim olsa’ diyor. ‘Anne bana niye almıyorsunuz?’ diyor. ‘Bizde niye yok?’ diyor. Sabahleyin giderken evden çıkan babasının ayağına sarılıyor ‘baba’ diyor, ‘bu akşam da bana bir çikolata, bana bir püskevit getir’ diyor. Dün cebinde parası yokken, kızını azarlayıp ‘daha sonra yavrum’ diye evden çıkacağı yerde, Hilal Kart cebindeyse ‘merak etme evladım, akşam inşallah bunları alıp geleceğim’ diyor.” şeklinde konuşmuştur.

MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin yaptığı bu konuşmada, bisküvi yerine “püskevit” demesi, daha sonra İnternet sitelerine konu olmuş, çeşitli karikatür ve videolarda yer almıştır.⁷⁸

- **1 Mayıs 2011**

1 Mayıs Emek ve Dayanışma Günü Kutlaması

Taksim Meydanı'nda düzenlenen 1 Mayıs Emek ve Dayanışma Günü kutlaması, yüzbinlerce kişinin katılımıyla gerçekleştirilmiş, olaysız bir şekilde sona ermiştir. Sendikalar, siyasi partiler, sivil toplum kuruluşları 4 koldan Taksim'e giriş yapmış, kutlamalar kapsamında Taksim Meydanı'ndaki The Marmara Oteli önüne kürsü hazırlanmıştır. Kürsüye asılan pankartlarda "Emek, Barış, Demokrasi ve Özgürlük" ile Kürtçe ve Türkçe olarak "Yaşasın 1 Mayıs" yazıları yer almıştır. Kürsüye çıkan konuşmacılar, 1 Mayıs'ın Türkiye'de

⁷⁸ <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?id=17675868&tarih=2011-04-30;>
http://www.alpturk.com/index.php?_at=se&_atp=13&id=384&sub=showvideo&t=1328812315

kutlanmasının yasal sürecini, bu süreç içindeki yasakları ve bunun kaldırılması için verilen mücadeleleri anlatmıştır. İşçi ve memur konfederasyonları başkanları, 1 Mayıs 1977'de çıkan olaylarda hayatlarını kaybedenler anısına Kazancı Yokuşu'na karanfil bırakarak, saygı duruşunda bulunmuştur.

Tarihi prangalı işçi afişi, 34 yıl sonra, Kültür Bakanı Ertuğrul Günay'ın izniyle Atatürk Kültür Merkezi'ne asılmıştır. Afiş, Reuters haber ajansı tarafından tüm dünyaya servis edilirken, yabancı haber ajansları 1 Mayıs'ın simgesel Taksim Meydanı'nda kutlandığına dikkat çekmiştir. TÜRK-İŞ, HAK-İŞ, KESK Genel Başkanları, DİSK Genel Sekreteri ve Şişli Belediye Başkanı Mustafa Sarıgül'ün de katıldığı kutlamalarda, DSP, TKP, İşçi Partisi ve Türkiye Gazeteciler Sendikası'nın da aralarında bulunduğu birçok sivil toplum örgütü oluşturdukları kortej eşliğinde Dolmabahçe'den sloganlar eşliğinde yürüyerek Gümüşsuyu üzerinden Taksim'e çıkmıştır. Kutlamalara, SİNE-SEN ve tiyatro emekçileri de geniş katılım göstermiştir.⁷⁹

- **28 Mayıs 2011**

CHP İzmir Mitingi

Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu, son mitingini CHP'nin kalesi olarak görülen İzmir'de gerçekleştirmiştir. Gündoğdu Meydanı'nda gerçekleştirilen miting, CHP İzmir Milletvekili aday gazeteci Mustafa Balbay'ın yazdığı mektubun okunması ile başlamış, milletvekili adayları tek tek anons edilmiştir. İzmir'in, aydınların yaşadığı bir kent olduğunu belirten Kemal Kılıçdaroğlu, sözlerine İzmir'in, insanların özgürce sokağa çıkıp, özgürce nefes aldığı bir kent olduğunu ekleyerek, "İzmir bu nedenle AKP tarafından hazmedilemiyor. 'Nasıl olur da İzmir'i baskı altına alırız, nasıl olur da İzmir'in, İzmirlinin sesini çıkarmayız, nasıl olur da İzmirliye nefes aldirmayız' diye çalışıyorlar." demiştir. İzmir'in, ilk kurşunun atıldığı, milli mücadelenin başladığı bir kent olduğunu, Hasan Tahsin'lerin kenti olduğunu anımsatan Kılıçdaroğlu, "Elbette ki İzmir'i hazmedemiyor,

⁷⁹ <http://gundem.milliyet.com.tr/dort-koldan-gelen-kortejler-meydani-doldurdu/gundem/gundemdetay/01.05.2011/1384743/default.htm>

sindiremiyorlar ama ben 13 Haziran’da sizin yetkinizle onları sindireceğim” şeklinde sözlerini sürdürmüştür.

CHP’nin oylarının yükselişte, AKP’nin oylarının düşüşte olduğunu belirten Kılıçdaroğlu, günde 16 saat çalıştığını ifade ederek her partinin günde 10 dakika çalışarak etrafındakileri ikna etmesini istemiştir. Mitinge katılanlardan da günde 10 dakika çalışmalarını isteyen Kılıçdaroğlu, geçmişte hangi partiye oy verirse versin, herkesin başının üzerinde yeri olduğunu söylemiş, Türkiye’nin yeni bir sürece girdiğini, bütün aydınları, yurtseverleri, geleceğe güvenle bakmak isteyenleri CHP çatısı altına beklediğini vurgulayarak, ”Gelin evinize gelin. Yurtseverlerin çatısı altında toplanalım. Türkiye’yi aydınlığa çıkaralım” şeklinde konuşmuştur.

Kadınlara seçme seçilme hakkını CHP’nin verdiğini, bu dönem de mecliste en az 38 kadın milletvekilinin, kadınların hakkını savunacağını ifade eden Kılıçdaroğlu, Türkiye’de 12 milyon 715 bin yoksul olduğunu, yoksulluğun olduğu evde kadına yönelik şiddetin bulunduğunu, Türkiye’de 8 yılda kadına yönelik şiddette artışın yüzde 1400 olduğunu belirtmiştir. Kılıçdaroğlu, huzuru getirmenin yolunun herkesin karnının doyduğu bir Türkiye’yi yaratmaktan geçtiğini vurgulamış; barışın ve özgürlüğün olduğu, düşüncelerinden ötürü kimsenin ötekileştirilmediği ve suçlanmadığı bir Türkiye yaratacakları mesajını vermiştir.⁸⁰

- **31 Mayıs 2011**

Bu gün kapsamında iki önemli gündem konusu söz konusudur.

Hopa Olayı

Adalet ve Kalkınma Partisi Genel Başkanı ve Başbakan Recep Tayyip Erdoğan’ın Hopa ziyareti sırasında olaylar yaşanmıştır. Hidroelektrik Santralleri (HES) protesto etmek isteyen bir grup, “Su haktır, satılamaz” yazılı bir pankart asmıştır. Polisin, pankart açan gruba müdahalesi ile başlayan olaylar sonucunda bu gruptan ve polislerden yararlananlar olmuş, çok

⁸⁰ <http://www.chp.org.tr/?p=28043>

sayıda kişi de biber gazından etkilenmiştir. Miting öncesinde başlayan olaylar sırasında emekli öğretmen Metin Lokumcu kalp krizi geçirmiş ve tüm müdahalelere rağmen kurtulamamıştır. Metin Lokumcu'nun HES'leri protesto eden gruba yönelik müdahale sırasında yoğun bir şekilde biber gazına maruz kaldığı ifade edilmiştir. Metin Lokumcu'nun yakınları ve arkadaşları, Lokumcu'nun biber gazıyla müdahalede eden polisler tarafından tekmelendiğini ve bu nedenle kalp krizi geçirdiğini ileri sürmüştür. Mitingden sonra da devam eden olaylar sırasında, Başbakan Erdoğan'ın içinde bulunduğu seçim otobüsüne ve konvoydaki araçlara bazı gruplar tarafından taş atılmış, hızlanan otobüsten düşen koruma polisi Servet Erkan, dengesini kaybederek araçtan düşmüştür. Başbakanlık Koruma Müdürlüğü'nde görevli olan Erkan, arkadan gelen güvenlik aracının altında kalarak ağır şekilde yaralanmıştır. Güvenlik güçleri daha sonra grupları dağıtmak amacıyla havaya ateş açmıştır.⁸¹

CHP'nin Diyarbakır Mitingi

CHP'nin 9 yıl sonra Diyarbakır'da düzenlediği ilk mitingdir. Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) Genel Başkanı Kılıçdaroğlu, konuşmasına başlamadan önce eşi Sevim Kılıçdaroğlu ile birlikte Diyarbakır halkını selamlamıştır. Bölge halkından özür dileyen Kılıçdaroğlu, "Bize 'Siz Hakkari'ye, Diyarbakır'a, Siirt'e, Bitlis'e, Sivas'ın ötesine gidemezsiniz' dediler. İşte geldik arkadaşlar. Ama bir şeyde haklılar onu söyleyeyim. Biz yeteri kadar Diyarbakır'a gelmedik. Sizinle yeteri kadar konuşmadık, dertlerinizi dinlemedik. Ankara'da oturduk 'Bize oy verin' dedik. Ama şimdi bunu değiştiriyoruz. Yeni bir CHP, yeni bir anlayış, daha özgürlükçü bir parti, daha çok demokrasiyi içine sindiren bir parti. Size geliyoruz, ayağınıza geliyoruz. Daha çok geleceğiz, daha çok konuşup çayınızı içeceğiz." şeklinde konuşmuştur.

Kılıçdaroğlu, İstasyon Meydanı'nda yaptığı konuşmada, geçmişte Diyarbakır Cezaevinde büyük acılar ve travmalar yaşandığını, işkenceler yapıldığını ve ailelerin perişan edildiğini belirterek, bu cezaevini müze haline getireceklerini dile getirmiştir. Kente gelen her yurttaşın Diyarbakırlı gençlerin çektiği acıları, o hapishaneyi gezerek göreceğini söyleyen Kılıçdaroğlu, "Geçmişimiz ve geleceğimizle yüzleşeceğiz, acılarımızı paylaşacağız. Biz özgürlük ve

⁸¹ <http://siyaset.milliyet.com.tr/ak-parti-mitinginde-olaylar-cikti/siyaset/siyasetdetay/31.05.2011/1396892/default.htm>; http://www.dha.com.tr/hopada-ak-parti-mitingi-sonrasinda-olay_167495.html

demokrasi istiyorsak, önce geçmişimizle yüzleşerek yapacağız bunu. Hapishaneyi müze yapacağız ve halka armağan edeceğiz. Her gelen geçmişte yaşanan dramları görsün” demiştir. Türkiye’nin bir bütün olduğunu ve kimsenin bu bütünü bölmek istemediğini belirten Kılıçdaroğlu, “Hepimiz kardeşçe, barış ve huzur içinde yaşayacağız. Diyarbakır neyse İzmir de o dur, Hakkari neyse Edirne de odur, Bitlis neyse Trabzon da odur. Biz niye bölünelim? Bölenlere karşı direniyoruz zaten... Size sözüm var; bedeli ne olursa olsun barışı getireceğim, Türkiye’yi bir cennete çevireceğim. Biz hapishane değil, fabrika istiyoruz’ diyorsanız, karşıya bakacaksınız, 6 oku göreceksiniz, yeni CHP’yi göreceksiniz.” demiştir.

Diyarbakır’da sivil havaalanı olmadığına da altını çizen Kılıçdaroğlu, “Diyarbakır’da niye sivil havaalanı olmasın? Size verilen sözlerin hepsi havada kaldı. Oylarınızı aldılar, size verdikleri sözü tutmadılar. Oylarınızı aldılar, sizin yüzünüze bakmadılar. Oylarınızı aldılar, size sırtlarını döndüler. Biz şunu yapacağız. Oy isteyeceğiz, oy verseniz de vermeseniz de, sizin sorununuzu çözeceğiz. Çünkü benim için yandaş yok, sadece ve sadece vatandaş var.” sözleri ile Diyarbakır’ın sorunları ile ilgileneceği mesajını vermiştir.⁸²

- **1 Haziran 2011**

AKP’nin Diyarbakır Mitingi

Diyarbakır’da İstasyon Meydanı’nda düzenlenen mitingde Adalet ve Kalkınma Partisi Genel Başkanı ve Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'a, eşi Emine Erdoğan, kızı Sümeyye Erdoğan, Sağlık Bakanı Recep Akdağ ve Tarım ve Köyişleri Bakanı Mehdi Eker eşlik etmiştir. Başbakanlığı döneminde 11 kez Diyarbakır'a geldiğini hatırlatan Başbakan Erdoğan, öncelikle 12 Eylül 2010’da tüm engellemelere rağmen sandığa giderek, “Evet” diyen ve ileri demokrasiye, hukukun üstünlüğüne sahip çıkan Diyarbakırlılara cesaretlerinden dolayı teşekkür ettiğini belirtmiştir. Daha sonra konuşmasına BDP'lileri eleştirerek devam eden Erdoğan, “Bu BDP veya BDP’nin desteklediği bağımsızlar... Bir taraftan demokrasi diyorlar, bir taraftan özgürlük diyorlar. Hatırlayın 12 Eylül’de sandık resmi, sandığın üzerine de çarpı işaretini koymuşlardı. Ve sizin demokratik hakkınızı engellemişlerdi, tehditle, korkutarak. Biz

⁸² <http://siyaset.milliyet.com.tr/chp-9-yil-sonra-diyarbakir-da/siyaset/siyasetdetay/31.05.2011/1396906/default.htm;http://www.chp.org.tr/?p=28486>

böyle bir anlayışa evet demiyoruz. Biz milli iradeye pranga istemiyoruz, biz özgürlüklere pranga istemiyoruz. Bırakın vatandaşı kendi haline iradesini ortaya koysun, bırakın kendi haline özgür bir şekilde gitsin oyunu kullansın. Ama bunu yapamazlar. Bunu yaptıklarında başlarına ne geleceğini biliyorlar. Ben inanıyorum ki Diyarbakırlı kardeşim buradan onlara doğru dürüst oy bile vermez.” demiştir.

Erdoğan, Diyarbakır halkına hitap ederken onlardan biri olduğunu ve onlarla gönül diliyle konuştuğunu aktarmış, “Sevgili kardeşlerim; sizin karşınızda siyaset adamı Tayyip Erdoğan yok, sizin karşınızda Başbakan Tayyip Erdoğan yok, sizin karşınızda Ak Parti Genel Başkanı Tayyip Erdoğan da yok. Sizin karşınızda sizden biri var. Kardeşiniz, kader arkadaşınız, yol arkadaşınız, kimsesizlerin kimi, sessiz yığınların sesi bir kardeşiniz var. Recep Tayyip Erdoğan var. Biz bu yola böyle çıktık. Milletimizle konuşurken siyasetin diliyle değil, samimiyetin diliyle konuşuruz. Biz milletimizle konuşurken devletin diliyle değil, muhabbetin diliyle konuşuruz. Biz sizinle konuşurken statükonun diliyle asla konuşmayız, gönül diliyle konuşuruz.” sözlerini kullanmıştır. Diyarbakır’da söylediğini Ankara’da yalanlayanlardan, İstanbul’da unutanlardan olmadıklarını, her zaman milletin diliyle konuştuklarını da ifade eden Erdoğan, Diyarbakır’a kucaklaşmaya, muhabbet etmeye ve dertleşmeye geldiğini söylerken, kardeşler arasında hesaplaşma değil helalleşme olduğunun ve Diyarbakırlılarla helalleşmeye geldiğinin altını çizmiştir.

Konuşmasında CHP ve BDP’yi eleştiren Erdoğan, Kürt sorununun kalıcı ve barışçı çözümü için ilk adımı kendilerinin attığını ve Türkiye Büyük Millet Meclisinde bu meselenin tartışılmasını sağladıklarını belirtmiştir. Bugüne kadar konuşulamayanların, serbestçe, özgürce konuşulmasını ve tartışılmasını sağladıklarını da sözlerine ekleyen Erdoğan, ülkede akan kanı ve gözyaşını bütün engellemelere rağmen durduracakları mesajını vermiştir. Erdoğan, anayasa ile ilgili olarak ise “12 Haziran sonrasında yeni, özgürlükçü, demokratik, sivil, katılımcı bir anayasayı hep birlikte uzlaşmayla, ittifakla yapacağız. Diyarbakır’ın da, İstanbul’un da benim anayasam diyebileceği bir anayasayı birlikte yazacak, birlikte kabul edeceğiz.” demiştir.⁸³

⁸³ [http://www.akparti.org.tr/site/haberler/bunlar-apoyu-peygamber-ilan-etti/8223;](http://www.akparti.org.tr/site/haberler/bunlar-apoyu-peygamber-ilan-etti/8223)
<http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?id=17925898&tarih=2011-06-01>

- 4 Haziran 2011

AKP'nin İzmir Miting

İzmir Gündoğdu Meydanı'na eşi Emine Erdoğan ile birlikte gelen ve mitinge katılanları selamlayan Adalet ve Kalkınma Partisi Genel Başkanı ve Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, CHP'nin kalesi olarak görülen İzmir'de gerçekleştirdiği miting konuşmasına, İzmir'in ilçelerini sayarak ve bu ilçeleri selamlayarak başlamıştır. Ege'nin ve Akdeniz'in, bütün şehirlerinin güzel olduğunu ancak İzmir'in bir başka güzel olduğunu belirten Erdoğan, İzmir'in Akdeniz'in ve Ege'nin incisi, sahip olduğu tarihle ve insanıyla Türkiye'nin gurur kaynağı olduğunu söylemiştir. Erdoğan, konuşmasını "İzmirliyle bizim aramıza hiç kimse giremez. Bizi İzmir'e hizmet etmekten hiç kimse alıkoymaz. Bu dünya şehrine, bu Akdeniz şehrine, Ege'nin incisine, Türkiye'nin göz bebeğine hizmet etmekten bizi kimse uzaklaştıramaz" sözleri ile sürdürmüştür.

81 vilayete 81 ayrı dil ve farklı kelimeler kullanmadıklarının altını çizen Erdoğan, ön yargılarla hareket etmediklerini ve kendilerine oy vermeyenlere karşı demokrasi ve nezaket dışı ifadeler kullanmadıkları ifade ederek, saygıyla, güvenle, hoşgörülle hareket ettiklerini ve hizmet siyaseti yaptıklarını belirtmiştir. Erdoğan, daha sonra konu ile ilgili olarak "Kardeşlerim, bakınız ben son haftaya girerken bir şey söylüyorum; bugüne kadar hiç hakaret etmedim, yine etmeyeceğim. Gelin hizmet siyasetine oy verin. CHP'li kardeşim, MHP'li kardeşim, BDP'li kardeşim, ideolojilere değil, alışkanlıklara değil, tepkiyle değil, ne olur vicdanıyla oy ver. Sana hizmet edene oy ver, hizmet ürütene oy ver diyorum." demiştir.

Başbakan Erdoğan, İzmir'de kampanyanın yetmişinci mitingini düzenlediklerini belirttikten sonra, Bayburt'tan yola çıktıklarını, batıda Edirne'ye, doğuda Van'a, kuzeyde Trabzon'a, güneyde Antalya'ya uğradıklarını, her şehirde milletle kucaklaştıklarını, her şehirde kardeşliğe vurgu yaptıklarını, hepsinde "demokrasi" ve "özgürlük" dediklerini aktarmıştır. İzmir'e "hakaretle değil" okullar, hastaneler, adalet sarayları, barajlar, çevreyolları ve yatırımlarla geldiklerini söyleyen Erdoğan, İzmirliyle demokrasi yolunda çok badireler atlattığını söylemiştir. Erdoğan, 3 Kasım'da yeni bir süreç başlattıklarını sözlerine eklerken, milli iradenin güç kazanmasının ve demokrasinin yüksek standartlara kavuşmasının bu süreçle

mümkün olduğunu, özgürlüklerin genişletilmesi için yoğun gayret sarf ettiklerini ve hiçbir zaman "Ben" demeyerek, "Biz" dediklerini ifade etmiştir.⁸⁴

- **6 Haziran 2011**

MHP'nin Diyarbakır Mitingi

16 yıl sonra Milliyetçi Hareket Partisi (MHP)'nin Diyarbakır'da düzenlediği ilk mitingdir. MHP'nin merhum lideri Alparslan Türkeş, Diyarbakır'a ilk ziyaretini 1975'te yapmış, kentte çıkan olaylar nedeniyle kente girmeden dönmüştür. Türkeş, ikinci ziyaretini ise terörün yoğun olduğu 1995 yılında olağanüstü güvenlik önlemleri altında yapmış ve kısa bir konuşma yaparak kentten ayrılmıştır. MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli, 6 Haziran 2011 mitingiyle 11 yıl aradan sonra ilk kez Diyarbakır'ı ziyaret etmiştir. DSP-MHP-ANAP koalisyon hükümetinde Başbakan Yardımcılığını yapan Bahçeli, 2000 yılında kente yaptığı ziyarette, Özel İdare İl Müdürlüğü Salonu'nda bölgesel kalkınmayla ilgili düzenlenen toplantıya katılmış, o tarihte HADEP'ten Diyarbakır Büyükşehir Belediye Başkanı olan Feridun Çelik'i dinlemiştir.

2011'de Diyarbakır'da düzenlediği mitingde konuşan Devlet Bahçeli, "Türk milletinin hiçbir evladı bu ülkenin zencisi değildir, buna inandık. Türk milletinin hiçbir ferdi bu ülkenin ötekisi değildir. Bundan asla taviz vermedik. Kimsenin kendi evinde yabancı olmasını istemedik, aklımızdan geçirmedik. Aksini düşünenlerin ise heybetli bir şekilde karşısında durduk. Diyarbakırlı kardeşim, siz bizsiniz biz de siz" açıklamasında bulunmuştur. Sıkıntıyı sadece Diyarbakırlıların yaşamadığını söyleyen Bahçeli, "Elbette sıkıntılarımızın olmadığını iddia etmiyorum. 'Sorunlarınız yok' demek istemiyorum, ama sorunlarla boğuşan yalnızca siz değilsiniz. Sıkıntıyı sadece siz yaşamıyorsunuz. Yurdumun her köşesinde en az sizler kadar problemleri olmuş insanlarımız var. Ancak her sorunu olan ve her derdi bulunan da çözüm ve çareyi çıkmaz sokaklarda aramıyor. Türk milletinden ayrılma rüyası görenler, bağımsız devlet özlemi içinde olanlar akıllarını başlarına almalıdırlar. Bizim ne verecek bir çakıl taşımız ne de vazgeçecek bir insanımız vardır." demiştir.

⁸⁴ <http://www.akparti.org.tr/site/haberler/ak-parti-izmirde-acik-ara-onde-cikacak/8302>

Bahçeli, Diyarbakır'da bulunmaktan dolayı son derece mutlu olduğunu belirtirken, Diyarbakır'ın, bugün kendilerine kucak açarak kardeşliğin, birliğin ve sevginin tarafında olduğunu bir kez daha kanıtladığının altını çizmiştir. Birlikte büyüyerek Türk milleti olduklarını ifade eden Bahçeli, "Doğduğumuz yer, doyduğumuz yer, ilimiz, yöremiz, anamızın dili, inancımız, kimliğimiz ne olursa olsun, bizim ismimiz Türk milletidir" demiştir. MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli, konuşmasını "Her derde deva olacağız. Kim olursa olsun, kökeni nereye dayanırsa dayansın Türk milletinin bütün fertlerini bir ve beraber göreceğiz, kucaklayacağız. Alevi kardeşim, Sünni kardeşim hiç endişelenmesin. Biz varız. Kürt kökenli kardeşim merak etmesin biz, ortak payda ve müşterek değerler ekseninde her meselenin üstesinden geleceğiz" sözleriyle sürdürmüş, yoksulluğun ve işsizliğin etnik kimliğinin olmadığını belirtmiştir. Diyarbakırlılardan "oy istemeye" ve "siyasal fayda ummaya" gelmediğini vurgulayan Bahçeli, öncelikli olarak Diyarbakırlı vatandaşların sorunlarını dinlemeye, onlarla dertleşmeye ve hasret gidermeye geldiğini söylemiştir. Bahçeli, seçimin barışa, huzura, berekete, bolluğa ve esenlik dolu günlere vesile olmasını temenni ederken, mitingin gerçekleşmesinde emeği geçen Diyarbakır İl Başkanı ile teşkilat mensuplarına da teşekkür etmiştir.⁸⁵

- **11 Haziran 2011**

Genel Seçimlerden Önceki Gün

12 Haziran 2011 Genel Seçimleri'nden bir önceki gün, seçmenlere yönelik bilgilere yer verilmiştir. Seçimde, 50 milyon 189 bin 930 seçmenin, 199 bin 207 sandıkta oy kullanacağı belirtilmiş, bu seçmenlerin, bağlı buldukları oy sandıklarına, kayıtlı buldukları adreslere gönderilen seçmen bilgi kağıdı ile gitmeleri gerektiği hatırlatılmıştır. Seçmen bilgi kağıdı gelmemiş ya da kaybolmuş kişilerin ise üzerinde kimlik numarası bulunan nüfus kağıdı, soğuk damgalı kimlik kartı, pasaport, ehliyet veya evlenme cüzdanı ile gidip oy verme işlemini gerçekleştirebilecekleri ifade edilmiştir. Bu belgelerden herhangi birini sandık görevlilerine göstermeyen seçmen oy kullanamamaktadır. Milletvekilleri, milletvekili kimliği

⁸⁵ <http://siyaset.milliyet.com.tr/bahceli-den-diyarbakir-da-onemli-mesajlar/siyaset/siyasetdetay/06.06.2011/1399134/default.htm>;
<http://www.cnnturk.com/2011/turkiye/06/06/iste.mhpnin.son.diyarbakir.mitingi/619094.0/index.html>

ve seçmen bilgi kağıdını, milletvekili adayları ise her hangi bir İl Seçim Kurulu Başkanınca milletvekili adayı olduklarına dair verilen seçmen bilgi kağıdını göstererek kayıtlı oldukları seçim çevresi dışında da oylarını kullanabilme hakkına sahiptir.

Seçmenlere verilen bilgiler arasında oy işleminin nasıl gerçekleştirileceği ve oyların hangi durumda geçersiz sayılacağı da açıklanmıştır. Verilen bilgilere göre, oy verme işlemi sırasında üzerinde herhangi bir çizik ya da özel anlam taşıyan işaret bulunan ya da yırtık olan oy pusulası ve zarfı ile kullanılan oyların geçerliliği bulunmamaktadır. Oyların geçerli sayılabilmesi için sadece oy verilecek parti ya da bağımsız adaya ait alana “evet” mührünü basmak ve pusulaya başka herhangi bir işaret koymamak gerekmektedir. Basılan mührün başka bir alana bulaşmaması için de pusula dışı doğru katlanarak zarfa yerleştirilmelidir. Tüm bunların yanında oy kullanma işlemi gerçekleştiren seçmenin, oy kullandığına dair imzasını atması da önemlidir.

2011 Genel Seçimleri’nde, önceki seçimlere yönelik uygulamalardan farklı bir takım uygulamaların gerçekleştirileceğinin altı çizilmiştir. Önceki seçimlerden farklı olarak 2011 Genel Seçimleri’nde güvenlik güçlerinin sandığa yaklaşma mesafesi 20 metre olarak belirtilmiştir. Ayrıca, daha önceki seçimlerde sandık başına polis çağırma yetkisinin sandık başkanlarında olduğu, 2011 Seçimleri’nde ise diğer sandık üyelerinin de güvenlik güçlerinin müdahalesini isteyebileceği ifade edilmiştir. Ayrıca seçmen iradesine müdahalede bulunanlar hakkında da 3 ile 5 yıl arasında ceza istemiyle dava açılacağı söylenmiştir. Geçmiş seçimlerde sandıklarda ve il seçim kurullarında görev yapan siyasi parti temsilcileri ise 2011 Genel Seçimleri’nde YSK’da da görev yapabilme hakkına sahip olmuştur.⁸⁶

- **12 Haziran 2011 Genel Seçim Günü**

Türkiye Büyük Millet Meclisi 24. Dönem üyelerinin belirlenmesi amacıyla genel seçimler yapılmıştır. 12 Haziran 2011 Türkiye Genel Seçimleri, 34 yıldan sonra Türkiye'nin "erken" yapılmayan ilk genel seçimleridir.

⁸⁶ <http://gundem.milliyet.com.tr/oy-kullanirken-bunlara-dikkat-/gundem/gundemdetay/11.06.2011/1401279/default.htm>

Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP), 45 yıl sonra bir ilki başararak, üç seçim döneminde de oylarını üst üste arttırmış ve 2011 seçimleri sonucunda üçüncü kez tek başına iktidara gelmiştir. AKP, böylece Türkiye Cumhuriyeti tarihinde Adalet Partisi'nden yaklaşık 45 yıl sonra hem seçmen hem de parlamento çoğunluğunu elde ederek iktidar olan ilk parti olmuştur. Birçok ilde yüksek oylar alarak seçimi kazanan AKP, daha önceki seçimlere göre sahil şeridinde bulunan birçok ilde de birinci olmuş, Hakkari, Tunceli ve Iğdır'da ise hiç milletvekili çıkaramamıştır. Seçim sonuçlarının gelmesiyle birlikte pek çok AKP'li milletvekili sonuçları Twitter üyesiyle paylaşmıştır. Örneğin; AKP Genel Başkan Yardımcısı ve Ankara Milletvekili Salih Kapusuz: "Aynı yoldan geçmişiz biz aynı sudan içmişiz....Has bahçenin gülüyüz biz... Bu bir demokrasi sınavıydı ve Türkiye bu sınavdan başarıyla geçmiştir. Milletimiz iradesini sandıkta göstermiştir. Seçimlerin ülkemize hayırlı uğurlu olmasını diliyorum sonuçta Türkiye kazanacak demokrasi kazanacak... Ankaralı hemşehrilerime kampanya süresince gösterdikleri ilgiye teşekkür ediyorum." mesajıyla Twitter hesabından seçmenlere teşekkür etmiştir. AKP Genel Başkanı ve Başbakan Recep Tayyip Erdoğan ise seçim sonuçlarının ardında parti genel merkezinin balkonundan halka seslenmiştir.

12 Haziran 2011 Genel Seçimleri'nde aldığı oylarla ana-muhalefet partisi olarak parlamentoya giren Cumhuriyet Halk Partisi (CHP), 2007'ye göre oylarını ve vekil sayısını arttırmıştır. 1977'de yüzde 42 oy oranını yakalayarak dönemin en yüksek oyunu alan CHP, 2011 Seçimleri'nde aldığı oylarla 34 yıl sonra genel seçimler bazında en yüksek oy oranını yakalamıştır. Cumhuriyet Halk Partisi Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu, milletvekili sayısını artıran tek partinin CHP olduğunu belirterek, sonuçları "CHP bu kısa süre içinde 3,5 milyon yeni oydaş kazanmıştır. Daha güçlüdür, 12 Eylül darbesinden bu yana en yüksek oyunu almıştır" sözleriyle değerlendirmiştir. 2007 seçimlerinde Tekirdağ, Kırklareli, Edirne, Muğla ve İzmir olmak üzere beş ilde birinci parti olan CHP, 2011 seçimlerinde bu illerin yanı sıra Tunceli ve Aydın'da da birinci olmuş ve milletvekili çıkaramadığı illerin sayısı 36'dan 32'ye düşmüştür. CHP, en düşük oyu ise Hakkari'den almıştır. 2011 Genel Seçimleri ile CHP MYK üyelerinden Gürsel Tekin, Sencer Ayata, Süheyl Batum, Osman Korutürk, Hurşit Güneş, Umut Oran, Volkan Canalıoğlu, Alaattin Yüksel, Sena Kaleli, Sezgin Tanrıku ilk kez milletvekili olarak Meclis'e girmiştir. CHP'den aday olan Ergenekon sanıkları Mustafa Balbay ve Mehmet Haberal da seçimde aldıkları oylarla milletvekili seçilmiştir.

Aldığı oylarla parlamentoya giren bir diğer parti Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) olmuştur. 12 Haziran 2011 Genel Seçimleri için seçim hazırlıklarına ilk başlayan parti olan MHP, 42 yıl sonra ilk kez, iki dönem üst üste meclise girmeyi başarmış, ancak sadece Iğdır'da birinci olmuştur. MHP'nin oyları, seçim döneminde kaset olayları nedeniyle istifa eden milletvekillerinin illerinde ve aday değişikliğine gidilen Ordu, Aksaray gibi illerde gerilemiştir. MHP'nin oylarında yükselme beklediği Orta Anadolu ve Karadeniz bölgelerinde oy artışı olmazken, 2007'deki oy oranlarının birçok şehirde korunduğu dikkat çekmiştir. MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli, seçim çalışmaları kapsamında Diyarbakır'da da miting gerçekleştirmiştir. Ancak bu miting, MHP'nin oylarında bir artış sağlamamış, 2007 yılında Diyarbakır'da 11 bin 431 oy alan MHP, 2011'de 5 binin altında oy almıştır. Bu tablo, MHP'ye destek veren Kürt seçmenin de bu partinin Kürt sorununa bakışına tepki olarak yorumlanmıştır. MHP'den yapılan yazılı açıklamaya göre, 24. dönem milletvekili seçimlerinin kesin olmayan sonuçlarını değerlendiren Devlet Bahçeli, milletin MHP'ye tekrar muhalefet görevini verdiğini, Türk milletinin bu tercihi sonuna kadar saygılı olduklarını belirtmiştir. Ankara'da Zuhal Topçu ilk kez Meclis'e girerken, MHP'den aday olan Balyoz sanığı Engin Alan da İstanbul'dan milletvekili seçilmiştir.

2011 Genel Seçimleri'ne girmeyen Barış ve Demokrasi Partisi (BDP)'nin öncülüğünde kurulan, 18 siyasi parti ve hareketin oluşturduğu Emek Özgürlük ve Demokrasi Bloğu büyük bir başarıya imza atarak 36 milletvekilini parlamentoya göndermiştir. Geçen dönem TBMM'de 21 milletvekili ile temsil edilen BDP, 2011'de yapılan seçimin sonuçlarına göre vekil sayısını yüzde 50'nin üzerinde artırmıştır. Tunceli'de milletvekili çıkartamayan Blok, 2011 Seçimleri'nde Kars, Ağrı, Adana, Bingöl, Mersin gibi daha önce milletvekili çıkartmadığı illerden birer milletvekili çıkarmıştır. BDP'nin geçen seçimlerde 1 milletvekili çıkardığı Hakkari'den bu kez 3 milletvekili çıkmış, Diyarbakır, Mardin, Şırnak, Batman, Muş, Siirt, Van gibi illerde ise aday gösterilen tüm isimler seçilme başarısı göstermiştir. Diyarbakır mitingini önemseyen AKP, CHP ve MHP, Diyarbakır'dan bekledikleri sonucu alamamıştır. A. Levent Tüzel, Ahmet Türk, Altan Tan, Aysel Tuğluk, Ertuğrul Kürkçü, Faysal Sarıyıldız, Gülseren Yıldırım, Gültan Kışanak, Hatip Dicle, Hasip Kaplan, İbrahim Ayhan, Kemal Aktaş, Leyla Zana, Sebahat Tuncel, Selahattin Demirtaş, Selma Irmak, Sırrı Süreyya Önder gibi

isimler Blok'un meclise taşıdığı 36 milletvekilinden bazılarıdır. Mardin'den milletvekili seçilen Erol Dora ise Türkiye'de milletvekili seçilen ilk Süryani olmuştur.⁸⁷

Yukarıda ayrıntılı olarak açıklanan bu günler söylem çözümlemesinde ardalın bilgisini ve bağlamı oluşturacaktır. Bu yukarıdaki günlerde meydana gelen toplumsal, siyasal olaylara ilişkin olarak söylem çözümlemesinde tekrar detaylı bilgi verilmeyecektir.

2.4. Görüşme Tekniği

Yeni medya araç ve ortamları üzerinden yapılan incelemeleri çevrimdışı görüşmelerle de desteklemek gerekir. Bu biçimde çevrimiçi ortamda/ arayüzeyde metne yönelik sorgulamalar sonucunda elde edilen verilerin, içeriği üretenlerin amaçlarına ne kadar hizmet ettiğinin ortaya çıkarılması mümkün olur. Bu "niyetlenilmiş" amaçları öğrenmek adına gereklidir ve çevrimiçi yöntem ve çalışmaların çevrimdışı tekniklerle de desteklenmesi alışılan bir yöntem uygulaması olmuştur (Bayraktutan Sütçü, 2010: 169). Bu çalışma açısından da siyasilerin ve parti liderlerinin arayüzey hesaplarının nicel ve nitel içerik ve söylem çözümlemesine tabi tutulması sonucu ortaya çıkan görünümün daha nitelikli biçimde bütünlenebilmesi için çevrimdışı ortamda mesaj/ içerik üretenlerle bir araya gelinerek yukarıda da vurgulandığı üzere amaçlarının öğrenilmesi gereklidir. Ayrıca salt çevrimiçi medyadaki mesajların anlamlandırılması tartışması değil, görüşme için seçilen kullanıcıların sosyal medya ve siyaset ilişkisine dair vurguları, düşünceleri ve araştırmanın sorunsalını oluşturan temel başlıklardan birisi olarak demokrasi kültürü ve sosyal medyanın etkileşimsellik özelliğinin temsilci ve taban arasındaki iletişimsel eylemde ne kadar belirleyici olduğu tartışmasına ilişkin görüşleri öğrenilmeye çalışılacaktır. Bu çalışma süresince de bazıları yüzyüze, bazıları ise e-posta aracılığıyla olmak üzere toplam 13 adet görüşme gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın başlangıç aşamasında tüm görüşmelerin yüzyüze yapılması planlanmış olmasına rağmen bu kapsamda

⁸⁷ <http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalDetayV3&ArticleID=1052568&CategoryID=78;>
[http://siyaset.milliyet.com.tr/ak-parti-45-yil-sonra-bir-ilki-basardi/siyaset/siyasetdetay/12.06.2011/1401680/default.htm;](http://siyaset.milliyet.com.tr/ak-parti-45-yil-sonra-bir-ilki-basardi/siyaset/siyasetdetay/12.06.2011/1401680/default.htm)
<http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalDetayV3&ArticleID=1052591&CategoryID=78;><http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalDetayV3&ArticleID=1052571&CategoryID=78;>
<http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalDetayV3&ArticleID=1052570&CategoryID=78;>
[http://tr.wikipedia.org/wiki/2011_T%C3%BCrkiye_genel_se%C3%A7imleri;](http://tr.wikipedia.org/wiki/2011_T%C3%BCrkiye_genel_se%C3%A7imleri)
<http://secim2011.hurriyet.com.tr/partidetay.aspx?pid=1>

görüülmesine karar verilen siyasilerin güncel siyasetin gündemi ve bununla bağlantılı iş yoğunlukları nedeniyle yüzyüze görüşme yapılamamış, e-posta dolayimli sorular yanıtlanmıştır. Görüülmesi hedeflenen bazı siyasilerle ise bağlantı kurulmuş ancak bir biçimde/nedenle görüşmelerin gerçekleşmesi mümkün olamamıştır. Çalışma kapsamında yapılan görüşmelere ilişkin detaylı bilgi tablo Ek 3'te sunulmaktadır. Görüşme yapılacak siyasiler ve partilerin sosyal medya uzmanlarıyla e-posta ve telefon aracılığıyla iletişim kurulmuş ve randevu alınarak görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu kişilerle iletişim kurulduğunda kendilerine araştırmayı anlatan Ek 1'deki tanıtım mektubu sunulmuştur. Görüşme soruları ise Ek 2'dedir.

Görüşme tekniği niteliksel araştırmanın ve bu araştırmada kullanılan tekniklerin en önemlilerinden birisidir. Belkıs Kümbetoğlu'na göre (2005: 30):

“Teorik temeli yorumsamacılık olan niteliksel araştırma, bu nedenle nitel verini oluşturulması sürecinde kullandığı tekniklerle; katılımlı gözlem, derinlemesine görüşme, odak grup tartışmaları, yaşam anlatıları, vb. gibi gerçekliği temsil ettiği ileri sürülen büyük örneklem gruplarından çok, daha az sayıdaki bireylerden onların gerçekliklerinin yaşayan bir resmini oluşturmayı hedefler.”

Araştırmacının rolü, nitel araştırmada başlı başına bir sorgulama sürecini gerektirir. Neuman'a göre (2007: 548), “bir saha araştırmacısı, doğal toplumsal ortamlardaki toplumsal anlamları inceler ve çok sayıda bakış açısı kavrar. Üyelerin anlam sisteminin içine girer ve sonra araştırmanın dışarıdan bakış açısına geri döner.” Neuman, bu araştırmada da geçerli olan araştırmacının deneyimini yukarıdaki şekilde özetlemiştir. Bu deneyim kendi içerisinde çeşitli zorluklar da barındırır, hem analitik perspektifi hem de içeriden biri olarak mesafeyi korumak araştırmacı açısından en önemli zorluklardandır.

W. Lawrence Neuman, araştırmacının yaşayacağı deneyimlerden birini de “açığa vurma” olarak adlandırıyor (2007: 557), ki bu durum kimi zaman araştırmacı için çeşitli zorluklara da neden olabilmektedir. Açığa vurma, Neuman'a göre (557) kendiniz ve araştırma projesi hakkında ne kadarını görüştüğünüz kişiyle paylaşacağınız ile ilgilidir. Açığa vurma bir yandan güven sağlarken, bir yandan da mahremiyetin zarar görmesi anlamına gelebilir. Bu proje çalışmasında da araştırmacılar bu konuda zaman zaman şu türden sıkıntılar yaşamışlardır. Örneğin araştırmacıların akademik bilgisinden işe vuruk düzeyde yararlanmak

isteyen (istatistiki veri talebi gibi) ve/veya diğer siyasiler ve partilere yönelik olarak değerlendirme/ karşılaştırma talebinde bulunan (“sizce en iyi kullanan siyasetçi kim? X partisi sizce bize göre nasıl bir durumda?” soruları gibi) görüşülen kişiler araştırmacılar açısında “açığa vurma” durumunu örneklendiren deneyimlerdir.

Araştırmada benimsenen yöntemsel yaklaşım ve bunlara uygun tekniklerin eleştirel bir değerlendirmesinin yapılması zorunludur. Dolayısıyla, hangi tekniklerin ne amaçla kullanılıp, neden tercih edildiğini açıklamak gereklidir. Derinlemesine görüşmenin avantajını ise Belkıs Kümbetoğlu şöyle açıklamaktadır: “Bu teknik ile doğrudan gözlemlenemeyen, davranışlara yansımayaabilen, ancak belirli bir süreç içinde ortaya çıkabilecek anlamlara, niyetlere, beklentilere bakarak, bireylerin dünyalarını nasıl oluşturdukları, dış dünyaya ilişkin algıları ile kendilerini kuşatan sosyal çevreyi nasıl değerlendirdiklerini ortaya koyma fırsatı yakalanabilir” (2005: 72).

Bu projede yapılan görüşmeler yarı yapılandırılmış olarak tanımlanabilir. Yarı yapılandırılmış görüşmelerde, önceden belirlenmiş başlıklar bulunmakla birlikte bunların sırası tam belli değildir (Geray, 2004: 153). Bu görüşmelerde de Ek 2’de sunulan soru listesi temel konu başlıklarını ele almaktadır, ancak soruların sorulma sırası ve kişilere özel ek sorular her görüşmede değişebilmiştir. Bu soru formu oluşturulurken hem sosyal medya aracına yüklenilen anlam hem de işlevi sorgulanmıştır. Aynı zamanda partinin ve/veya liderin, siyasinin özel olarak sosyal medyaya bakışı, genel olarak da siyasal iletişim aracı ve demokrasi kültürünün geliştirm olanağı bulması açısından sosyal medyaya yüklenilen işlev ve anlam, etkileşim olanakları gibi konularda bilgi alınmaya çalışılmıştır. Bu çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin tercih edilmesinin en önemli nedeni sosyal medya kullanımının özellikle çeşitli araçlar dolayımıyla oldukça kişisel olmasıdır (örneğin Twitter).

3. BULGULAR

3.1. İçerik Çözümlemesi Bulguları

3.1.1. Twitter'ın 2011 Genel Seçimlerinde Siyasi Partiler ve Liderler Tarafından Deneyimlenmesi: Nicel ve Nitel İçerik Çözümlemesi

Twitter'ın siyasi partiler ve liderler tarafından kullanım pratiğini incelemek üzere toplam 36 hesap örnekleme dahil edilmiştir.⁸⁸ Araştırma kapsamında Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) kullanıcılarından 9, Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) kullanıcılarından 7, Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) kullanıcılarından 6, Emek, Demokrasi ve Özgürlük Bloğu (EDÖB) adaylarından 7 ve Bağımsız milletvekili adaylarından 7 Twitter hesabı içerik analizine tabi tutulmuştur. Örnekleme alınan Twitter hesaplarının dökümü Tablo 16'da görülebilir.

Tablo 16. *Twitter'da Takip Edilen ve Kayıtlanan Hesaplar*

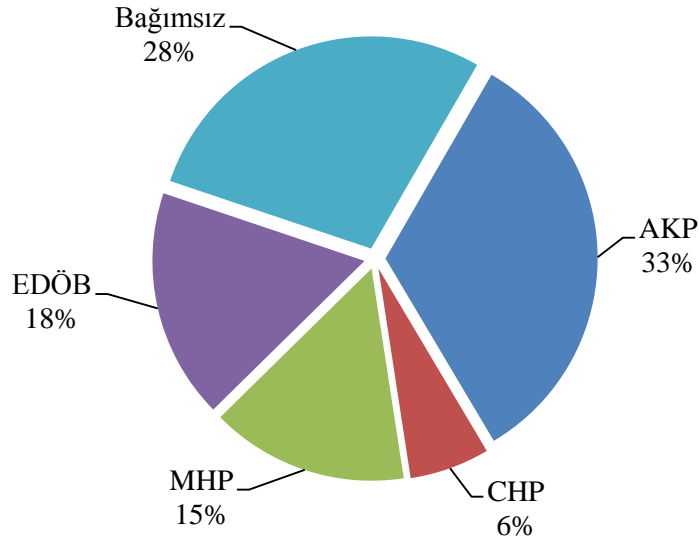
İsim	Parti	Twitter Adresi
İsmail Karaosmanoğlu	AKP	http://www.twitter.com/ikaraosmanoglu
Mustafa Elitaş	AKP	http://www.twitter.com/mustafaelitas
Salih Kapusuz	AKP	http://www.twitter.com/Salih_Kapusuz
Abdülkadir Aksu	AKP	http://www.twitter.com/abdulkadiraksu1
Recep Tayyip Erdoğan	AKP	http://www.twitter.com/rt_erdogan
Ekrem Erdem	AKP	http://www.twitter.com/erdemekrem
Zelkif Kazdal	AKP	http://www.twitter.com/zelkifkazdal
Mahir Ünal	AKP	http://www.twitter.com/mahirunal
Hüseyin Çelik	AKP	http://www.twitter.com/hc_huseyincelik
Selahattin Demirtaş	Bağımsız	http://www.twitter.com/bdpdemirtas
Hasip Kaplan	Bağımsız	http://www.twitter.com/HasipKaplan
Ahmet Tuncay Özkan	Bağımsız	http://www.twitter.com/Tuncay_Ozkan1
Mustafa Hulki Cevizoğlu	Bağımsız	http://www.twitter.com/mhulkicevizoglu
Aynur Bayram	Bağımsız	http://www.twitter.com/AynurBayramgztc
Ertuğrul Kürkçü	Bağımsız	http://www.twitter.com/ekurkcu
Murat Hazinesdar	Bağımsız	http://www.twitter.com/MHAZINEDAR
Özgür Akın	Bağımsız	http://www.twitter.com/ozgur_akin_as
Sadun Muhlis Altuncuoğlu	Bağımsız	http://www.twitter.com/Maltuncuoğlu
Fatma Benal Yazgan	Bağımsız	http://www.twitter.com/fatbe
Sırrı Sakik	Bağımsız	http://www.twitter.com/sakiksirri
Sırrı Süreyya Önder	Bağımsız	http://www.twitter.com/sirsureyya

⁸⁸ Siyasi partilerin genel başkanları, genel başkan yardımcıları, MYK üyeleri, bağımsız adayların tamamı ve gazeteci milletvekili adaylarından 250'den fazla tweeti bulunan veya 2500'den fazla takipçisi bulunan kullanıcıların Twitter hesapları içerik analizi için seçilmiştir. İçerik analizine dahil edilen hesapların sahipleri burada "kullanıcılar" olarak anılmaktadır.

Sebahat Tuncel	Bağımsız	http://www.twitter.com/tuncelsebahat
Gültan Kışanak	Bağımsız	http://www.twitter.com/bdpkisanak
Ayten Kayalıoğlu	CHP	http://www.twitter.com/akayalioglu
Gürsel Tekin	CHP	http://www.twitter.com/gurseltekin34
Kemal Kılıçdaroğlu	CHP	http://www.twitter.com/kilicdarogluk
Sezgin Tanrikulu	CHP	http://www.twitter.com/MSTanrikulu
Sencer Ayata	CHP	http://www.twitter.com/sencerayata
Mustafa Ali Balbay	CHP	http://www.twitter.com/mbalbay35
Cem Seymen	CHP	http://www.twitter.com/cemseymen
Yusuf Günay	MHP	http://www.twitter.com/Yusuf_Gunay
Tunca Toskay	MHP	http://www.twitter.com/tuncatoskay
Devlet Bahçeli	MHP	http://www.twitter.com/dbdevletbahceli
Ruhsar Demirel	MHP	http://www.twitter.com/ruhsardemirel
Zühal Topçu	MHP	http://www.twitter.com/profzuhaltopcu
Ömer Lütfi Kanburoğlu	MHP	http://www.twitter.com/omerkanburoglu

Bu hesaplardan örneklem döneminde (1 Nisan - 30 Haziran 2011) gönderilen tweetlerin sayısı ve dağılımı ise Şekil 36'daki gibidir:

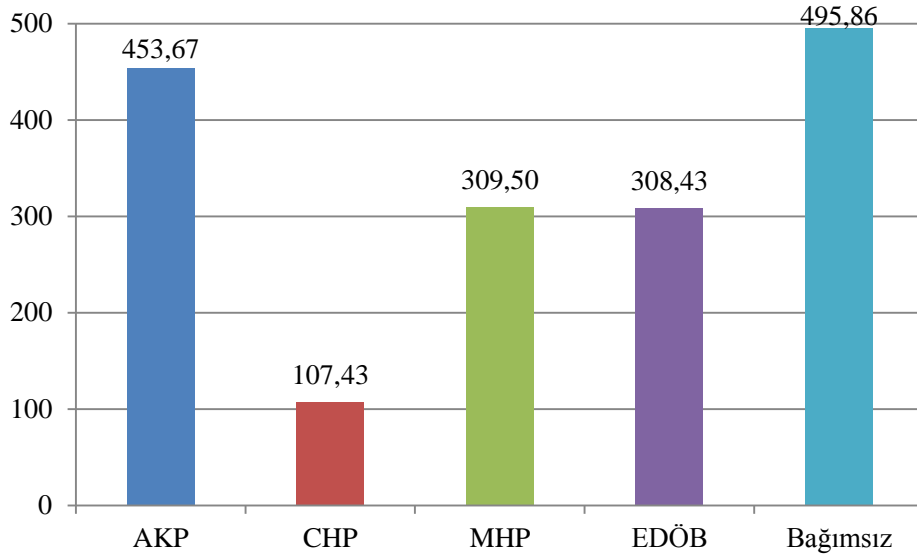
Şekil 36. Örneklem Tweet Sayıları



Örneklem içindeki en yüksek pay AKP'ye aittir. İktidar partisini sırasıyla Bağımsız adaylar, EDÖB, MHP ve CHP takip etmiştir.

Şekil 37'de görüldüğü üzere, örneklemde yer alan hesaplar arasında Twitter'ı en yoğun kullanan grup, hesap başına ortalama 496 tweet ile Bağımsız adaylar olmuştur. Aynı sayı AKP için 454, MHP için 310, CHP için 107, EDÖB adayları için ise 308'dir.

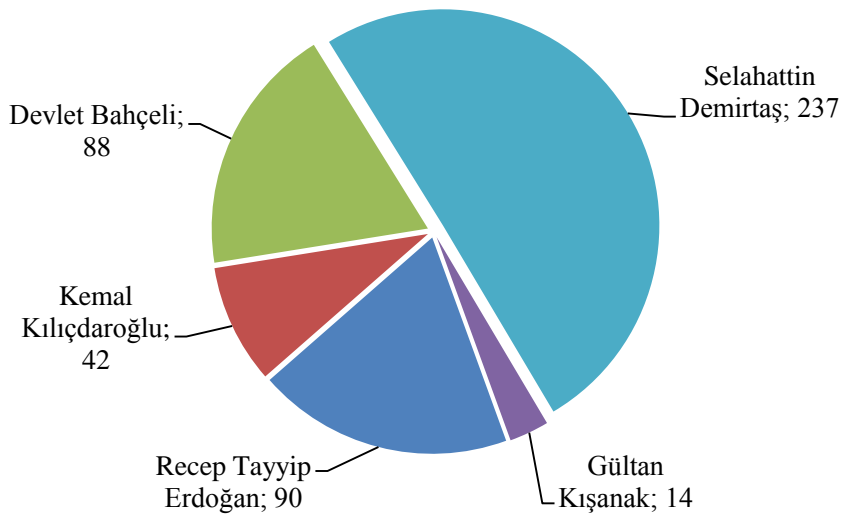
Şekil 37. Hesaplardaki Ortalama Tweet Sayısı



Bağımsız adaylardan sonra en yoğun kullanım AKP'li kullanıcılar tarafından gerçekleştirilmiştir. Bağımsız adaylar ve AKP'li kullanıcılar ile diğer partilere ait hesapların kullanım yoğunluğu arasında belirgin bir fark görülmektedir. MHP ile EDÖB yaklaşık ortalamaya sahiptir. CHP'nin tweet sayısı diğerlerine kıyasla oldukça düşüktür.

Liderlerin hesaplarından gönderilen tweet sayıları ise Şekil 38'de görülmektedir.

Şekil 38. Liderlerin Tweet Sayıları



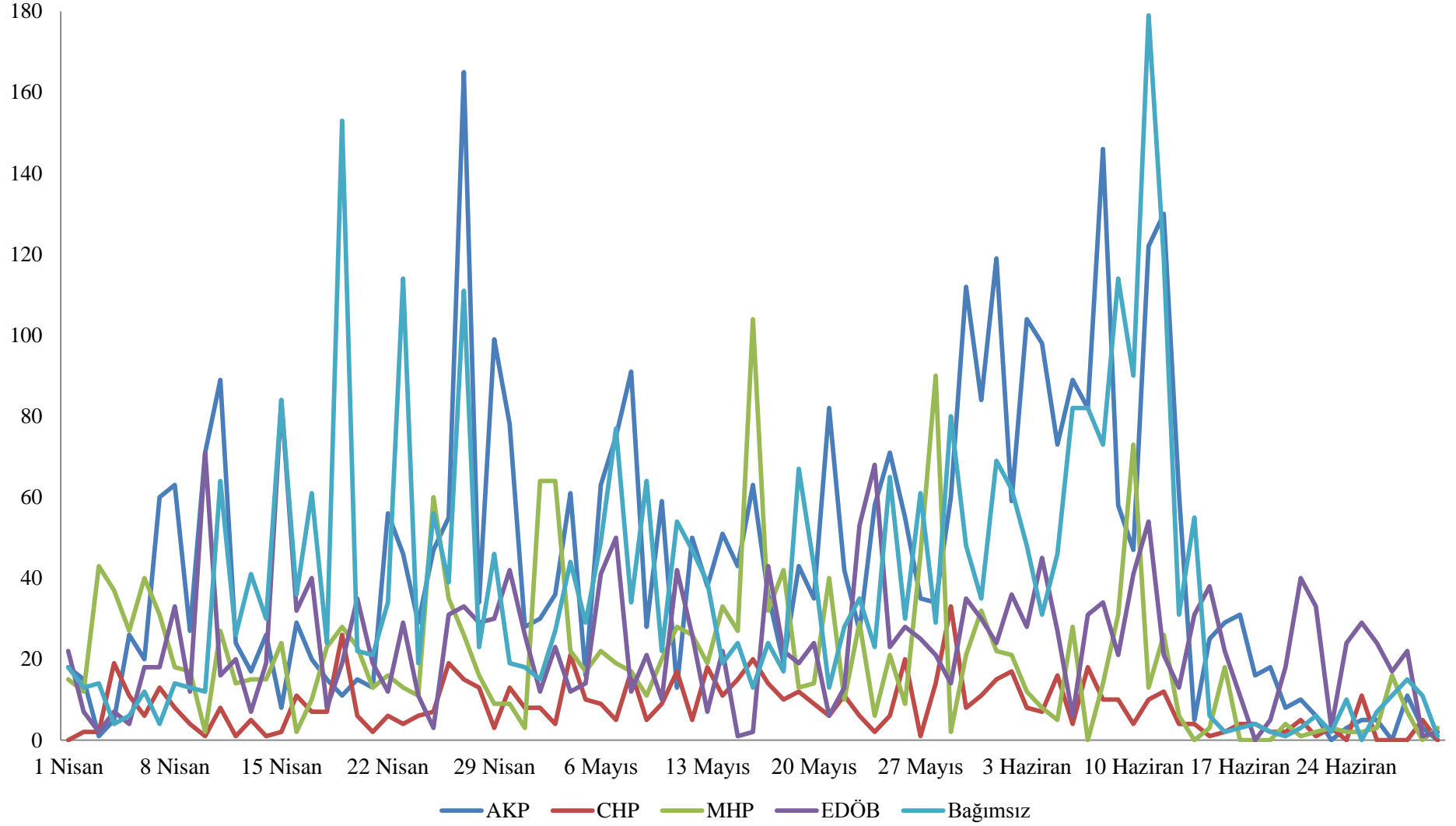
Parti liderlerinin (genel başkan veya eş başkan) tweet sayılarına bakıldığında, en çok tweeti Selahattin Demirtaş'ın (237) gönderdiği görülmektedir. Recep Tayyip Erdoğan (90) ile Devlet

Bahçeli'nin (88) örneklem dönemindeki tweet sayıları yakındır. Kemal Kılıçdaroğlu 42, Gültan Kışanak 14 tweetle örneklemde yer almıştır.⁸⁹

İncelenen hesaplar, günlük olarak gönderilen tweetler bakımından değerlendirildiğinde, aşağıdaki grafik ortaya çıkmıştır (Şekil 39).

⁸⁹ Gültan Kışanak'ın örnekleme giren dönemde gönderdiği tweetlerin sayısının çok düşük olduğu, araştırmanın geri kalanında liderlerle ilgili veriler okunurken göz önünde bulundurulmalıdır.

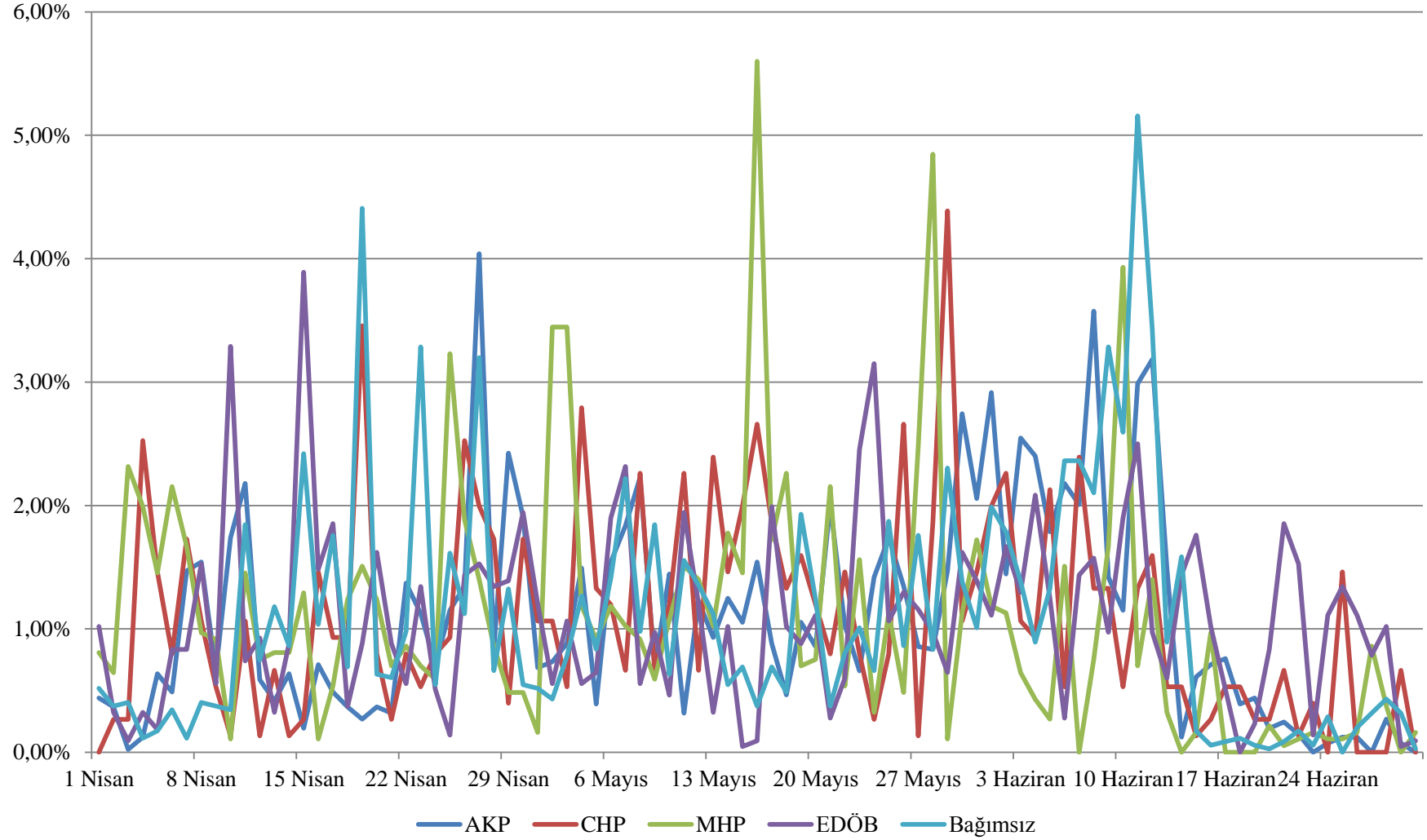
Şekil 39. Partiler Bazında Günlük Tweet Sayıları



Bir gün içinde 100'n üzerinde tweet gönderen gruplar gruplar, MHP, AKP ve bağımsız adaylar olmuştur. EDB ve CHP'nin ise 100'n üzerinde tweet gönderdiği herhangi bir gün bulunmamaktadır. Bu noktada, rneklemedeki CHP hesaplarından diğerlerine kıyasla düşük sayıda (752) tweet gönderilmiş olduğu yeniden belirtilmelidir.

Bu grafiğin oransal değerler bazındaki formu Şekil 40'da görülebilir.

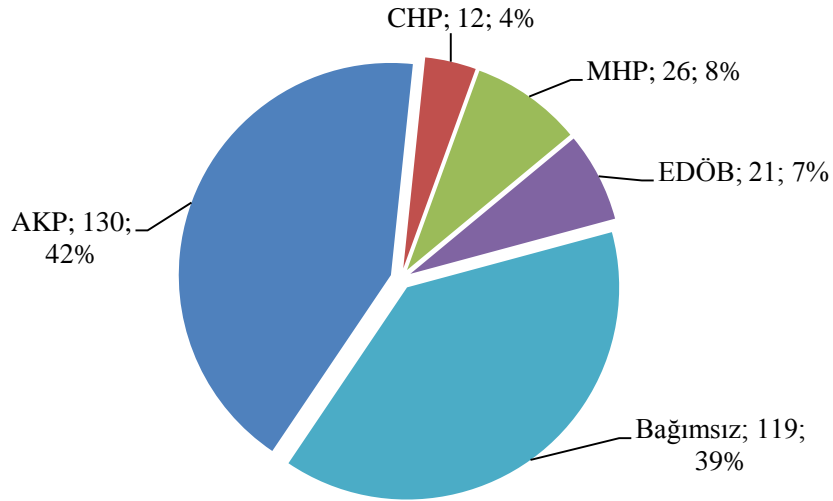
Şekil 40. Partiler Bazında Günlük Tweet Oranları



Tarihler, grupların kendi içindeki tweet gönderim yoğunluklarına göre incelendiğinde, AKP'nin 27 Nisan ve 8 Haziran 2011, CHP'nin 19 Nisan ve 25 Mayıs 2011, MHP'nin 25 Nisan, 2, 3, 16, 28 Mayıs ve 10 Haziran 2011, EDÖB adaylarının 10 ve 15 Nisan 2011 ile 24 Mayıs 2011, bağımsız adayların ise en çok 19 ve 23 Nisan 2011 ile 11 ve 12 Haziran 2011 tarihinde tweet göndermiş oldukları görülmüştür.

Genel seçimin yapıldığı 12 Haziran 2011 tarihindeki tweet sayıları Şekil 41'de verilmiştir.

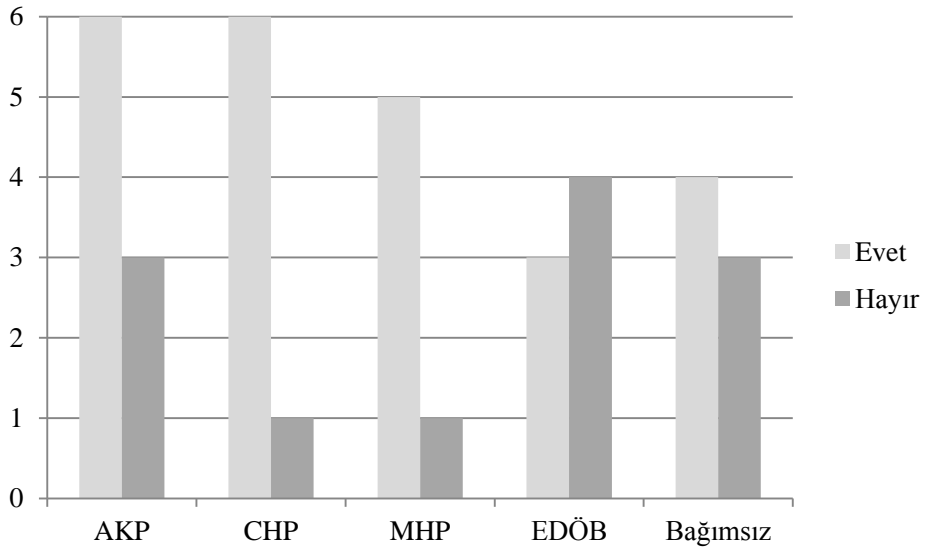
Şekil 41. 12 Haziran Tweet Sayıları



12 Haziran'da Twitter'ı en yoğun kullanan parti, 130 tweet ile AKP olmuştur. Bu sonuçta, AKP'nin seçimleri kazanan parti olmasının da etkisi bulunmaktadır. AKP'yi 119 tweet ile bağımsız adaylar izlemiştir. Diğer grupların seçim günü gönderdikleri tweet sayıları ise MHP'de 26, EDÖB'de 21, CHP'de 12'dir.

İncelenen kullanıcıların Twitter arayüzünü kullanımı ile ilgili ayrıntılar, ilk olarak hesap sahibiyle ilgili olarak paylaşılan bilgiler düzeyinde incelenmiştir. Bu bilgiler, yer ya da şehir bilgisi, unvan, kişisel bilgiler, meslek, parti içi görev bilgileri ve kendisine ait Twitter dışındaki web bağlantıları ile Türkçe dışında herhangi bir dilde içerik barındırıp barındırmadığıdır.

Şekil 42. Şehir Bilgisi

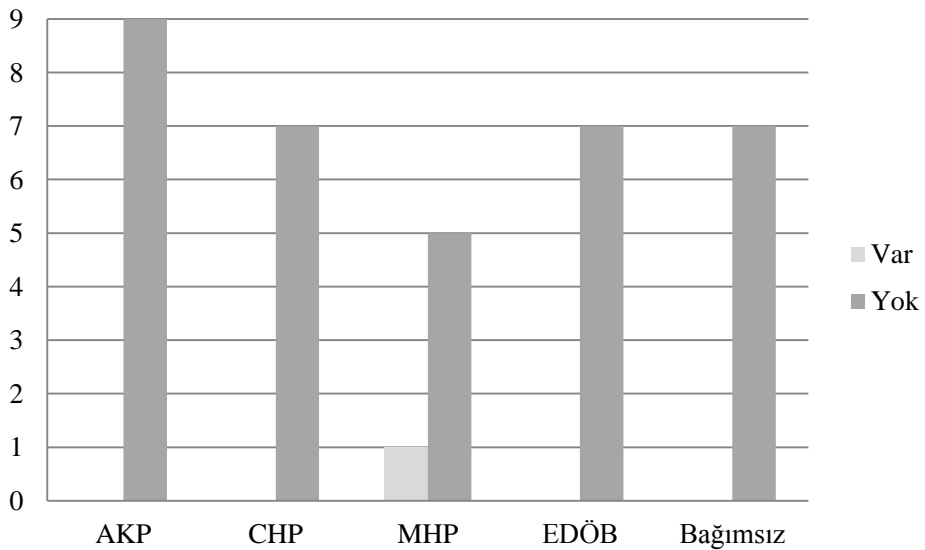


İncelenen hesaplarda, kullanıcıların büyük çoğunluğunun hangi il ile bağlantılı olduklarını Twitter hesaplarında yazılı olarak belirttiği görülmüştür (Şekil 42). EDÖB adaylarında ve bağımsız adaylarda şehir bilgisini paylaşanlarla paylaşmayanların sayısı benzerdir.

Siyasi parti liderlerinin hesaplarına bakıldığında, AKP, CHP ve MHP liderlerinin, Twitter hesap bilgileri arasında şehir bilgisini paylaştığı görülmektedir. BDP Eş Başkanları Selahattin Demirtaş ve Gültan Kışanak ise Twitter hesaplarında şehir bilgisini paylaşma açmamışlardır.

Unvan bilgisinde ise daha farklı bir görünüm ortaya çıkmıştır (Şekil 43).

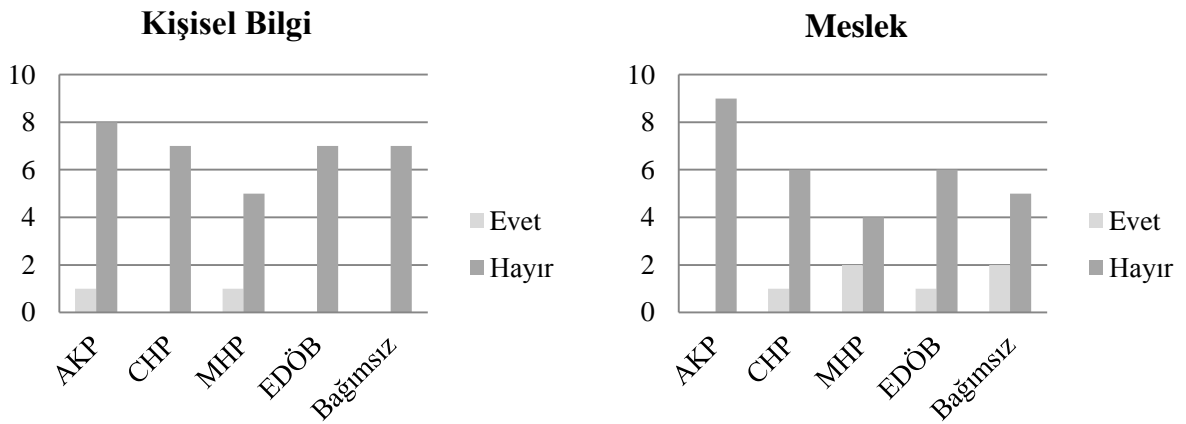
Şekil 43. Unvan Bilgisi



İncelenen hesaplarda kullanıcıların doktor, avukat, profesör gibi unvan belirten bilgileri genellikle paylaşmadığı görülmüştür. Yalnızca MHP’den Zuhal Topçu, adını “Prof. Dr. Zuhal Topçu” olarak kaydetmiş ve böylelikle unvan bilgisini Twitter hesabında belirtmiştir. Parti liderlerinin hiçbiri, herhangi bir unvan belirtmemiştir.

Parti farkı olmaksızın, seçim sürecinde Twitter kullanıcılarının, medeni hali, çocuk sayısı ya da eşi ile ilgili kişisel bilgileri ve meslek bilgisini, doğrudan hesaplarındaki tanımlayıcı bölümde paylaşma açmadıkları görülmüştür (Şekil 44).

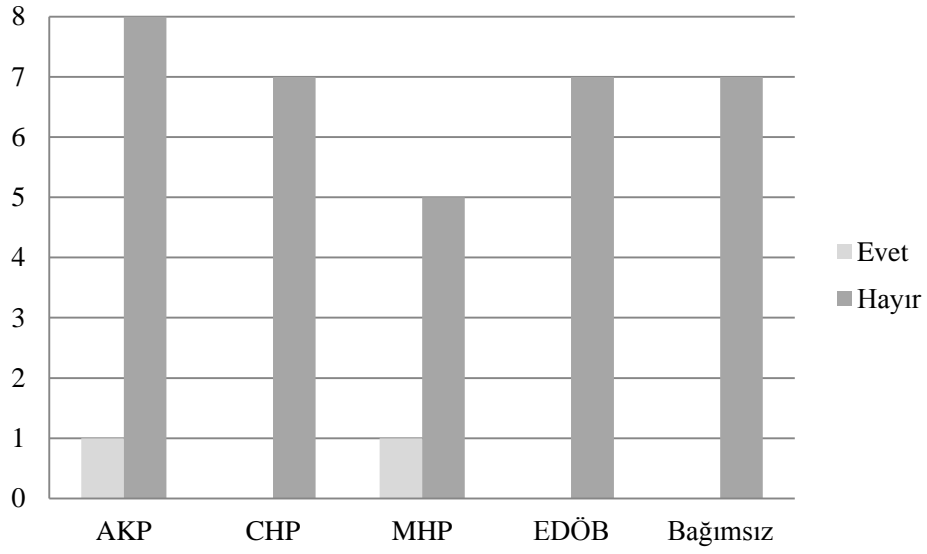
Şekil 44. Kişisel Bilgi ve Meslek



Kişisel bilgilerini paylaşma açan AKP adayı Hüseyin Çelik, doğum tarihini ve yerini hesabında paylaşırken, MHP adayı Zuhal Topçu, iki çocuk annesi olduğunu belirtmiştir. Mesleklerinin ne olduğunu paylaşan kullanıcılar ve kullandıkları ifadeler şu şekildedir: CHP’den Mustafa Balbay, “Gazeteci, Yazar”; MHP’den Ömer Kanburoğlu, “Journalist, author, columnist” (Türkçe: Gazeteci, yazar, köşe yazarı), yine MHP’den Zuhal Topçu “Akademisyen” ve EDÖB adayı Hasip Kaplan ise “hukukçu-yazar” ifadesini kullanmıştır. Ömer Kanburoğlu’nun mesleğiyle ilgili bilgiyi İngilizce olarak paylaşması ilgi çekicidir. Meslek bilgisini paylaşan bağımsız adaylara bakıldığında, Özgür Akın’ın “Bilgisayar Yüksek Mühendisi” Hulki Cevizoğlu’nun ise “Gazeteci, televizyoncu, yazar”, ifadelerini kullandıkları görülmektedir. Mesleklerini, Twitter hesaplarındaki genel bilgiler arasında bulunduran kullanıcıların çoğunlukla basınla bağlantılı mesleklere sahip olduğu fark edilmektedir. Bir diğer fark edilebilir nokta, parti liderlerinin herhangi bir kişisel bilgiyi paylaşmadığıdır.

Twitter hesabında, hesap sahibiyle ilgili tanımlayıcı bilgiler arasında Türkçe dışında herhangi bir dilde içeriğe yer veren aday sayısı yalnızca ikidir (Şekil 45).

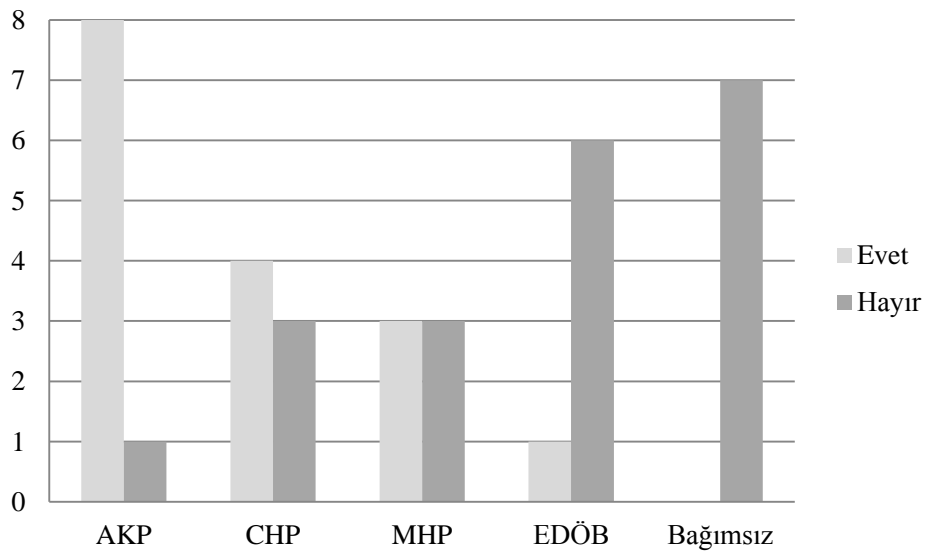
Şekil 45. Türkçe Dışı İçerik



Hesap bilgileri arasında Türkçe dışında bir içeriğe yer veren AKP'li kullanıcı, Recep Tayyip Erdoğan; MHP'li kullanıcı ise Ömer Kanburoğlu'dur. Her iki kullanıcının da Türkçe dışında kullandığı dil İngilizce olmuştur. Diğer taraftan seçimlere EDÖB adayları olarak katılan BDP adaylarının, hesaplarındaki tanımlayıcı bilgiler arasında Kürtçe kullanmamış olduğu da saptanmıştır.

Aşağıdaki grafikte, parti içindeki görevini Twitter hesabının tanımlayıcı bölümünde belirten kullanıcı sayısı yer almaktadır (Şekil 46).

Şekil 46. Parti İçi Görev



AKP’de yüksek olduğu gözlenen oran, CHP ve MHP’de yaklaşık yarı yarıyadır. EDÖB ve Bağımsız adaylarda ise parti içi görev bilgisi paylaşılmamıştır. Söz konusu bilgiyi paylaşan kullanıcılar ve belirttikleri görev tanımları ise şu şekildedir (Tablo 17).

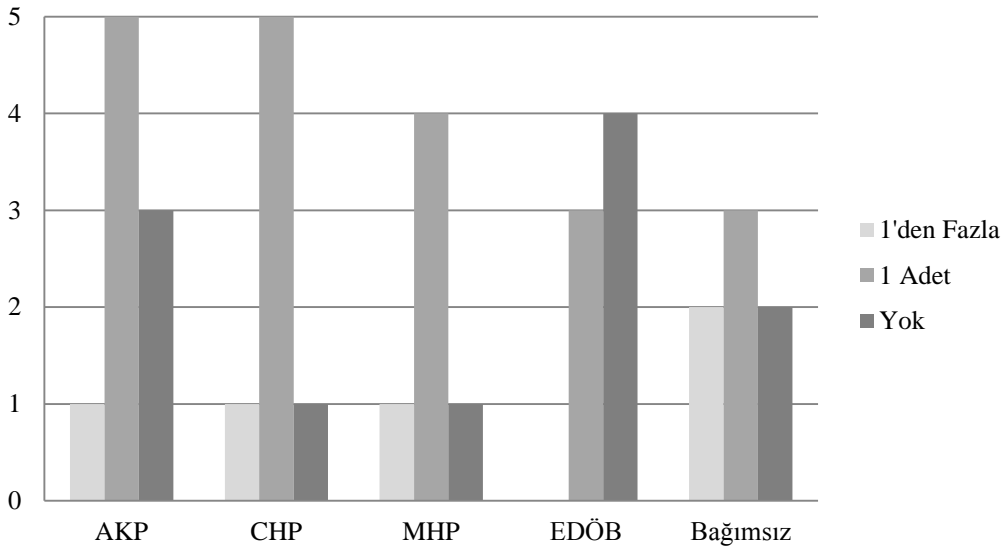
Tablo 17. *Kullanıcılar ve Görev Tanımları*

Parti	Kullanıcı	Parti İçindeki Görev ⁹⁰
AKP	Abdülkadir Aksu	Ak Parti Genel Başkan Yardımcısı
AKP	Ekrem Erdem	Adalet ve Kalkınma Partisi Genel Başkan Yardımcısı
AKP	Hüseyin Çelik	AK Parti Genel Başkan Yardımcısı ve Parti Sözcüsüyüm.
AKP	Mahir Ünal	MKYK Üyesi
AKP	Mustafa Elitaş	Akparti Grup Başkanvekili
AKP	Recep Tayyip Erdoğan	Adalet ve Kalkınma Partisi Genel Başkanı
AKP	Salih Kapusuz	AK Parti Genel Başkan Yardımcısı, Halkla İlişkiler Başkanı
AKP	Zelkif Kazdal	Ak Parti Genel Başkan Yardımcısı
CHP	Kemal Kilicdaroğlu	Cumhuriyet Halk Partisi Genel Başkanı
CHP	Sezgin Tanrikulu	Cumhuriyet Halk Partisi İnsan Hakları Genel Başkan Yardımcısı
CHP	Sencer Ayata	Genel Başkan Yardımcısı
CHP	Ayten Kayalıoğlu	Cumhuriyet Halk Partisi Halkla İlişkilerden Sorumlu Genel Başkan Yardımcısı
MHP	Devlet Bahçeli	Milliyetçi Hareket Partisi Genel Başkanı
MHP	Ruhsar Demirel	MHP Genel Başkan Yardımcısı
MHP	Tunca Toskay	MHP Gen. Bşk. Yrd.
BDP	Selahattin Demirtaş	Barış ve Demokrasi Partisi Eş Genel Başkanı

Kullanıcıların, Twitter dışındaki çevrimiçi varlıklarıyla ilgili olarak bağlantı adresi paylaşımı oldukça yaygındır (Şekil 47). Bu bağlantı adresleri, Facebook gibi bir diğer uygulamaya ait olabildiği gibi, adayın kişisel web sitesine de yönlendirebilmektedir.

⁹⁰ İncelenen hesaplardan doğrudan alıntılanmıştır.

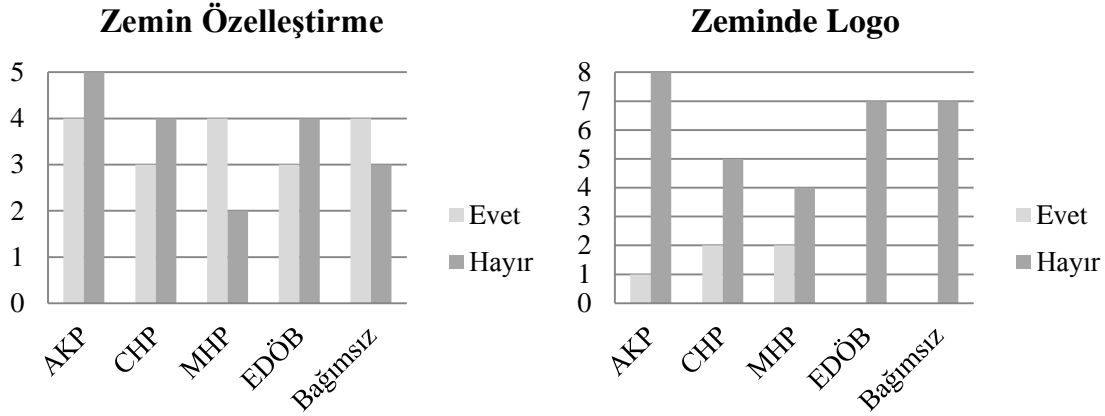
Şekil 47. Web Bağlantıları



Pek çok kullanıcının, başka İnternet ortamlarıyla ilgili bağlantı adresi paylaştığı görülmüştür. Hatta bazı kullanıcılar, birden çok bağlantı adresini, Twitter hesaplarındaki tanımlayıcı bilgiler arasında bulundurmaktadır. Böylelikle hem Twitter hesaplarının, gerçekten o kişiye ait olduğunu ifade etmekte, hem de bağlantı adresi paylaşılan diğer uygulamanın da, söz konusu kullanıcıya ait resmi bir kanal olduğunu belirtmektedir. Liderlerin paylaştığı web bağlantıları incelendiğinde, Kemal Kılıçdaroğlu, Devlet Bahçeli, Selahattin Demirtaş ve Gültan Kışanak'ın, bağlı buldukları partinin web sitelerine bağlantı verdikleri görülmüştür. Recep Tayyip Erdoğan ise kişisel web sitesi olan www.rte.gen.tr adresine ve Facebook sayfasına bağlantı vermiştir.

Twitter sayfasında görüntülenen zemin deseni, varsayılan desenden değiştirilebilmekte, hesap sahibi tarafından özelleştirilebilmektedir. Hesap zeminlerini özelleştiren kullanıcılar ile özelleştirmeyen kullanıcıların sayılarının hemen hemen aynı olduğu söylenebilmektedir (Şekil 48).

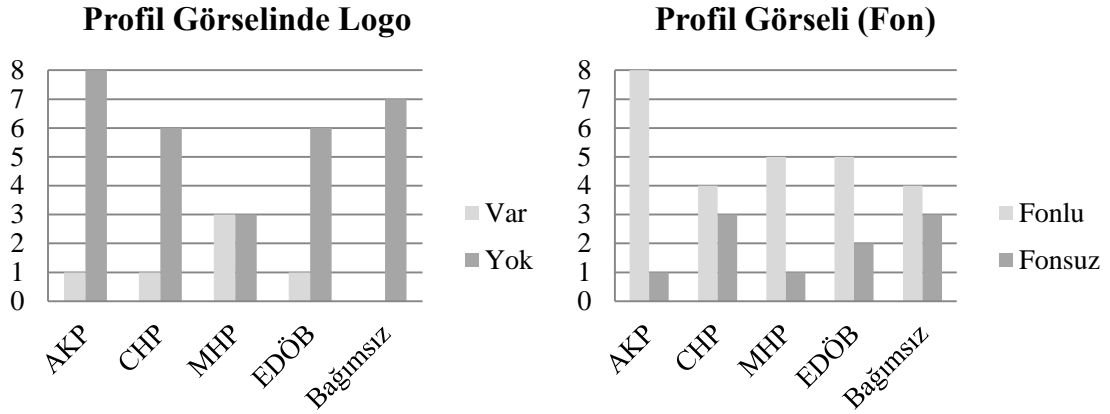
Şekil 48. Zemin Özelleştirme ve Zeminde Logo



Liderlerin hesapları incelendiğinde, tüm parti liderlerinin Twitter hesaplarındaki zeminleri özelleştirdiği görülmüştür. Özellikle seçim kampanyası döneminde, görsel olarak akılda kalacak bir zemin kullanmak, kampanya çalışmaları kapsamında çeşitli avantajlar yaratmaktadır. Diğer taraftan, Twitter'daki hesaplarının zeminini özelleştiren kullanıcıların da ciddi bir kısmının, özelleştirerek kullandıkları zeminde partilerine ait logo ve/veya amblemi çoğunlukla kullanmadıkları gözlenmiştir (Şekil 13). BDP Eş Başkanları Selahattin Demirtaş ve Gültan Kışanak ile AKP Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın, özelleştirdikleri Twitter zemininde parti logolarına yer vermemiş olduğu, CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu ve MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin ise hesaplarında partilerinin logosunu bulundurmaya tercih ettiği görülmüştür. Seçime EDÖB adayları olarak katılan adaylar için bu durum olağan görülebilmektedir. Ancak, bir parti ile seçime katılacak adaylardan, özellikle Twitter zeminini özelleştirenlerin, özelleştirdikleri fonda parti logo ve/veya amblemine yer vermemiş olması, ciddi bir tanıtım/propaganda aracını görmezden geldiklerini ortaya koymaktadır.

Twitter hesabına ait sayfada parti logosu veya amblemi kullanımının düşüklüğü, bir diğer görsel alan olan profil görselinde de ortaya çıkmaktadır. İncelenen tüm kullanıcılar, Twitter'da varsayılan (yumurta şeklinde olan) görseli değiştirmiş olmalarına karşın, bu kullanıcıların çok büyük bir kısmı, profil görselinde ilişkili oldukları partinin logo veya amblemine yer vermemiştir (Şekil 49).

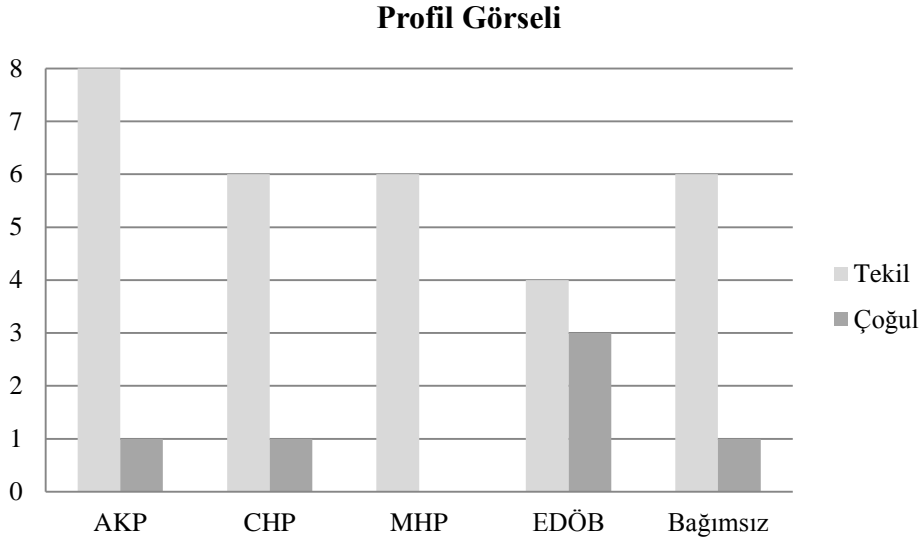
Şekil 49. Profil Görselinde Logo ve Profil Görseli (Fon)



Diğer taraftan, profil görsellerinde kullanıcıların çok büyük bir kısmının, kendilerini temsil eden herhangi bir fotoğraf kullanmak yerine çeşitli fonların önünde kendilerini temsil ettiği görülmüştür. Burada “fon”, adayın katıldığı bir toplantı veya yaptığı bir konuşma sırasında çekilmiş bir fotoğrafta, arkaplanda olan ve adayın bulunduğu ortamla ilgili fikir veren bir zemin olarak tanımlanmaktadır. CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu dışındaki tüm liderler, profil görsellerinde fon kullanmayı tercih etmişlerdir. Profil görselinde parti logosuna yer veren liderler ise CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu, MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli ve BDP Eş Başkanı Selahattin Demirtaş'tır.

Profil görselinde temsil edilen kişi sayısı incelendiğinde, araştırma kapsamında incelenen kullanıcıların hesaplarında, kullanıcıların çok büyük bir kısmının tek başlarına temsil edildiği görülmektedir (Şekil 50).

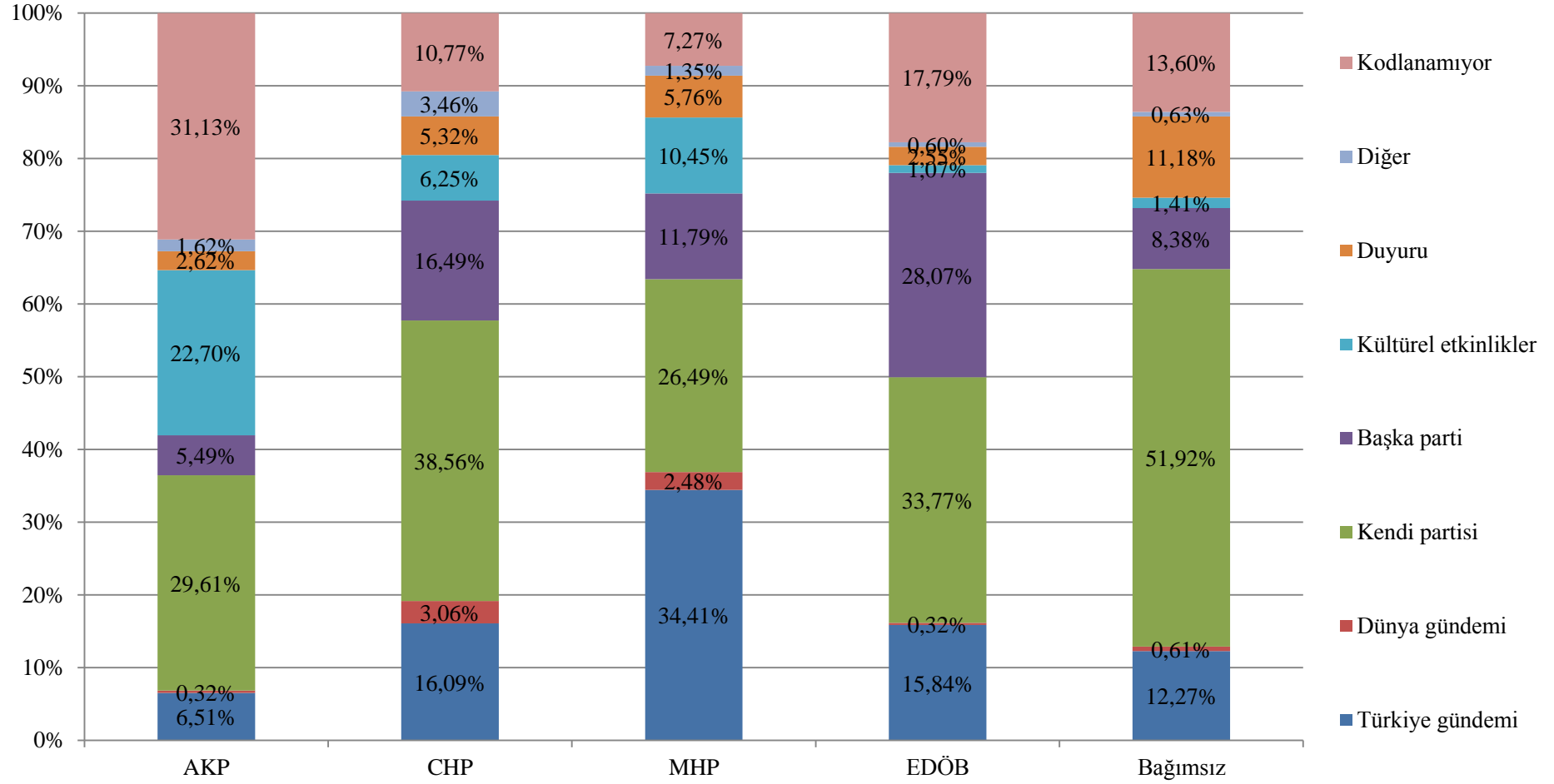
Şekil 50. Profil Görself



Kullanıcının başkalarıyla (örneğin miting alanındayken, katılımcılarla birlikte vb.) temsil edildiği profil görsellerinin sayısı MHP’de hiç yoktur, AKP ve CHP ile bağımsız adaylarda yalnızca birer hesapta bulunmaktadır. Farklı kişilerle bir arada temsil, EDÖB adaylarında ise tek başına temsil edilen hesap sayısına çok yakın sayıda bulunarak sayıca diğer partilerden daha fazladır. Çok kişi ile temsil edilen profil görseli kullanan kullanıcılar, AKP’de Zelkif Kazdal, CHP’de Ayten Kayalıoğlu, EDÖB adaylarında Gültan Kışanak, Sırrı Sakık ve Sebahat Tuncel, bağımsız adaylarda ise Murat Hazinedar’dır.

Aşağıda tweetlerin temaya göre dağılımları verilmiştir. Şekil 51’de görüldüğü gibi, neredeyse partili tüm kullanıcıların tweetlerinde en çok tercih ettikleri tema “Kendi partisi”dir.

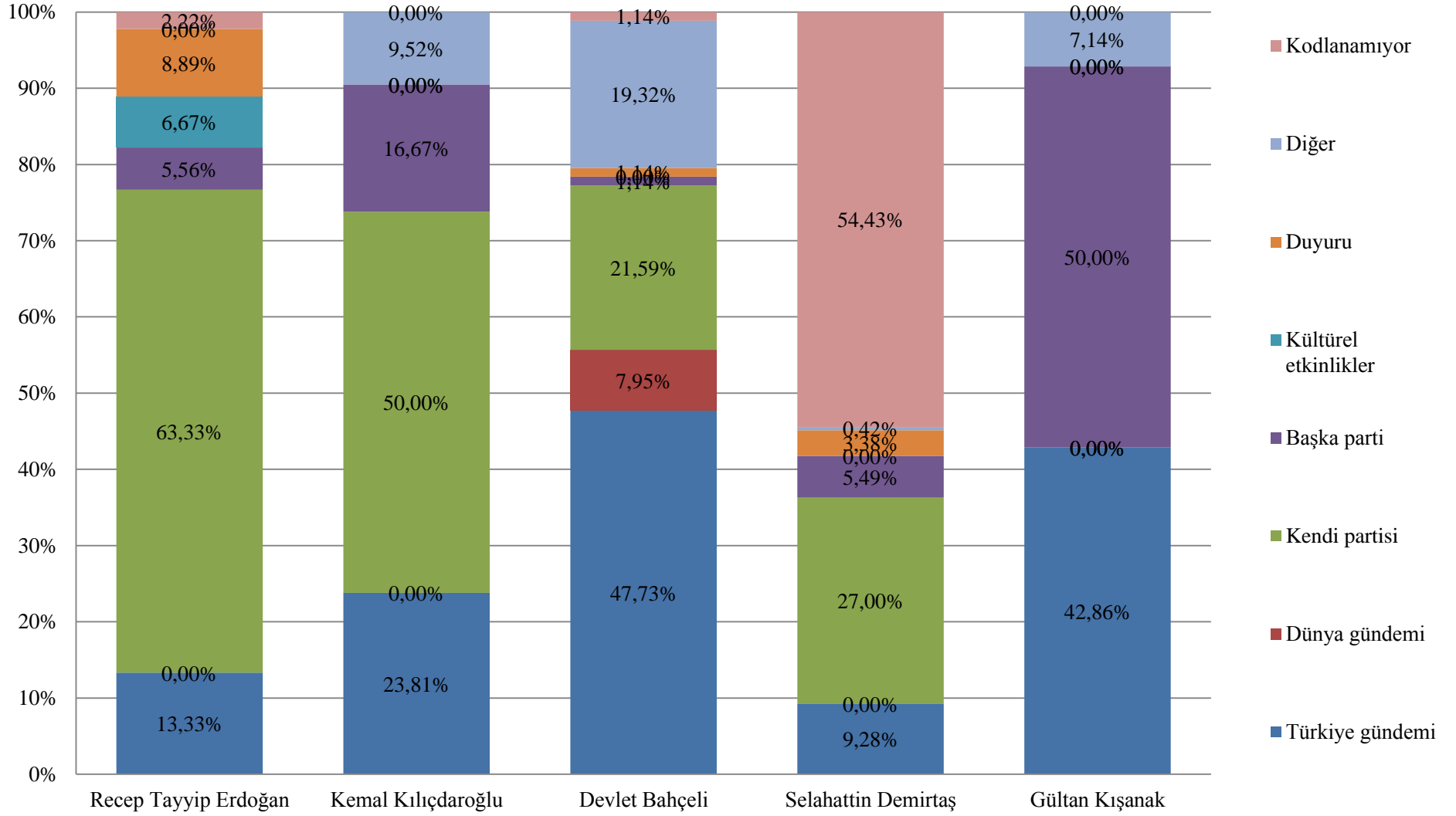
Şekil 51. Tweetin Teması



AKP tweetlerinin %6,51'i (1209), CHP tweetlerinin %38,56'sı (290), MHP tweetlerinin %26,49'u (492), EDÖB tweetlerinin %33,77'si (729) ve bağımsız adayların tweetlerinin %51,92'si (1802), kullanıcıların kendi partileriyle ilgili tweetlerden oluşmaktadır. Dünya gündemi ile ilgili olarak gönderilen tweetlerin sayısı tüm gruplarda çok azdır. Dünya gündemini değerlendiren tweetler, AKP için %0,32 (13), CHP için %3,06 (23), MHP için %2,48 (46), EDÖB için %0,32 (7) ve bağımsız adaylar için %0,61 (21) oranındadır. Türkiye gündemi ile ilgili değerlendirmeler ise MHP'nin tweetlerinde belirgin biçimde çoktur. MHP tweetlerinin %34,41'i (639) Türkiye gündemiyle ilgilidir. Diğer parti veya siyasi rakipleri konu alan tweetler ise AKP'de %5,49 (224), CHP'de %16,49 (124), MHP'de %11,79 (219), EDÖB'de %28,07 (606) ve bağımsız adaylarda %8,38 (291) şeklindedir. Kültürel etkinliklere bakıldığında Twitter hesaplarını, bu temayla ilgili olarak en yoğun kullanan parti AKP olmuştur. AKP'nin tweetlerinin %22,70'i (927) kültürel etkinliklerle ilgilidir. Diğer partilerde ise kültürel etkinliklerle ilgili tweet oranı, CHP'de %6,25 (47), MHP'de %10,45 (194), EDÖB'de %1,07 (23) ve bağımsız adaylarda %1,41 (49) şeklindedir. Twitter'ın kampanya süresince duyuru amacıyla kullanımı ise tüm parti ve gruplarda oldukça düşüktür. AKP'nin duyuru amaçlı tweetlerinin oranı %2,62 (107), CHP'nin %5,32 (40), MHP'nin %5,76 (107), EDÖB'ün %2,55 (55) ve bağımsız adayların %11,18'idir (388). “Kodlanamıyor” seçeneği, noktalama işaretleriyle oluşturulan ifadeleri ve bağlantı adreslerini kapsamaktadır.

Parti liderlerinin tweetlerindeki tema dağılımına bakıldığında ise aşağıdaki grafik ortaya çıkmaktadır (Şekil 52).

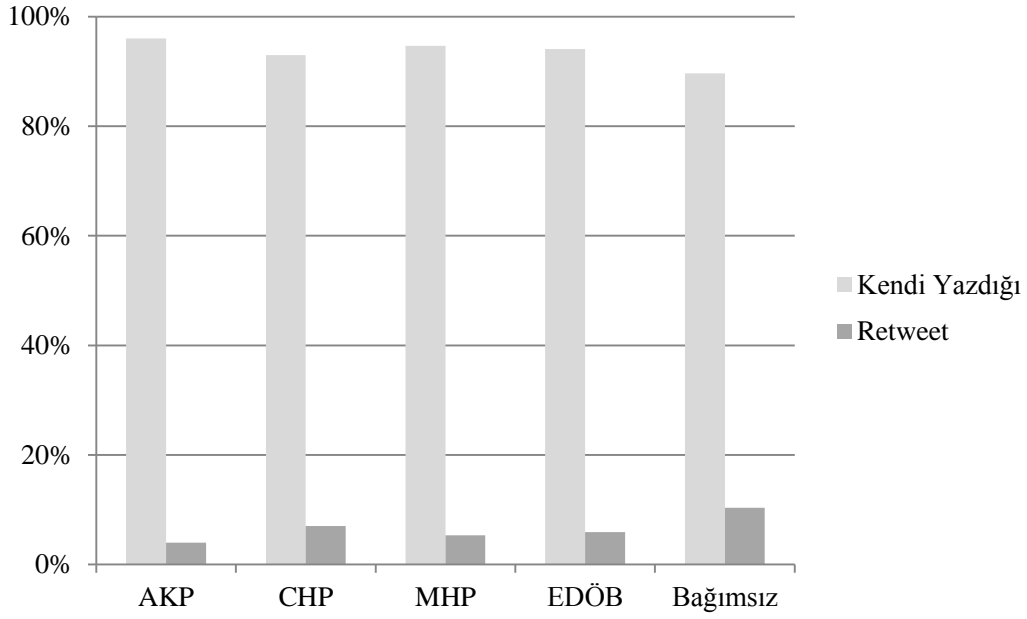
Şekil 52. Liderlerin Tweet Temaları



Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun tweetlerinde en çok kullanılan tema, "kendi partisi" olmuştur. "Kendi partisi" temasına sahip tweetlerin oranı Recep Tayyip Erdoğan'da %63,33 (57), Kemal Kılıçdaroğlu'nda %50 (21), Selahattin Demirtaş'ta %27 (64) ve Devlet Bahçeli'de %21,59 (19)'dur. Devlet Bahçeli'nin en çok kullandığı tema ise %47,73 (42) "Türkiye gündemi" olmuştur. Türkiye gündemi, farklı oranlarda olmakla birlikte tüm liderlerin tweetlerinde kullandığı bir temadır. Kemal Kılıçdaroğlu'nun tweetlerinin %23,81'i (10), Recep Tayyip Erdoğan'ın tweetlerinin %13,33'ü (12), Selahattin Demirtaş'ın tweetlerinin %9,28'i (22) ve Gülten Kışanak'ın tweetlerinin %42,86'sı (6) Türkiye gündemi temalıdır. Dünya gündemine tweetlerinde yer vermiş tek lider ise %7,95 (7) ile Devlet Bahçeli olmuştur. Başka parti temalı tweetlere bakıldığında, Recep Tayyip Erdoğan'ın tweetlerinin %5,56'sı (5), Kemal Kılıçdaroğlu'nun tweetlerinin %16,67'si (7), Devlet Bahçeli'nin tweetlerinin %1,14'ü (1), Selahattin Demirtaş'ın tweetlerinin %5,49'u (13) ve Gülten Kışanak'ın tweetlerinin %50'si (7) "başka parti" temasına sahiptir. "Kültürel etkinlikler" temasına sahip tweeti bulunan tek lider Recep Tayyip Erdoğan'dır. Erdoğan'ın tweetlerinin %6,67'si (6) bu temaya sahiptir. Twitter'ın duyuru amacıyla kullanılmasına yönelik tweetler incelendiğinde ise, Recep Tayyip Erdoğan'ın tweetlerinin %8,89'unun (8), Selahattin Demirtaş'ın tweetlerinin %3,38'inin (8) ve Devlet Bahçeli'nin tweetlerinin %1,14'ünün (1) duyuru temalı olduğu görülmüştür.

Tüm gruplarda, tweetler çoğunlukla hesap sahibi tarafından yazılmışlardır. Aynı partiden başka bir aday ya da seçmenlerden gelen tweetlerin yeniden paylaşılması, diğer bir deyişle dolaşıma sokulması ise pek yaygın gözükmemektedir (Şekil 53).

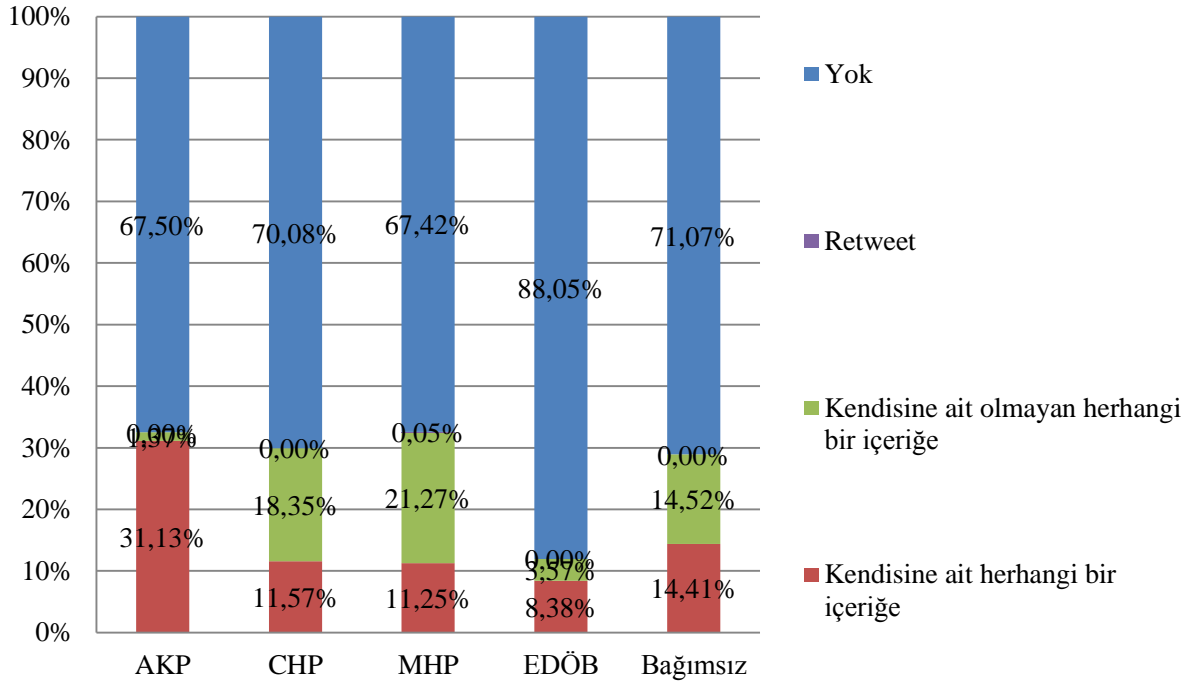
Şekil 53. Retweet Oranları



Retweet oranları, AKP, CHP, MHP, EDÖB ve bağımsız adaylar için sırasıyla %3,97 (162), %7,05 (53), %5,53 (99), %5,93 (128) ve %10,37 (360) şeklindedir. Liderlerin retweetlerine bakıldığında, Gültan Kışanak ve Devlet Bahçeli'nin hiç retweet göndermediği, Recep Tayyip Erdoğan'ın 1, Kemal Kılıçdaroğlu ve Selahattin Demirtaş'ın ise 2 retweetinin olduğu görülmüştür.

Bir yeni medya ortamı olan Twitter'ı kullanıcılar, tüm partilerde çoğunlukla herhangi bir bağlantı paylaşmaksızın yalnızca kendi sözlerini metin olarak iletmek amacıyla kullanmışlardır. AKP'li kullanıcıların tweetlerinin %67,50'sinde (2756), CHP'li kullanıcıların tweetlerinin %70,08'inde (527), MHP'li kullanıcıların tweetlerinin %67,42'sinde (1252), EDÖB adaylarının %88,05'inde (1901) ve bağımsız adayların tweetlerinin %71,07'sinde (2467) herhangi bir bağlantı adresi bulunmamaktadır (Şekil 54).

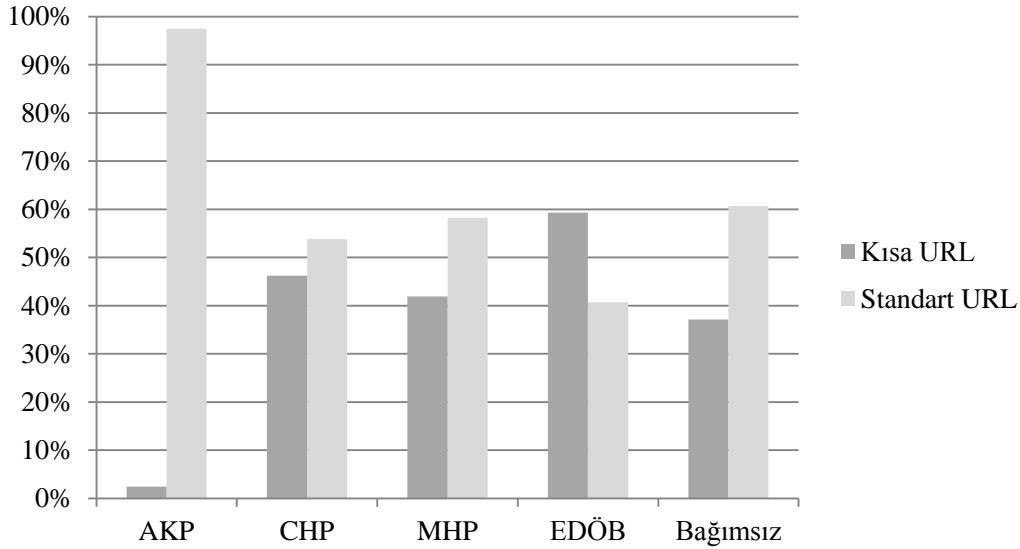
Şekil 54. Tweet İçinde Bağlantı Kullanımı



Diğer taraftan, kendilerine ait herhangi bir içeriğe yönlendiren bağlantı paylaşımı oranı %31,13 (1271) ile AKP’li kullanıcılarda en yüksek seviyededir. Bu oran CHP, MHP, EDÖB ve bağımsız adaylar için sırasıyla %11,57 (87), %11,25 (209), %8,38 (181) ve %14,41 (500) şeklindedir. Kullanıcıların kendilerine ait içerikleri, kişisel web sayfaları veya Facebook gibi diğer sosyal ağ uygulamalarındaki içerikleri tanımlamaktadır. Haber sitelerinde yer alan haberler gibi, içeriğin yaratıcısının söz konusu Twitter hesabını kullanan kullanıcıdan farklı olduğu içeriklere yönlendiren bağlantılar, “kendisine ait olmayan içerik” olarak tanımlanmıştır. Bu içeriklere yönelik bağlantı paylaşımı oranı, AKP, CHP, MHP, EDÖB ve bağımsız adaylar için sırasıyla %1,37 (56), %18,35 (138), %21,27 (395), %3,57 (77) ve %14,52 (504) şeklindedir. İçeriğin kime ait olduğuna bakılmaksızın bağlantı paylaşımı incelendiğinde, AKP tweetlerinin %32,50’si, CHP tweetlerinin %29,92’si, MHP tweetlerinin %32,58’i, EDÖB tweetlerinin %11,95’i ve bağımsız adayların tweetlerinin %28,93’ü bağlantı adresi içermektedir. Kullanıcıların gönderdiği retweetlerde ise, bir tweet dışında hiç bağlantı adresi bulunmamakta, yalnızca MHP’den bir kullanıcının (Tunca Toskay) gönderdiği bir retweette bağlantı adresi bulunmaktadır.

Kullanılan bağlantı adresleri (URL⁹¹) standart olarak veya kısaltılmış olarak paylaşılabilir. URL kısaltma, herhangi bir içeriğe daha kısa bir web adresi üzerinden ulaşmayı olanaklı kılmaktadır. Daha kısa URL kullanımının pek çok nedeni bulunmaktadır. Twitter'da kısa URL kullanmak ise, zaten her bir tweet için olan 140 karakter sınırlaması nedeniyle önemlidir.

Şekil 55. Kullanılan Bağlantı Adresleri

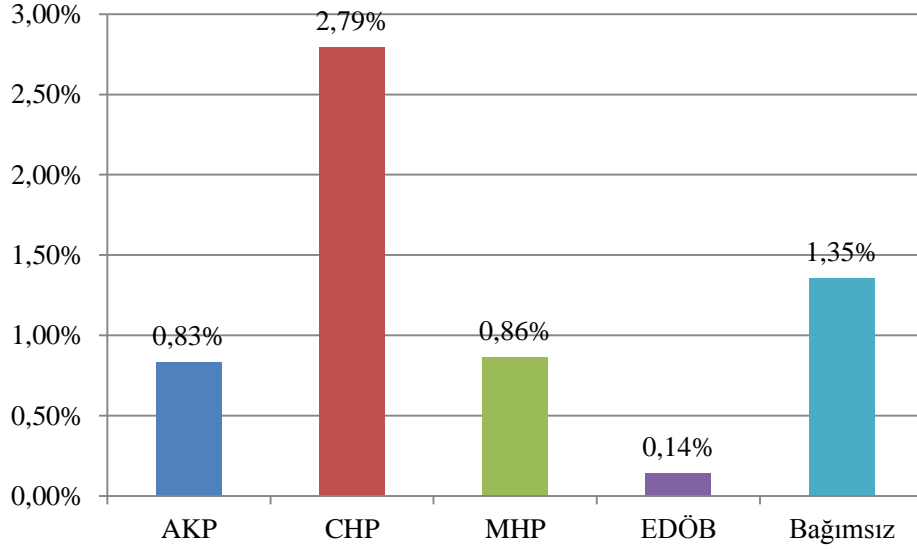


Tüm gruplarda, her iki URL tipinin de kullanıldığı görülmektedir (Şekil 55). CHP, MHP ve bağımsız adayların hesaplarında, standart bağlantı adresi kullanımı daha yaygın olmakla birlikte kısa bağlantı adresleri de yakın düzeylerde kullanılmıştır. AKP'de ise kullanılan bağlantı adreslerinin çok büyük bir kısmı standart bağlantı adresidir. AKP'nin kullandığı bağlantı adreslerinin yalnızca %2,49'u (33) kısa bağlantı adresidir. EDÖB hesaplarında, kısa bağlantı adresi kullanımı, standart bağlantı adresi kullanımına kıyasla daha fazladır. Bu bakımdan EDÖB, diğer gruplardan farklı bir sonuç ortaya koymuştur. Kampanya döneminde bağlantı adresi kullanmış kullanıcılardan, yalnızca kısa bağlantı adresi kullananlar (%100 oranında) Kemal Kılıçdaroğlu (24 tweette), Sezgin Tanrıkulu (5 tweette), Selahattin Demirtaş (1 tweette) ve Gültan Kışanak (1 tweette) şeklindedir.

⁹¹ URL (Uniform Resource Locator, Birörnek Kaynak Konumlayıcı, Tekdüzen Kaynak Bulucu): Yaygın olarak web adresi şeklinde anılmaktadır.

Hashtag kullanım oranı %2,79 (21) ile en yüksek oranda CHP hesaplarında olmuştur (Şekil 56). Diğer gruplara ait hesaplara bakıldığında, hashtag kullanımı AKP’de 34 tweette, MHP’de 16 tweette, EDÖB’de 3 ve bağımsız adaylarda 50 tweette görülmüştür.

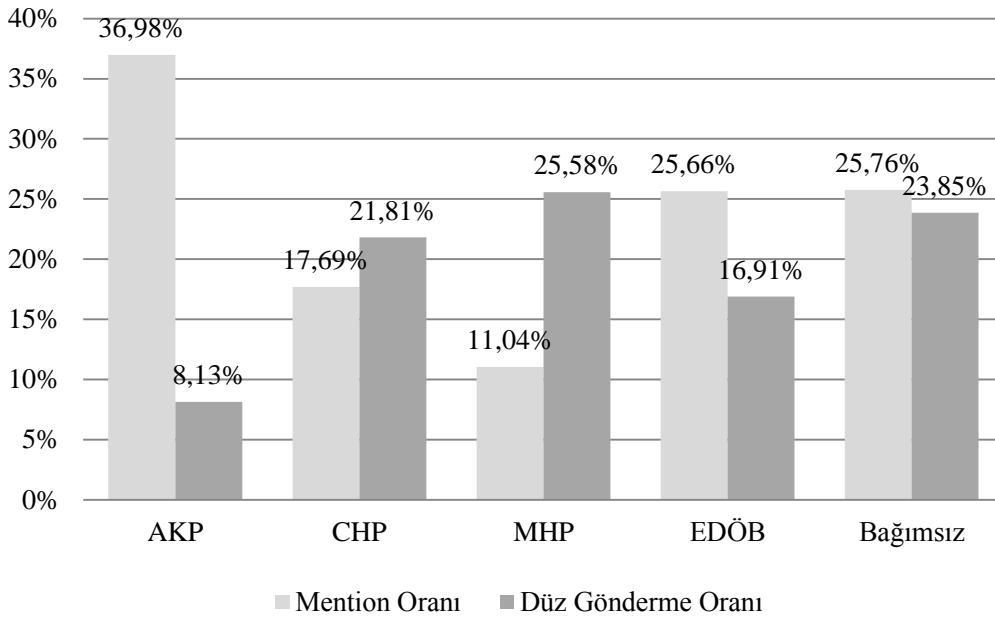
Şekil 56. Hashtag Oranları (#)



Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu dışındaki liderlerin hiç hashtag kullanmamış olduğu saptanmıştır. Recep Tayyip Erdoğan’ın tweetlerinin %18,89’unda (17), Kemal Kılıçdaroğlu’nun tweetlerinin ise %7,14’ünde (3) hashtag kullanımı görülmüştür.

İncelenen hesaplarda, hesap sahiplerinin diğer adaylar ve/veya seçmenlerle etkileşime girmelerinde, onlarla ilgili göndermeleri büyük önem taşımaktadır. “Mention”, kişinin yazdığı tweette diğer bir Twitter kullanıcılarına hitap etmesi anlamına gelmektedir. Tweetinin içinde “@” işaretiyle birlikte diğer kullanıcının kullanıcı adının yer aldığı durumlarda, kişinin yazdığı tweet, kendisini takip edenler arasında bulunmasa dahi göndermede bulunduğu kişiye de ulaşmaktadır. Elbette “mention”ın kullanılabilmesi için, göndermede bulunulan kişinin de Twitter kullanıcısı olması ve tweeti yazan kişi tarafından da kullanıcı adının bilinmesi gerekmektedir. Düz göndermeler ise, hesap sahibinin tweetinde bir başkasından bahsettiği ancak yazdığı tweetin bu kişiye ulaşmasına izin vermediği ya da veremediği gönderme tipidir.

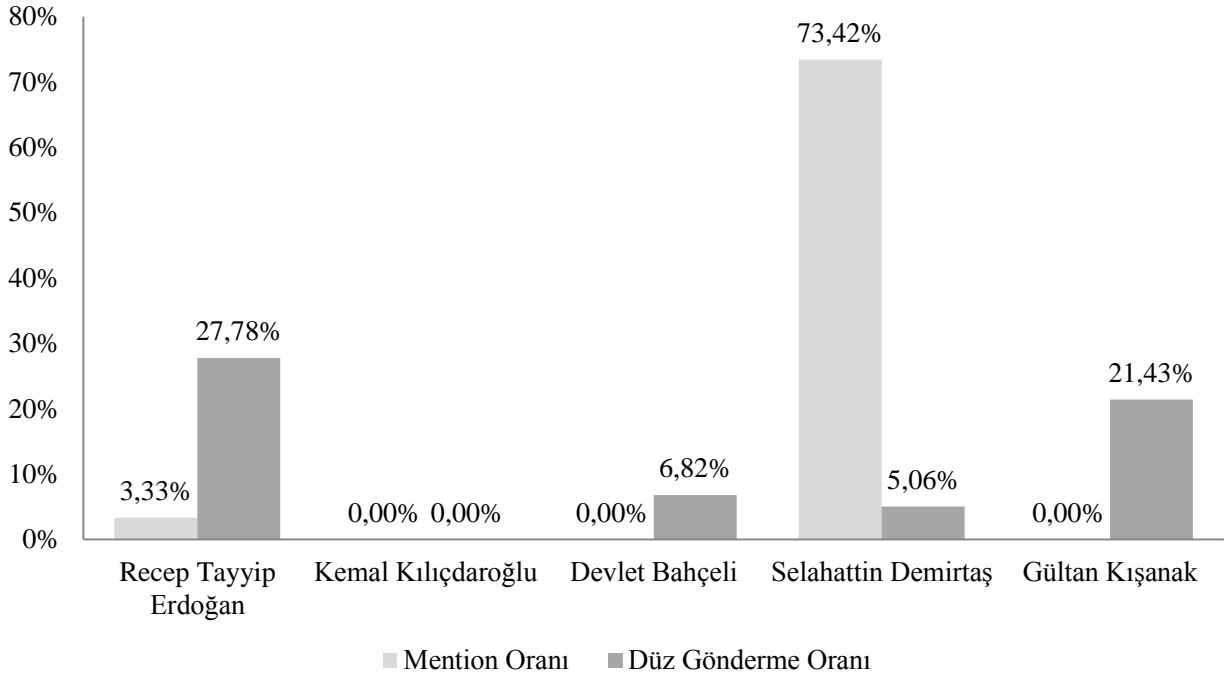
Şekil 57. Göndermede Bulunma Oranları



AKP, EDÖB ve bağımsız adayların tweetlerindeki göndermelerin çoğunlukla “mention” içeren göndermeler olduğu görülmüştür (Şekil 57). AKP tweetlerinin %36,98’i (1510), EDÖB tweetlerinin %25,66’sı (554) ve bağımsız adayların tweetlerinin %25,76’si (894) “mention” içermektedir. Bu oran CHP ve MHP’de düz göndermelerin gerisinde kalmakta; CHP’de %17,69 (133), MHP’de %11,04 (205) olmaktadır. Düz gönderme oranları ise AKP, CHP, MHP, EDÖB ve bağımsız adaylar için sırasıyla %8,13 (332), %21,81 (164), %25,58 (475), %16,91 (365) ve %23,85 (828) şeklindedir.

Liderlerin tweetleri içerdikleri göndermeler bakımından incelendiğinde, Kemal Kılıçdaroğlu’nun hiç kimseye göndermede bulunmadığı görülmüştür (Şekil 58).

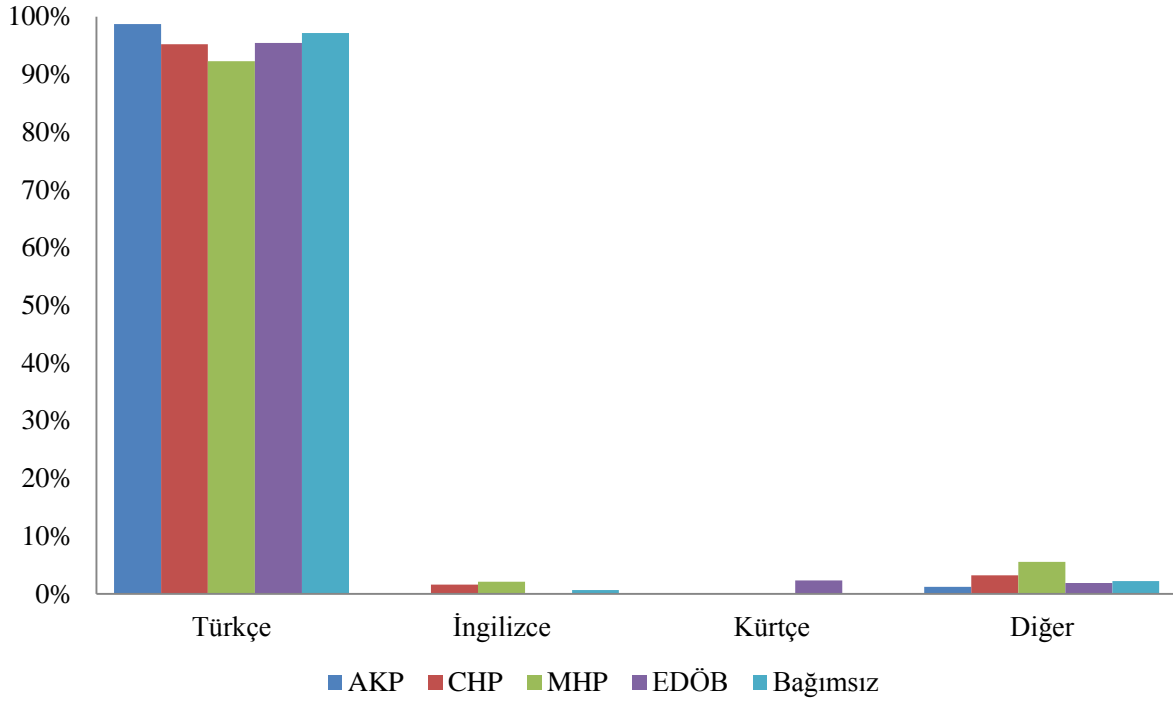
Şekil 58. Liderlerin Göndermede Bulunma Oranları



Selahattin Demirtaş ise 174 tweetinde “mention” kullanarak doğrudan diğer Twitter kullanıcılarından bazılarına hitap etmiştir. Recep Tayyip Erdoğan’ın ise 3 tweetinde “mention” kullanılmıştır. Bu bilgiden hareketle, Twitter ortamında diğer kullanıcılarla en çok etkileşime giren liderin Selahattin Demirtaş olduğu söylenebilmektedir. Düz gönderme oranlarına bakıldığında ise, Recep Tayyip Erdoğan’ın 25 tweetinde, Devlet Bahçeli’nin 6 tweetinde, Selahattin Demirtaş’ın 12 tweetinde ve Gültan Kışanak’ın 3 tweetinde düz gönderme görülmüştür.

Kullanıcıların tweetlerinde kullandıkları dil neredeyse tamamen Türkçe olmuştur (Şekil 59).

Şekil 59. Tweette Kullanılan Dil

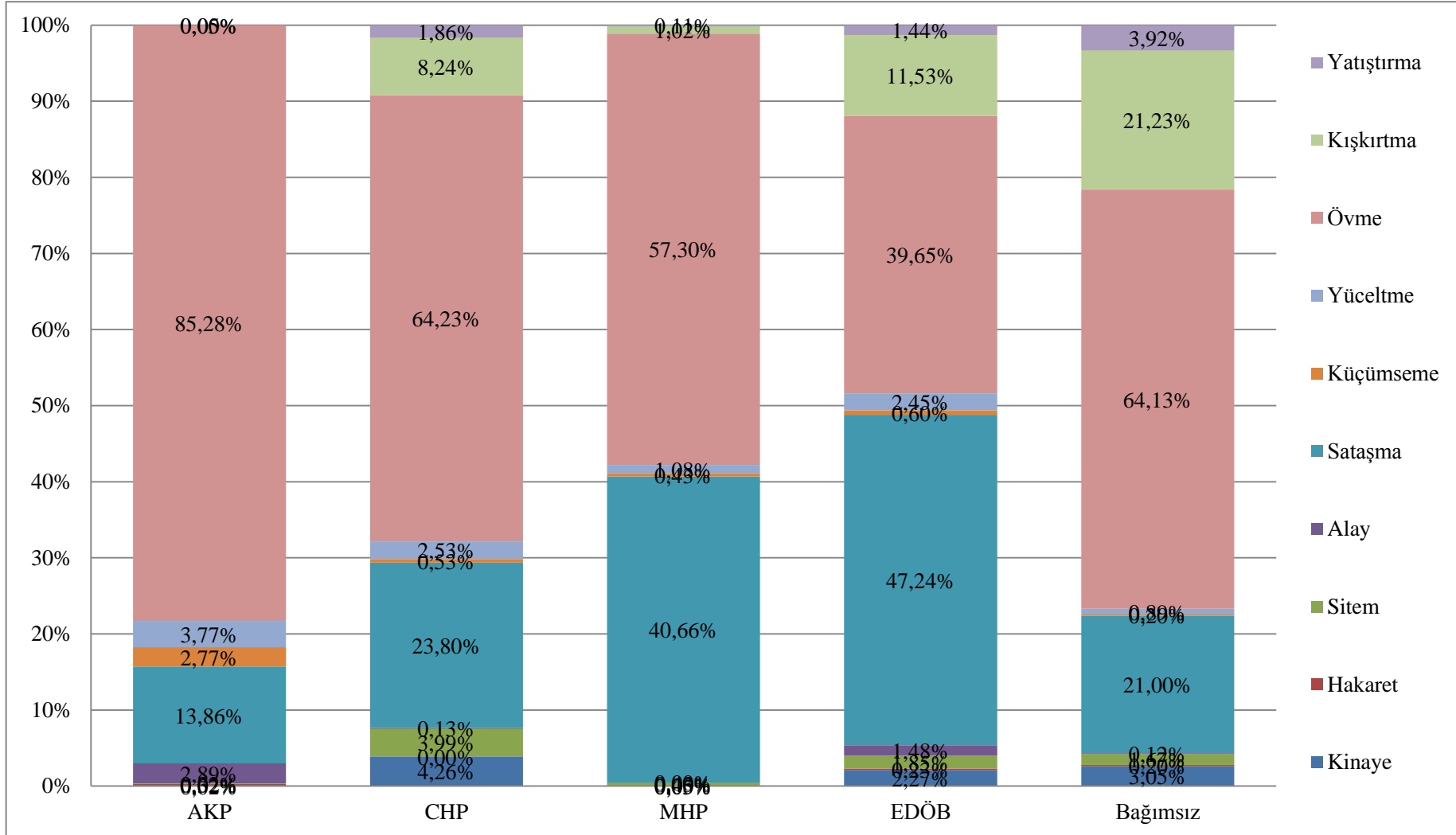


Türkçe tweetlerin oranı, partilerin tüm tweetlerinde AKP için %98,73 (4031), CHP için %95,21 (716), MHP için %92,25 (1713), EDÖB için %95,41 (2060) ve bağımsız adaylar için %97,18 (3373) düzeyindedir. İngilizcenin gönderilen tweetlerde kullanılma oranı, AKP için %0,07 (3), CHP için %1,60 (12), MHP için %2,10 (39), EDÖB için %0,05 (1) ve bağımsız adaylar için %0,63 (22)'dir. Tweetlerinde Kürtçe kullanan kullanıcılar yalnızca EDÖB adayları arasındadır. AKP, CHP, MHP ve EDÖB dışındaki bağımsız adaylardan hiçbir aday, tweetlerinde dil olarak Kürtçeyi tercih etmemiştir. EDÖB adaylarının Kürtçe tweet sayısı 50 (%2,32)'dir. Analizde “diğer” olarak kodlanan diller, hem diğer dilleri hem İnternet’te noktalama işaretleriyle yapılan ifadeleri, hem de yalnızca bağlantı paylaşımından oluşan tweetleri kapsamaktadır. Diğer kategorisi altında kodlanan tweetlerin, çok büyük çoğunluğunun, yalnızca noktalama işaretleriyle yapılan anlatımlar ve yalnızca bağlantı adresi içerdiği görülmüştür. Yapılan analizde, kodlamada yer alan Türkçe, Kürtçe ve İngilizce dışında herhangi bir dil kullanımına rastlanmamıştır.

Liderlerin Türkçe dışındaki dillerde yazdıkları tweetler incelendiğinde, İngilizce tweet göndermiş tek liderin tek tweetle Recep Tayyip Erdoğan olduğu görülmüştür. Kürtçe tweetler incelendiğinde ise, tweetlerinde Kürtçe’ye yer veren tek liderin Selahattin Demirtaş olduğu, Demirtaş’ın tweetlerinin %4,22’sinin (10) Kürtçe yazıldığı saptanmıştır.

Tweet üslubuyla ilgili olarak yapılan incelemede, aynı tweetin birden fazla üsluba konu olabildiği görülmüştür. Bu nedenle, incelenen tweete uygun olan tüm üsluplar kodlamada işaretlenmiştir (Şekil 60).

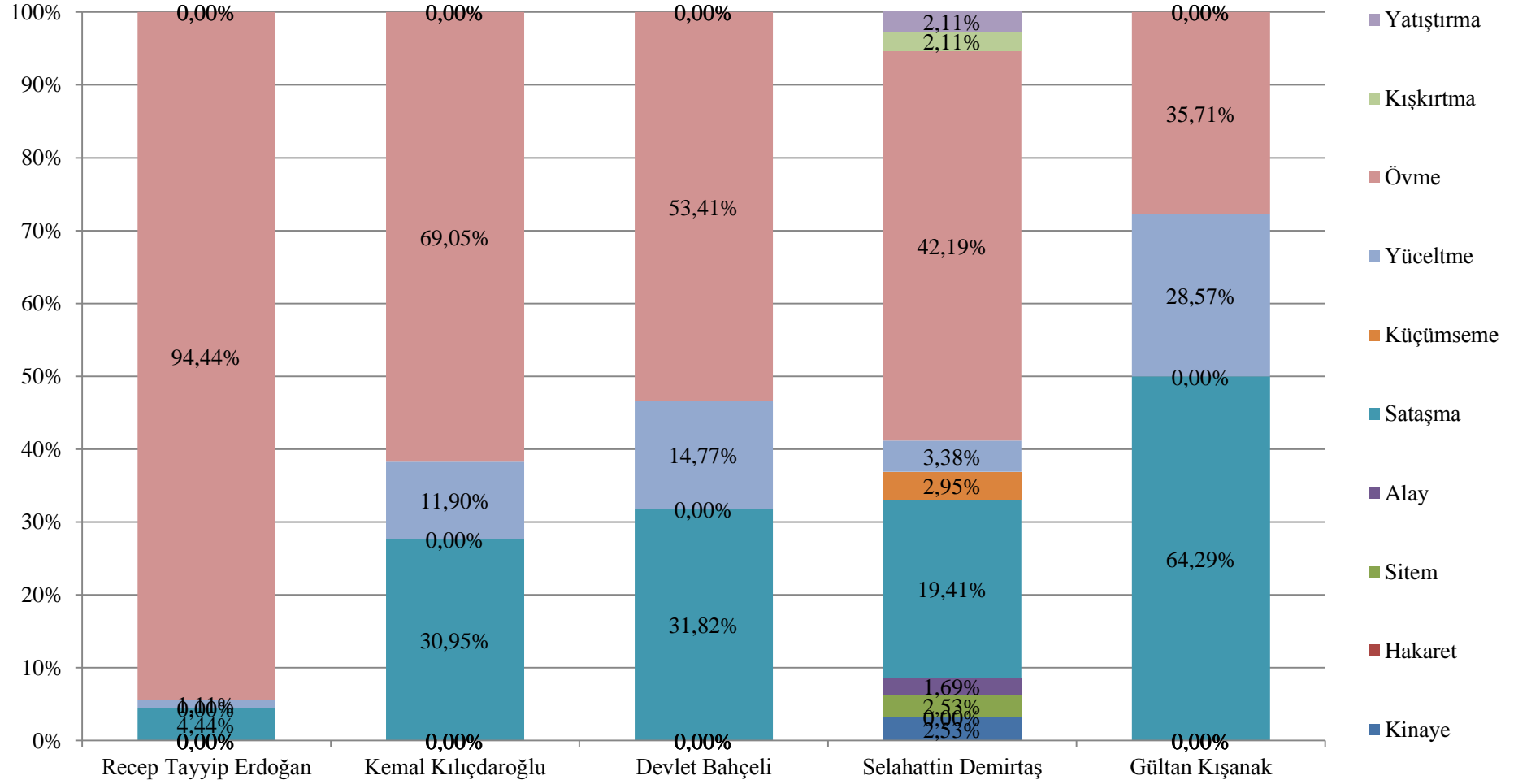
Şekil 60. Tweet Üslubu



Üslup bakımından “övme”ye sahip tweetler, AKP tweetlerinde %85,28 (3482), CHP tweetlerinde %64,23 (483), MHP tweetlerinde %57,30 (1064), ve bağımsız adayların tweetlerinde %64,13 (2226) oranlarıyla en çok kullanılan üslubu oluşturmuştur. EDÖB tweetlerinde ise en çok kullanılan üslup %47,24 (1020) oranıyla “sataşma” olmuş, “övme” ise %39,65 (856) oranıyla en çok kullanılan ikinci üslubu oluşturmuştur. Sataşma, AKP, CHP ve MHP’de en çok kullanılan ikinci üsluptur. Üslup olarak “sataşma” içeren tweetlerin oranı %40,66 (755) ile en yoğun olarak MHP’de görülmüştür. Sataşma üslubuna sahip tweetlerin oranı AKP’de %13,86 (566), CHP’de ise %40,66 (179) seviyesindedir. Kodlamada tanımlanmış üsluplar arasında, kullanıcılar ve liderler tarafından %5’in üzerinde kullanım yoğunluğu bulunan bir diğer üslup ise “kışkırtma” olmuştur. Kışkırtıcı tweetlerin oranı bağımsız adaylarda %21,23 (737) ile en yüksek seviyededir. CHP’li kullanıcıların tweetlerinin %8,24’ü (62) de kışkırtma barındırmıştır. Bağımsız adayların en çok kullandığı ikinci üslubun “kışkırtma”, üçüncü üslubun ise %21 (729) ile “sataşma” olduğu görülmüştür.

Liderlerin tweetleri üslup bakımından incelendiğinde, en çok kullanılan üsluplar bakımından, grupların hesaplarında çok kullanıldığı saptanan üsluplardan çok farklı sonuçlar görülmemektedir (Şekil 61).

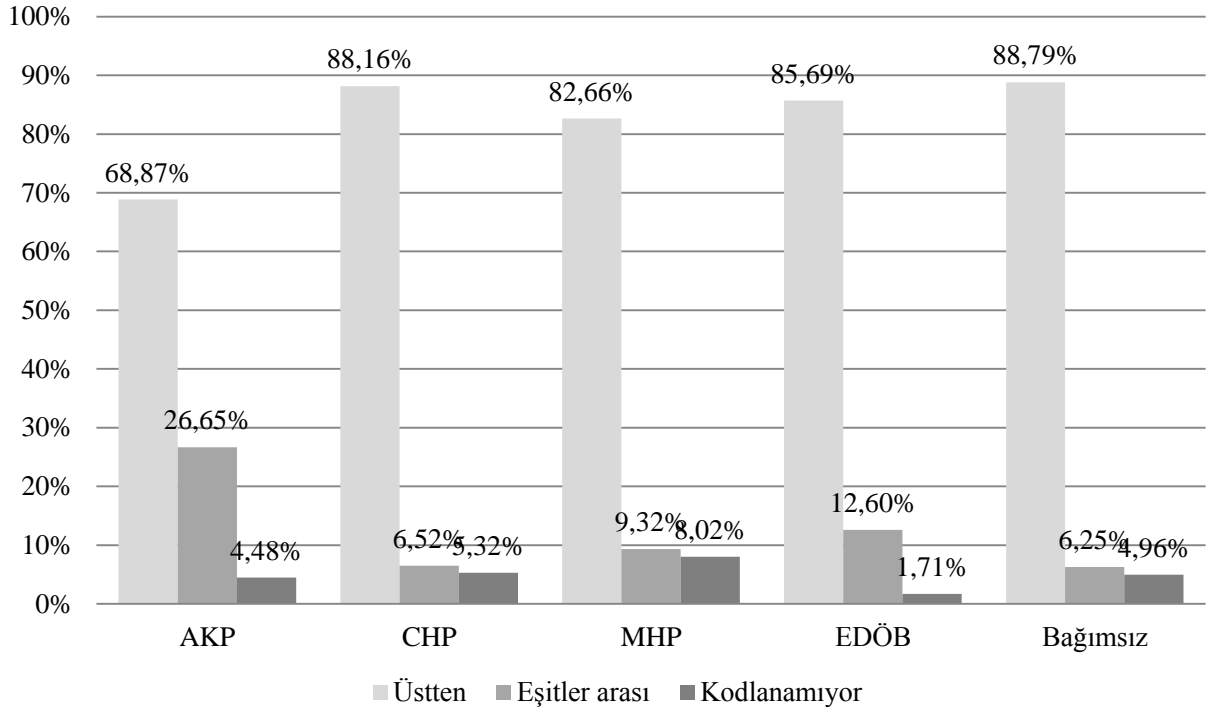
Şekil 61. Liderlerin Tweet Üslupları



Gültan Kışanak dışındaki tüm liderlerin en çok kullandığı üslup “vme” olmuştur. Recep Tayyip Erdoğan’ın tweetlerinin %94,44’ (85), Kemal Kılıdaroglu’nun tweetlerinin %69,05’i (29), Devlet Bahçeli’nin tweetlerinin %53,41’i (47) ve Selahattin Demirtaş’ın tweetlerinin %42,19’u (100) slup olarak “vme” içermiştir. Gültan Kışanak’ın tweetlerinin ise %35,71’i (5) slup olarak “vme” barındırmış, böylelikle Gültan Kışanak’ın en çok kullandığı ikinci üslup “vme” olmuştur. Gültan Kışanak’ın en çok kullandığı birinci, diğer tüm liderlerin en çok kullandığı ikinci üslup ise sataşma olmuştur. Gültan Kışanak’ın tweetlerinin %64,29’unda (9), Devlet Bahçeli’nin tweetlerinin %31,82’si (28), Kemal Kılıdaroglu’nun tweetlerinin %30,95’i (13), Selahattin Demirtaş’ın tweetlerinin %19,41’i (46) ve Recep Tayyip Erdoğan’ın tweetlerinin %4,44’ (4) slup olarak sataşma içermiştir. Yüceltme, tüm liderlerin en çok kullandığı üçüncü üslup olmuştur. Yüceltme barındıran tweetlerin sayısı, Recep Tayyip Erdoğan’da 1, Kemal Kılıdaroglu’nda 5, Devlet Bahçeli’de 13, Selahattin Demirtaş’ta 8 ve Gültan Kışanak’ta 4’tür. Selahattin Demirtaş dışındaki liderler diğer üslupları tweetlerinde hiç kullanmamışlardır. Bu bakımdan Selahattin Demirtaş’ın tweetlerinin sluplarındaki çeşitliliğin diğer liderlerinkinden çok daha fazla olduğu görülmüştür. Selahattin Demirtaş’ın tweetlerinde, hakaret dışındaki tüm üsluplardan az sayıda da olsa görülmüştür. Hakaret ise, bir üslup olarak hiçbir liderin tweetinde görülmemiştir.

Tüm partiler tweetlerinde üstten bir bakış açısı benimsemişlerdir (şekil 62).

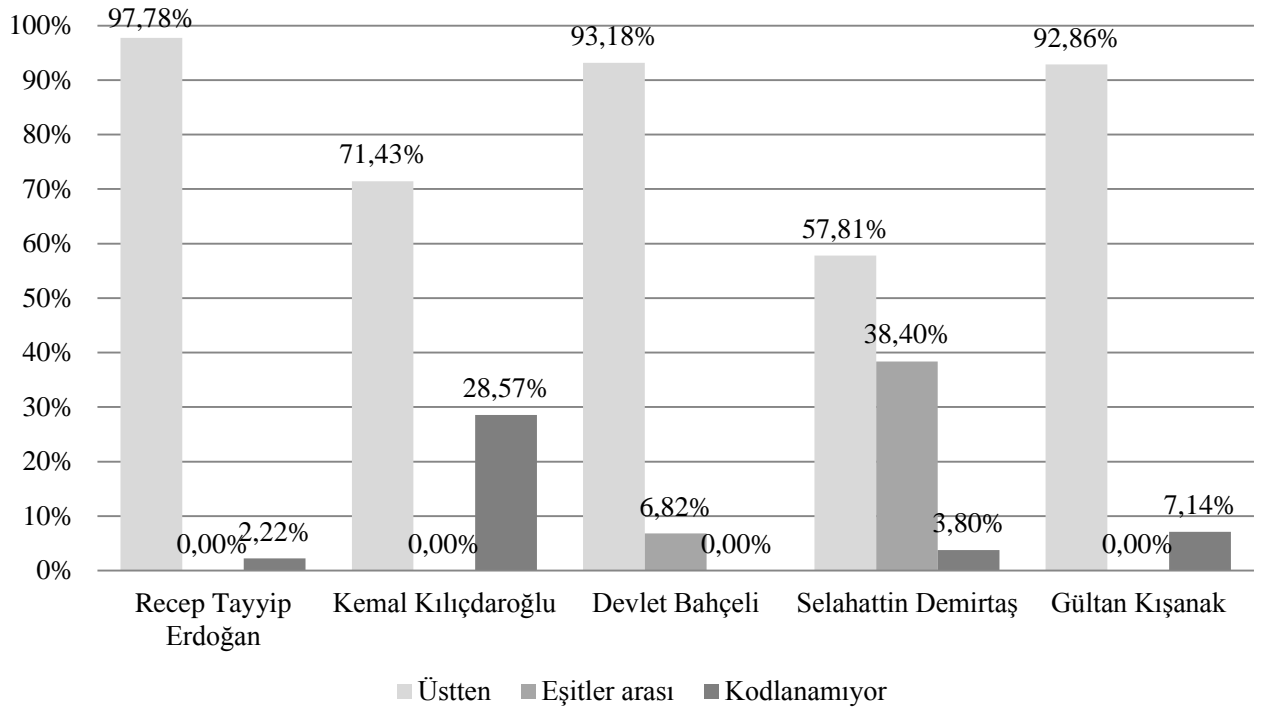
Şekil 62. Tweet Dilindeki Bakış Açısı



Üstten dil kullanımı AKP’de 2812, CHP’de 663, MHP’de 1535, EDÖB’de 1850 ve Bağımsız adaylarda 3082 tweette görülmektedir. İncelenen hesaplardan gönderilen tweetler arasındaki oranlara bakıldığında, CHP, MHP, EDÖB ve bağımsız adaylarda %80’in üzerinde üstten dil kullanımı gerçekleşmiştir. Diğer taraftan üstten dil kullanımı, AKP’de de daha yüksek olmasına karşın %68,87 oranındadır. Eşitler arası dil kullanımı, %26,65 (1088) ile en yüksek oranda AKP’de görülmüştür. Diğer gruplar ve bağımsız adayların tweet kullanımlarında, eşitler arası dil kullanımı CHP için 49, MHP için 173, EDÖB için 272 ve bağımsız adaylar için 217 olmuş; böylelikle her bir gruptaki toplam tweetlerin %15’inden daha düşük bir oranı oluşturmuştur.

Tüm liderler de tweetlerinde en çok “üstten” bir bakış açısı benimsemişlerdir (Şekil 63).

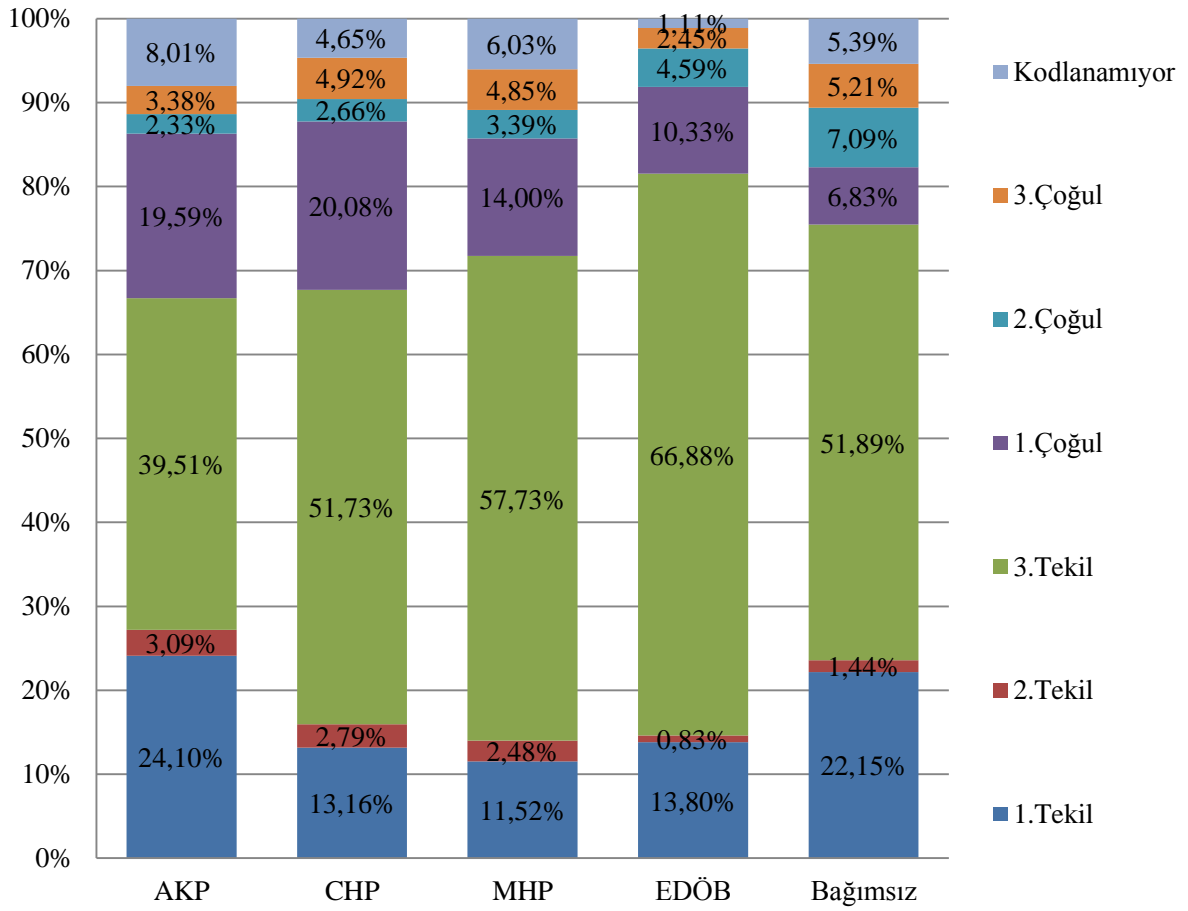
Şekil 63. Liderlerin Tweet Dillerindeki Bakış Açısı



Recep Tayyip Erdoğan'ın 88, Kemal Kılıçdaroğlu'nun 30, Devlet Bahçeli'nin 82, Selahattin Demirtaş'ın 137 ve Gültan Kışanak'ın 13 tweeti üstten bakış açısı taşımaktadır. Eşitler arası bir dil kullanım pratiği içeren tweetler Recep Tayyip Erdoğan, Kemal Kılıçdaroğlu ve Gültan Kışanak'ta hiç yoktur, Devlet Bahçeli'de 6, Selahattin Demirtaş'ta ise 91'dir. Bu bakımdan eşitler arası dil kullanımını en çok gerçekleştiren lider, Selahattin Demirtaş'tır.

Tweetlerdeki yüklem çekimleri arasında ortaya çıkan farklar Şekil 64'te görülebilir.

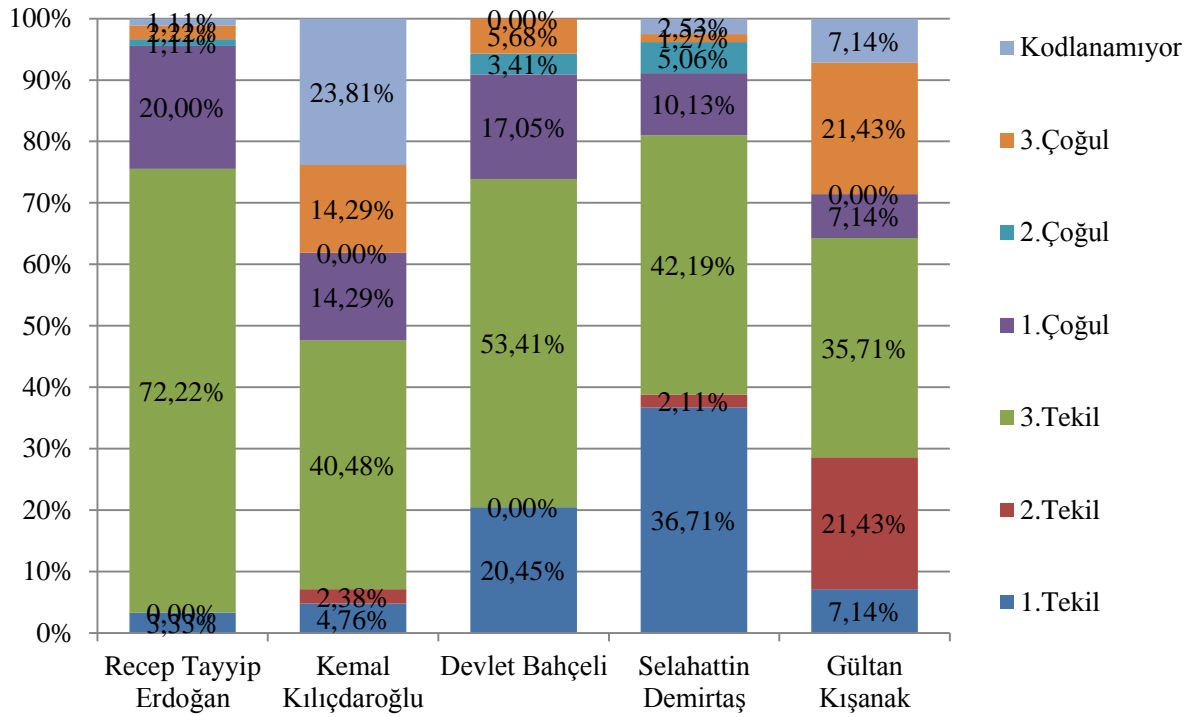
Şekil 64. Tweetlerdeki Yüklem Çekimleri



Yukarıdaki grafikte de görüldüğü gibi, tüm tweetlerde en çok kullanılan yüklem çekimi, üçüncü tekil şahıs olmuştur. Üçüncü tekil şahıs ile yüklem çekimi yapılmış tweetler, AKP'de 1613, CHP'de 389, MHP'de 1072, EDÖB'de 1444 ve bağımsız adaylarda 1801 adettir. Birinci çoğul yüklem çekimi, CHP (151) ve MHP'de (260) ikinci, AKP (800), EDÖB (223) ve bağımsız adaylarda (237) ise üçüncü en çok kullanılan yüklem çekimidir. AKP, EDÖB ve bağımsız adaylarda ikinci en çok kullanılan yüklem çekimi, birinci tekil şahıstır. Birinci tekil şahıs ile çekimlenmiş tweetlerin sayısı AKP'de 984, EDÖB'de 298 ve bağımsız adaylarda 769'dur. Birinci tekil şahısın CHP ve MHP'deki sayıları ise sırasıyla 99 ve 214'tür.

Tweetlerin yüklemine liderlerin en çok kullandığı çekim üçüncü tekil şahıs olmuştur (Şekil 65).

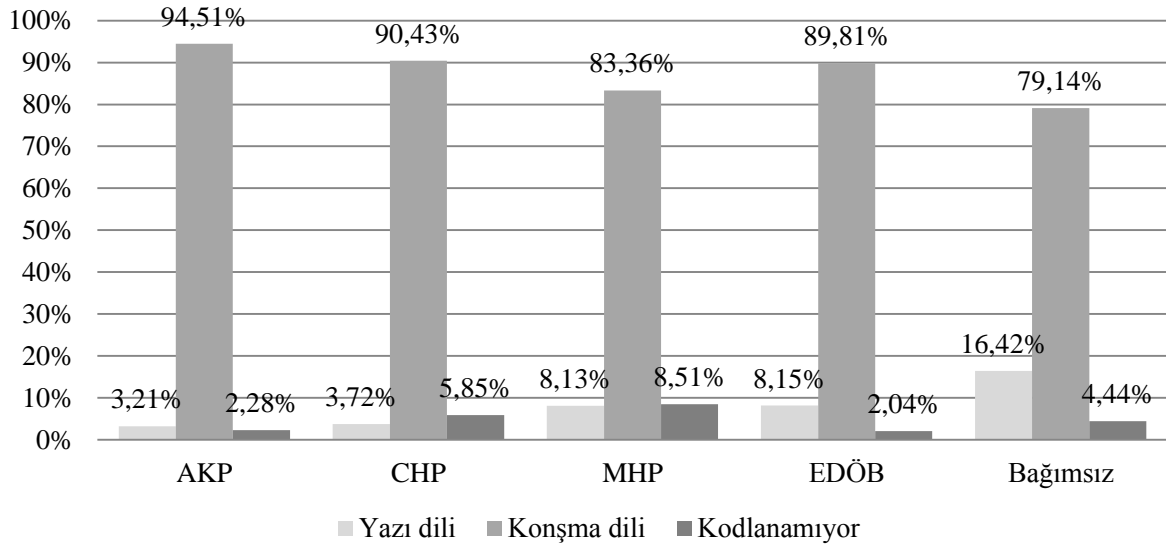
Şekil 65. Liderlerin Tweetlerinde Yüklem Çekimi



Recep Tayyip Erdoğan'ın tweetlerinin 65'i, Kemal Kılıçdaroğlu'nun tweetlerinin 17'si, Devlet Bahçeli'nin tweetlerinin 47'si, Selahattin Demirtaş'ın tweetlerinin 100'ü ve Gültan Kışanak'ın tweetlerinin 5'i üçüncü tekil şahıs yüklem çekimine sahiptir. En çok kullanılan ikinci yüklem çekimi ise, Gültan Kışanak'ta 3'er tweetle ikinci tekil ve üçüncü çoğul şahıslar, Kemal Kılıçdaroğlu'nda 6'şar tweetle birinci çoğul ve üçüncü çoğul şahıslar olmuştur. Selahattin Demirtaş'ın (87) ve Devlet Bahçeli'nin (18) en çok kullandığı ikinci yüklem çekimi, birinci tekil şahıs olmuştur. Recep Tayyip Erdoğan'ın ise en çok kullandığı ikinci yüklem çekimi, birinci çoğul şahıs çekimi olmuştur.

Tüm gruplarda, tweetlerin dil biçimi çoğunlukla konuşma dilinden oluşmuştur (Şekil 66).

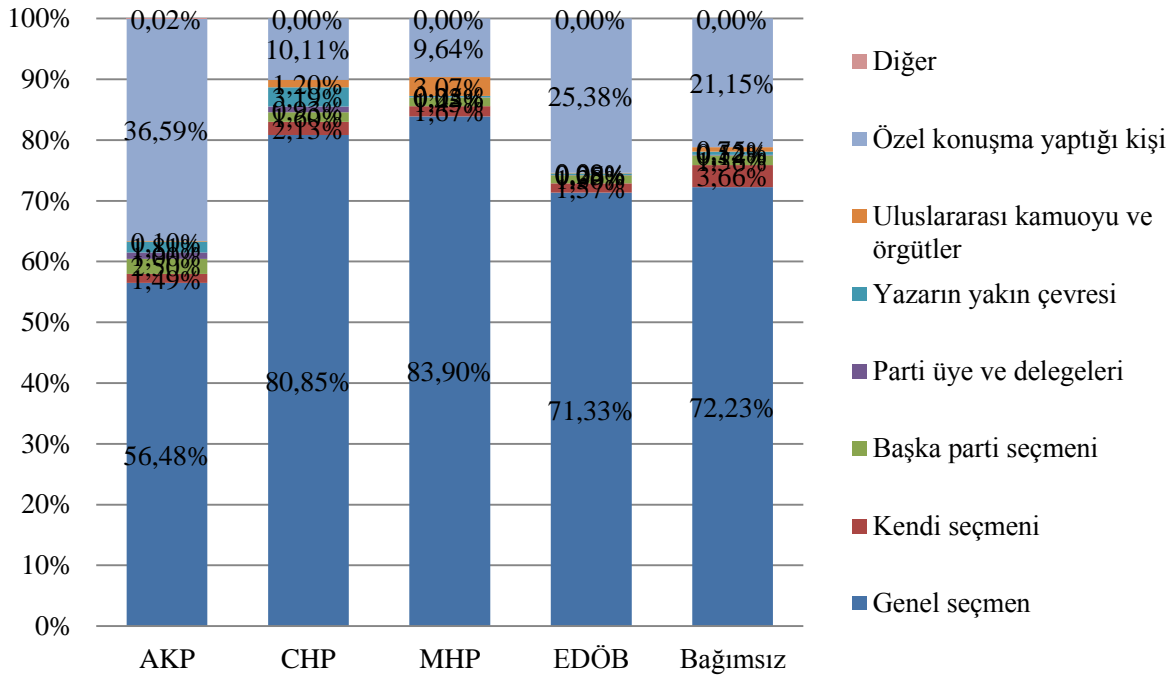
Şekil 66. Tweette Kullanılan Dil Biçimi



Konuşma dili ile yazılmış tweetlerin sayısı, AKP’de 3859, CHP’de 680, MHP’de 1548, EDÖB’de 1939 ve bağımsız adaylarda 2747’dir. Yazı dili kullanımı, tüm gruplarda oldukça düşüktür. MHP 151, EDÖB 176, bağımsız adaylarsa 570 tweetinde yazı dilini tercih etmiştir. AKP ve CHP’de yazı dili kullanılan tweetlerin sayısı ise sırasıyla 131 ve 28’dir.

Tweetlerin hedef kitesinde yoğunluğun “genel seçmen” kategorisinde olduğu gözlenmiştir (Şekil 67).

Şekil 67. Tweetin Hedef Kitlesi



“Genel seçmen” kategorisi tüm gruplarda diğer kategorilerin toplamından daha fazla yoğunluğa sahiptir. Genel seçmeni hedefleyen tweetlerin sayıları, AKP’de 2306, CHP’de 608, MHP’de 1558, 1540 ve bağımsız adaylarda 2507 olmuştur. Kullanıcıların özel konuşma yaptığı, yani Twitter üzerinden Twitter kullanıcısı olan veya olmayan başka bir kişiye yönelik mesaj yazdığı tweetler ise, AKP’de 1494, CHP’de 76, MHP’de 179, EDÖB’de 548 ve bağımsız adaylarda 734 adettir. Farklı yoğunluklarda olsa da, tüm grupların tweetlerinde en çok “genel seçmenleri”, ikinci olarak da “özel konuşma yaptığı kişileri” hedeflediği görülebilmektedir. Diğer kategoriler incelendiğinde ise aşağıdaki grafik ortaya çıkmaktadır (Şekil 33).

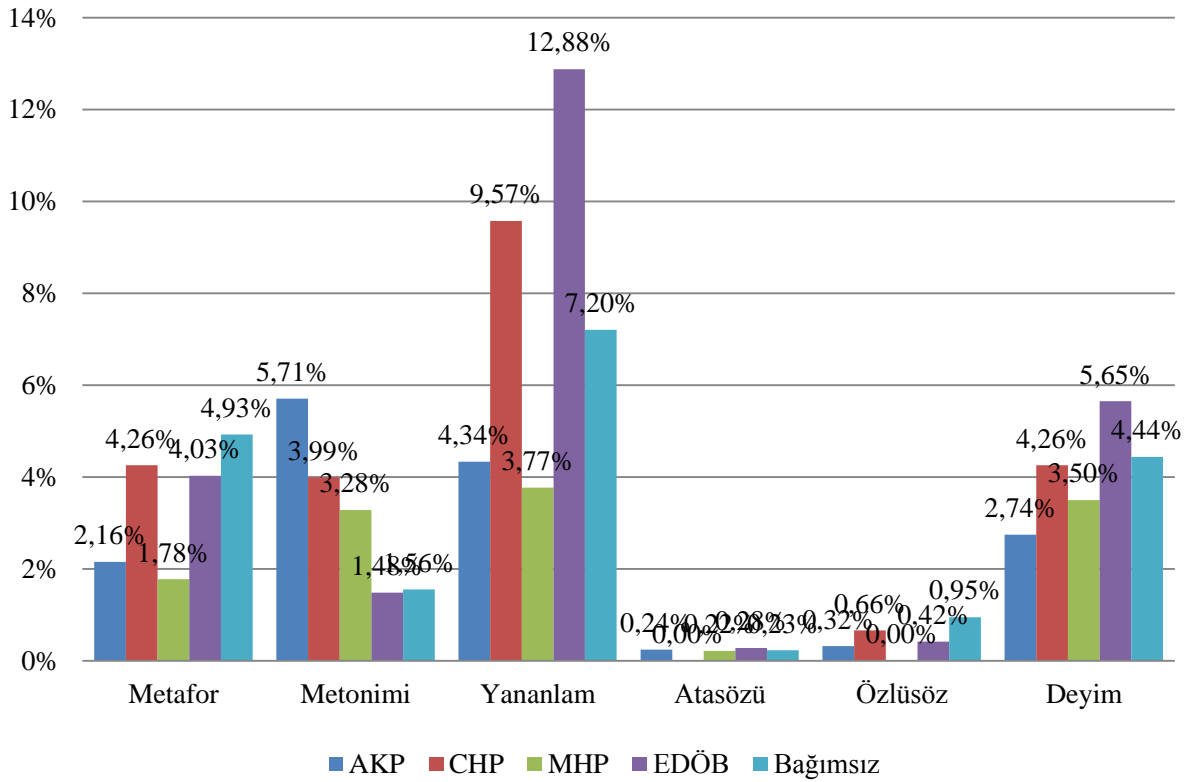
Kullanıcıların en çok hitap ettiği üçüncü kesim, tüm gruplarda farklılaşmaktadır. AKP’nin en çok hitap ettiği üçüncü kesim, 102 tweetle diğer partilerin seçmenleri olurken, CHP’nin en çok hitap ettiği üçüncü kesim, 24 tweetle “yazarın yakın çevresi” olmuştur. MHP’nin en çok hitap ettiği üçüncü kesim, 57 tweetle “uluslararası kamuoyu ve örgütler”, EDÖB ve bağımsız adayların en çok hitap ettiği üçüncü kesim ise sırasıyla 34 ve 161 tweetle “kendi seçmen”leri olmuştur.

Liderlerin tweetlerinin hedef kitlesine bakıldığında, Recep Tayyip Erdoğan, Kemal Kılıçdaroğlu, Devlet Bahçeli ve Gültan Kışanak’ın tweetlerinin tamamı, genel olarak tüm

seçmenleri hedeflemiştir. Selahattin Demirtaş'ın tweetlerinin ise %24,05'i (57) genel olarak tüm seçmenleri, %2,11'i (5) kendi seçmenlerine, %73,84'ü (175) ise özel konuşma yaptığı kişiye yönelik olmuştur.

Tweetlerde kullanılan kelimeler ve kelime gruplarına bakıldığında, tüm grupların hesaplarında farklılıklar görülmüştür (Şekil 68).

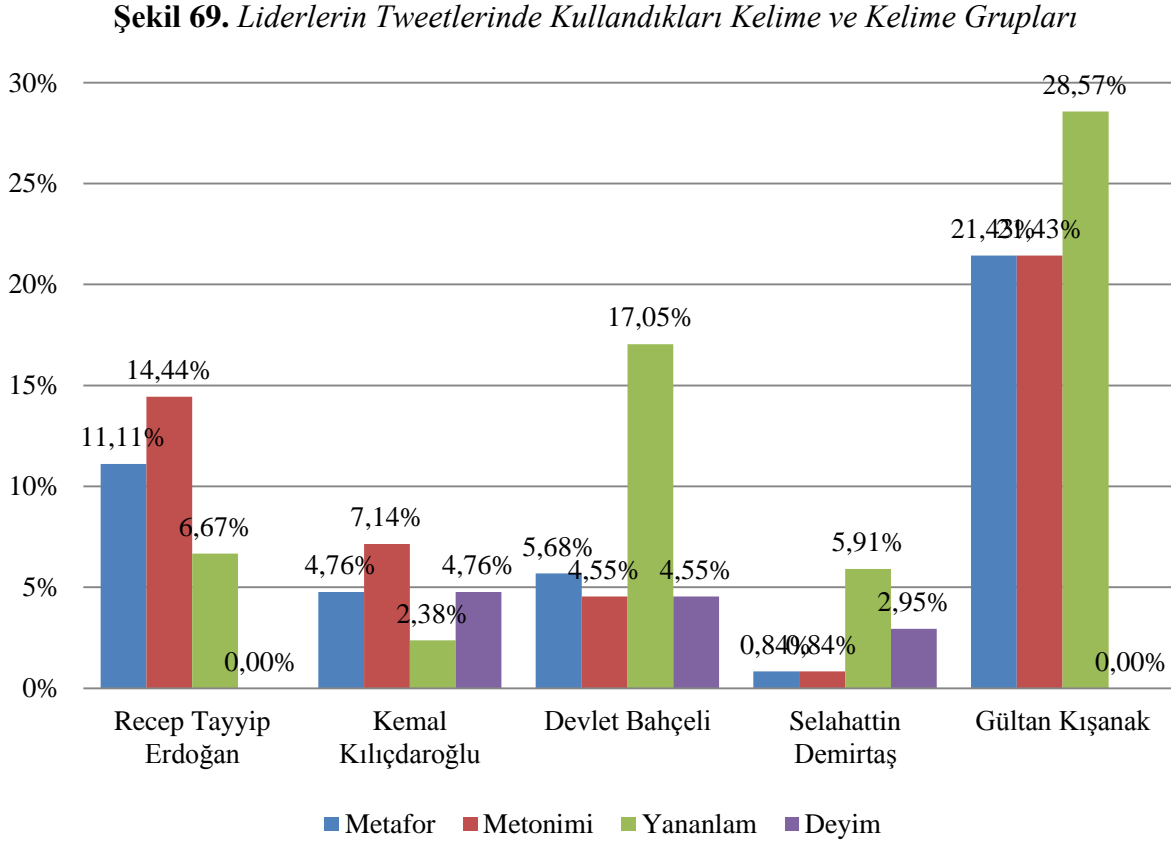
Şekil 68. Kullanılan Kelime ve Kelime Grupları



Özlüsöz ve atasözü kullanımı tüm grupların kendi tweetleri arasında, %1'in altındadır. Deyim kullanımı, AKP'de 112, CHP'de 32, MHP'de 65, EDÖB'de 122, bağımsız adaylarda 154 tweette saptanmıştır. Yananlam kullanımı, EDÖB tweetlerinin %12,88'inde (278), CHP tweetlerinin %9,57'sinde (72) ve bağımsız adayların tweetlerinin %7,20'sinde (250) en yüksek düzeyde görülmüştür. AKP ve MHP'nin yanarlam kullanım oranları sırasıyla %4,34 (177) ve %3,77 (70) olmuştur. Metonimi kullanımı sayı olarak da oran olarak da en yüksek seviyede AKP'de görülmüştür. AKP tweetlerinin %5,71'i (233) metonimi içermiştir. CHP, MHP, EDÖB ve bağımsız adayların metonimi kullanımı sırasıyla %3,99 (30), %3,28 (61), %1,48 (32) ve %1,56 (54) olmuştur. Metafor kullanımı ise en çok %4,93 (171) bağımsız adayların tweetlerinde görülmüştür. Bağımsız adaylardan sonra en yüksek oranda metafor

kullanan gruplar %4,26 (32) ile CHP ve %4,03 (87) ile EDÖB olmuştur. AKP'nin %2,16 (88) ve MHP'nin %1,78 (33) olan metafor kullanım oranları, bağımsız adaylar, CHP ve EDÖB ile kıyaslandığında daha düşük seviyededir.

Liderlerin tweetlerinde kullandıkları kelime ve kelime grupları ise aşağıdaki grafikte gösterilmiştir (Şekil 69).

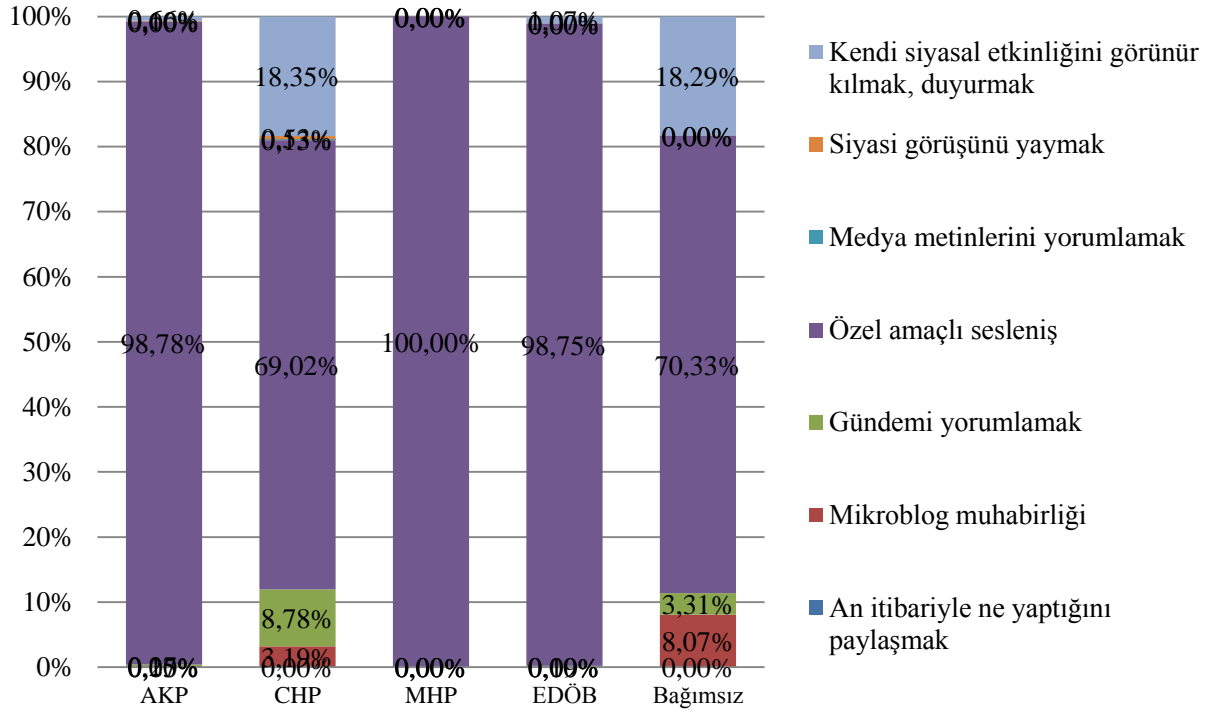


Liderlerin tweetlerinde, genel olarak kullanımları düşük olan atasözü ve özlü söz hiç kullanılmamıştır. Grafikte de görüldüğü gibi, Recep Tayyip Erdoğan, tweetlerinin %14,44'ünde (13) metonimi, %11,11'inde (10) metafor, %6,67'sinde ise yan anlam kullanmıştır. Kemal Kılıçdaroğlu'nun tweetleri incelendiğinde, %7,14 (3) oranında metonimi, %4,76 (2) oranında metafor ve deyim, %2,38 (1) oranında da yan anlam kullandığı görülmüştür. Devlet Bahçeli, Tweet'lerinde %17,05 (15) yan anlam, %5,68 (5) metafor ve %4,55 (4) oranında metonimi ve deyime yer vermiştir. Selahattin Demirtaş'ın tweetlerinin %5,91'i (14) yan anlam, %2,95'i (7) deyim, %0,84'ü ise metafor ve metonimi içermiştir. Gültan Kışanak'ın tweetlerinde de yan anlam kullanımı %28,57 (4) en yüksek seviyededir.

Kışanak'ın tweetlerinde yan anlamı %21,43 (3) ile metafor ve metonimi izlemiştir. Erdoğan ve Kışanak, tweetlerinde hiç deyim kullanmamıştır.

Tweetler, Twitter'ın hangi amaçlarla kullanıldığını saptamaya yönelik incelendiğinde, tüm grupların en çok “özel amaçlı sesleniş” gerçekleştirdikleri görülmüştür (Şekil 70).

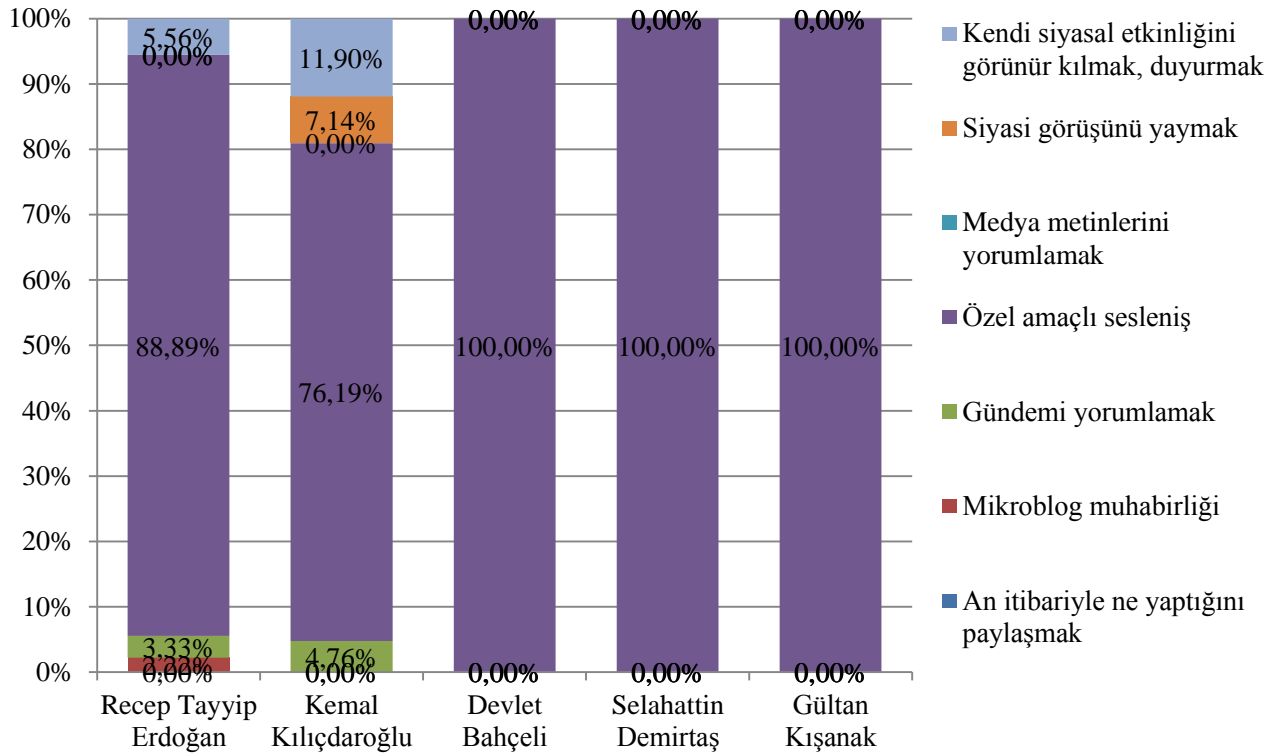
Şekil 70. Tweetin Kullanım Amacı



MHP tweetlerinin tamamında (1857), AKP tweetlerinin 4033'ünde, EDÖB tweetlerinin 2132'sinde, bağımsız adayların tweetlerinin 2441'inde, CHP tweetlerinin ise 519'unda özel amaçlı sesleniş gerçekleştirilmiştir. Twitter'ın, siyasal etkinliklerini görünür kılmak ve duyurmak için kullanımı CHP ve bağımsız adaylarda belirgin düzeyde yüksek olmuştur. CHP'de 138 tweet, bağımsız adaylarda ise 635 tweet bu amacı taşımıştır. Gündemi yorumlama amacı taşıyan tweetlerin sayısı, CHP'de 66, bağımsız adaylarda 115'tir. Twitter'ın bir haber iletme aracı olarak kullanıldığı tweetlerin sayısı ise AKP'de 6, CHP'de 24, bağımsız adaylarda 280'dir.

Tüm liderlerin tweetlerinde en çok ortaya çıkan kullanım amacı, özel amaçlı sesleniş olmuştur (Şekil 71).

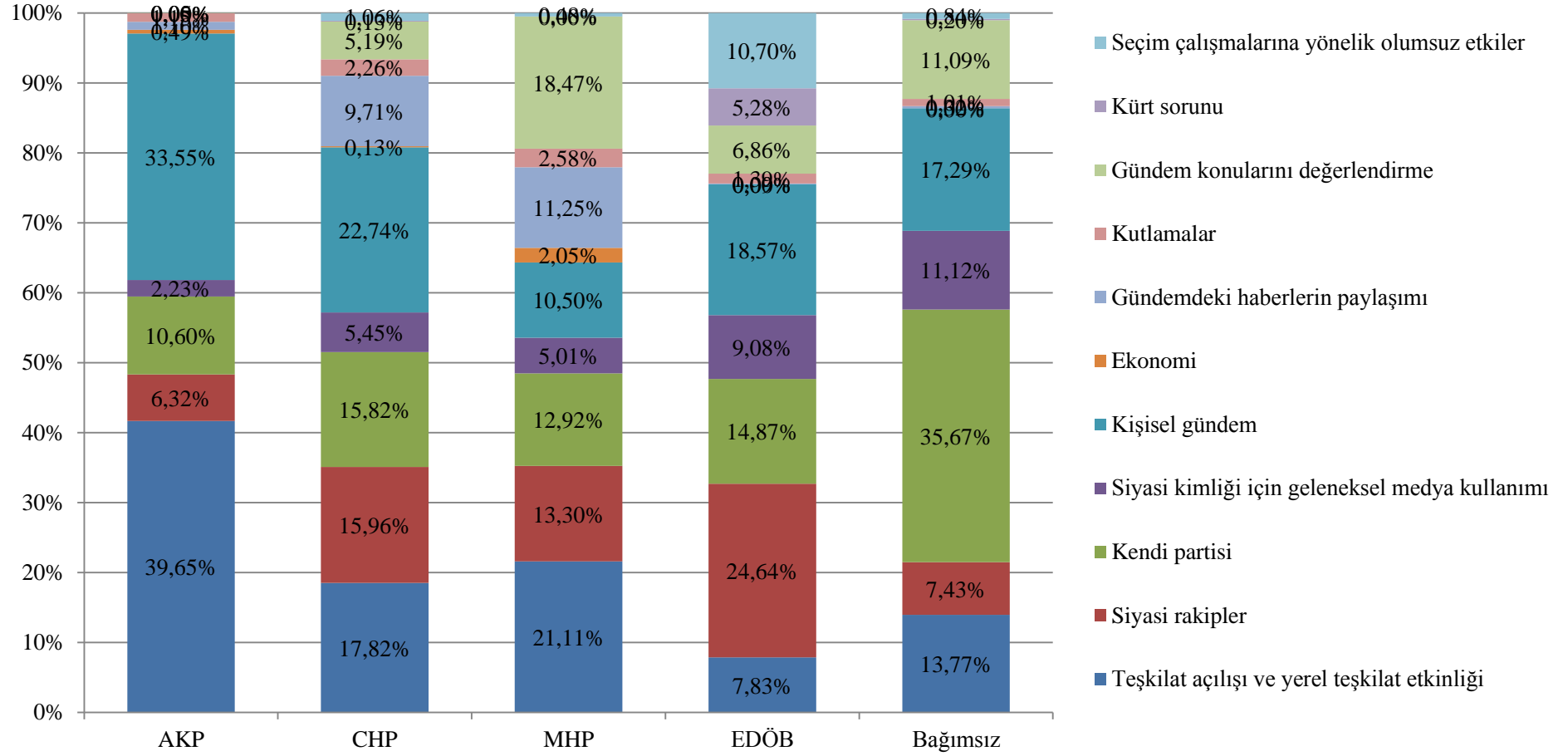
Şekil 71. Liderlerin Tweet Kullanım Amacı



Devlet Bahçeli, Selahattin Demirtaş ve Gültan Kışanak'ın tüm tweetleri (%100) özel amaçlı sesleniş amacı taşımıştır. Recep Tayyip Erdoğan'ın tweetlerinin %88,89'u (80), Kemal Kılıçdaroğlu'nun da tweetlerinin %76,19'u (32) özel amaçlı sesleniş amacı taşımıştır. Hem Recep Tayyip Erdoğan'ın hem de Kemal Kılıçdaroğlu'nun en çok kullandığı ikinci kullanım amacı, kendi siyasal etkinliğini duyurmak olmuştur. Bu amacı taşıyan tweetlerin oranı Recep Tayyip Erdoğan'da %5,56 (5), Kemal Kılıçdaroğlu'nda %11,90 (5)'dir. Recep Tayyip Erdoğan'ın 3 tweeti gündemi yorumlama amacı taşırken, 2 tweeti de mikroblog muhabirliği yapmak amacıyla üretilmiştir. Kemal Kılıçdaroğlu ise 3 tweetinde siyasi görüşünü yaymayı, 2 tweetinde gündemi yorumlamayı amaçlamıştır.

Kullanıcıların seçim döneminde gönderdikleri tweetlerin konuları incelendiğinde, gruplarda farklılaşmaların olduğu görülmektedir (Şekil 72). AKP ve MHP tweetlerinin konusu en çok “teşkilat açılışı ve yerel teşkilat etkinliği” (AKP için 1619, MHP için 392) olurken CHP tweetlerinin konusu en çok “kişisel gündem” (171), EDÖB tweetlerinin konusu en çok “siyasi rakipler” (532) olmuştur. Bağımsız adayların tweetlerinin konusu ise çoğunlukla “kendi partisi” (1238) şeklindedir.

Şekil 72. Tweetin Konusu



AKP'nin 4083 tweetinden 1370'i "kişisel gündem", 433'ü "kendi partisi", 258'i ise "siyasi rakipler" konularındadır. CHP'nin 752 tweetinden 134'ü "teşkilat açılışı ve yerel teşkilat etkinliği", 120'si "siyasi rakipler", 119'u "kendi partisi", 73'ü gündemdeki haberlerin paylaşımıyla ilgili konularda olmuştur. MHP'nin 1857 tweetinden 343'ü "gündem konularını" konu edinirken, 247'si "siyasi rakipler"i, 240'ı ise adayların kendi partilerini konu edinmiş, 209'unda gündemdeki haberler paylaşılmıştır. MHP tweetlerinden 195'i adayların kişisel gündemleriyle ilgili konulardan oluşmuştur. Diğer taraftan ekonomiyi konu edinen tweetlerin sayısı MHP'de 38'dir. AKP'nin ekonomi konusundaki tweetlerinin sayısı 20, CHP'nin 1'dir. EDÖB adayları ve Bağımsız adaylar tweetlerinde ekonomiye yer vermemişlerdir. EDÖB hesaplarından gönderilmiş 2159 tweetin 401'i "kişisel gündem", 321'i "kendi partisi", 196'sı ise adayların siyasi kimlikleriyle bağlantılı olarak gerçekleştirdikleri geleneksel medya kullanımlarını konu edinmiştir. EDÖB dışındaki kullanıcıların siyasi kimlikleri ile ilgili olarak geleneksel medya kullanımlarını konu edinen tweetlerinin sayıları ise AKP'de 91, CHP'de 41, MHP'de 93 ve bağımsız adaylarda 386'dır. Böylelikle siyasi kimlikle ilgili olarak geleneksel medya kullanımını konu edinen tweetler, bağımsız adayların en çok kullandığı ikinci konuyu oluşturmuştur. Bağımsız adayların tweetlerinde en çok yer alan üçüncü konu ise 478 tweet ile "teşkilat açılışı ve yerel teşkilat etkinliği" olmuştur.

Kutlamalar, tüm gruplarda tweet konuları arasında yer almıştır, ancak sayıları görece düşüktür. Kutlama konulu tweetlerin sayısı AKP'de 47, CHP'de 17, MHP'de 48, EDÖB'de 30 ve bağımsız adaylarda 35'tir. Kürt sorununa AKP ve MHP tweetlerinde yer vermemiş, CHP 1, bağımsız adaylar 7, EDÖB adayları ise 114 tweetinde yer vermiştir. Seçim çalışmalarına yönelik olumsuz etkileri konu edinen tweetler, AKP'de hiç görülmezken, CHP'de 8, MHP'de 9, bağımsız adaylarda 29, EDÖB adaylarında ise 231 tweet görülmüştür.

Liderlerin tweetlerinde yoğunlukla kullanılan konular incelendiğinde, Recep Tayyip Erdoğan'ın tweetlerinin %64,44'ünün (58) "siyasi kimliği için geleneksel medya kullanımı"yla ilgili olduğu görülmüştür. Erdoğan'ın tweetlerinde en çok yer bulan ikinci konu ise 7 tweetle (%7,78) ekonomi olmuştur. Kemal Kılıçdaroğlu, tweetlerinin %38,10'unda (16) kendi partisini konu edinmiş, %14,29 oranına denk düşen 6'şar tweetinde ise siyasi rakiplerini, siyasi kimliği için geleneksel medya kullanımını ve gündemdeki haberlerin paylaşımını konu edinmiştir. Devlet Bahçeli ve Selahattin Demirtaş'ın tweetlerinde en çok kullanılan konu kişisel gündem olmuştur. Kişisel gündem konulu tweetler, Bahçeli'nin tweetlerinin %55,68'ini (49), Demirtaş'ın tweetlerinin ise %54,85'ini (130) oluşturmaktadır.

Her iki liderin, ikinci olarak en çok kullandığı konu da “gündem konularını değerlendirme” olarak aynıdır. Bahçeli’nin tweetlerinin %10,23’ü (9), Demirtaş’ın tweetlerinin %13,50’si (32) gündem konularını değerlendirmiştir. Gültan Kışanak’ın tweetlerinin %71,43’ü (10) Kürt sorunu konusunda olmuştur. Kürt sorunu, Kışanak dışında Selahattin Demirtaş’ın tweetlerinin %2,11’inde (5) konu edinilmiş, diğer liderler tarafından konu edinilmemiştir.

Araştırma kapsamında, her bir hesapta en çok tekrarlanan 25 sözcük incelenmiştir. Söz konusu sözcüklerin listesi Tablo 18’de sunulmuştur.

Tablo 18. *Hesap Bazında En Sık Tekrarlanan Kelime Sayısı*

Sözcük	Toplam Yenilenme Sayısı	Hesap	Parti	Hesapta Yenilenme Sayısı
Teşekkür(ler)	338	İsmail Karaosmanoğlu	AKP	152
		Ekrem Erdem	AKP	83
		Ruhsar Demirel	MHP	37
		Salih Kapusuz	AKP	24
		Zuhal Topçu	MHP	24
		Yusuf Günay	MHP	13
		Mahir Ünal	AKP	5
Oy	230	Tuncay Özkan	Bağımsız	110
		Hasip Kaplan	EDÖB	58
		Aynur Bayram	Bağımsız	37
		Hulki Cevizoğlu	Bağımsız	17
		Ruhsar Demirel	MHP	8
Esnaf	174	Abdülkadir Aksu	AKP	165
		Zuhal Topçu	MHP	9
Başbakan	113	Hasip Kaplan	EDÖB	90
		Ömer Kanburoğlu	MHP	19
		Gültan Kışanak	EDÖB	4
Hayırlı	62	Aynur Bayram	Bağımsız	45
		Ekrem Erdem	AKP	17
2023	56	Abdülkadir Aksu	AKP	51
		Recep Tayyip Erdoğan	AKP	5
Biz	50	Mustafa Elitaş	AKP	30
		Recep Tayyip Erdoğan	AKP	9
		Ayten Kayalioğlu	CHP	8
		Sırrı Süreyya Önder	EDÖB	3
Allah	46	Aynur Bayram	Bağımsız	36
		Zuhal Topçu	MHP	10
Kürt	10	Gültan Kışanak	EDÖB	7
		Sebahat Tuncel	EDÖB	3

“2023”, cumhuriyetin yüzüncü yılına ulaşma hedefini bir vizyon olarak benimseyen AKP’nin iki adet hesabında en çok yinelenen sözcükler arasında görülmektedir. “Allah” sözcüğünü en

çok yineleyen kullanıcılar MHP'den Zuhâl Topçu ve başörtülü bağımsız aday Aynur Bayram'dır.

3.1.2. Facebook'un 2011 Genel Seçimlerinde Siyasi Partiler ve Liderler Tarafından Deneyimlenmesi: Nicel ve Nitel İçerik Çözümlemesi

Araştırma kapsamında Facebook'ta yer alan 9 hesap kayıtlanmıştır. Söz konusu hesapların detayları Tablo 19'da görülebilir.⁹²

Tablo 19. Facebook'ta Takip Edilen ve Kayıtlanan Hesaplar

Parti	Hesap	Hesap Türü	Facebook Adresi (URL)
AKP	Recep Tayyip Erdoğan	Sayfa	http://www.facebook.com/RecepTayyipErdogan
AKP	AK Parti'yi Seviyoruz	Sayfa	http://www.facebook.com/AkPartiyiSeviyoruz
CHP	Cumhuriyet Halk Partisi	Sayfa	http://www.facebook.com/herkesicinCHP
CHP	Kemal Kılıçdaroğlu	Sayfa	http://www.facebook.com/K.Kilicdaroglu
CHP	Sakin Güç	Sayfa	http://www.facebook.com/sakingucuz
MHP	SesVerTürkiye	Sayfa	http://www.facebook.com/svturkiye
BDP	BDP BARIŞ VE DEMOKRASİ PARTİSİ	Sayfa	http://www.facebook.com/BDPMERKEZ
Bağımsız	A. Levent Tüzel	Sayfa	http://www.facebook.com/abdullahleventtuzel
Bağımsız	Ertuğrul Kürkçü	Sayfa	http://www.facebook.com/ertugrulkurkcu

Aşağıdaki tabloda analize alınan hesapların 18 Şubat 2012 tarihi itibarıyla “beğenen sayıları” görülmektedir (Tablo 20). En yüksek beğenen sayısına sahip hesaplar, 1.397.220 beğenen ile Kemal Kılıçdaroğlu ve 1.258.412 ile Recep Tayyip Erdoğan isimleriyle Facebook ortamında bulunan hesaplardır. Bu hesapların her ikisinin de partilerin resmi hesapları olmadığı, liderlerin adlarıyla bulunan hesaplar olduğu dikkat çekmektedir.

⁹² Facebook hesaplarının seçiminde, partilere ait resmi Facebook hesapları esas alınmıştır. Resmi Facebook hesabının bulunmadığı durumlarda 500.000'den fazla kişinin beğendiği sayfalar örnekleme alınmıştır. Bağımsız adaylar arasından Facebook'ta 8.000'in üzerinde beğeniye sahip sayfası bulunanlar örnekleme dahil edilmiştir. Her ne kadar kayıtlanmış hesaplar arasında hem “Kişi hesabı (profili)” hem de Sayfa Hesabı (Eski adıyla “Hayran Sayfası”) bulunsun da, Kişi hesabı olarak kayıtlanmış hesaplarda analize uygun veri bulunamamıştır. Bu nedenle analiz, sadece “Sayfa hesabı” verileri üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Tablo 20. Beğenen Sayıları

Parti	Hesap	Hesap Yönetimi	Beğenen Sayısı
AKP	Recep Tayyip Erdoğan	Sosyal medya uzmanı	1.258.412
AKP	AK Parti'yi Seviyoruz	Sosyal medya uzmanı	548.920
CHP	Cumhuriyet Halk Partisi	Sosyal medya uzmanı	19.593
CHP	Kemal Kılıçdaroğlu	Sosyal medya uzmanı	1.397.220
CHP	Sakin Güç	Sosyal medya uzmanı	43.169
MHP	SesVerTürkiye	Sosyal medya uzmanı	62.953
BDP	BDP BARIŞ VE DEMOKRASİ PARTİSİ	Sosyal medya uzmanı	113.707
Bağımsız	A. Levent Tüzel	Kendisi	8.375
Bağımsız	Ertuğrul Kürkçü	Sosyal medya uzmanı	25.006

A. Levent Tüzel'e ait Facebook sayfası dışında, analize dahil edilen tüm sayfaların sosyal medya uzmanı tarafından yönetildiği gözlenmiştir. Partinin tamamını temsil eden Facebook sayfaları için bu durum olağandır. Ancak liderler, diğer bir deyişle bir bireyi temsil eden hesapların da sosyal medya uzmanları tarafından yönetilmiş olması ilgi çekicidir.

Analize tabi tutulan hesapların “temel bilgiler” bölümünde herhangi bir bağlantı adresi (URL) bulundurmayan tek kullanıcı A. Levent Tüzel'dir. Diğer hesapların tamamında ya Facebook içi ya da Facebook dışı bir sayfaya ait bağlantı adresi bulunmaktadır. Bağlantı adresinin ait olduğu içeriğin konumuna bakıldığında, CHP'ye ait “Sakin Güç” ve MHP'ye ait “Ses Ver Türkiye” sayfalarının hem Facebook içi hem de Facebook dışı olduğu görülmektedir. Diğer hesaplardaki bağlantı adresleri ise yalnızca Facebook dışındaki bir içeriğe aittir; bu adresler çoğunlukla partinin veya kullanıcının resmi İnternet sitesidir. Hangi hesapta hangi bağlantı adreslerinin paylaşımına açıldığı Tablo 21'de görülmektedir.

Tablo 21. Bağlantı Adresleri

Parti	Hesap	Paylaşılan Bağlantı Adresi ⁹³
AKP	Recep Tayyip Erdoğan	http://www.rte.gen.tr/
AKP	AK Parti'yi Seviyoruz	http://akpartiyiseviyoruz.blogspot.com/
CHP	Cumhuriyet Halk Partisi	https://twitter.com/herkesicinCHP http://www.chp.org.tr
CHP	Kemal Kılıçdaroğlu	http://www.kemalkilicdaroglu.com
CHP	Sakin Güç	www.facebook.com/sakinguc www.facebook.com/sakingucuz www.facebook.com/K.Kilicdaroglu http://www.chp.org.tr
MHP	SesVerTürkiye	www.sesverturkiye.com.tr http://www.twitter.com/sesverturkiye http://www.facebook.com/svturkiye http://www.youtube.com/svturkiye http://www.mhp.org.tr http://www.sesverturkiye.com.tr
BDP	BDP BARIŞ VE DEMOKRASİ PARTİSİ	http://bdpblog.wordpress.com/
Bağımsız	A. Levent Tüzel	YOK
Bağımsız	Ertuğrul Kürkçü	twitter.com/#!/ekurkcu http://www.ertugrulkurkcu.org

Partilerin resmi web siteleri dışında paylaşımına açtıkları bağlantı adresleri arasında, Twitter hesaplarına ait bağlantı adresleri, Cumhuriyet Halk Partisi, SesVerTürkiye ve Ertuğrul Kürkçü hesaplarında, YouTube'a ait bağlantı adresi yalnızca SesVerTürkiye hesabında, bir blog uygulaması olan Wordpress'e ait bağlantı adresi ise yalnızca BDP BARIŞ VE DEMOKRASİ PARTİSİ hesabında görülmektedir.

Analize alınan hesaplarda, hesap bilgileri arasında Türkçe dışında herhangi bir dildeki içeriğe/bilgiye yer verilen tek hesap BDP BARIŞ VE DEMOKRASİ PARTİSİ hesabı olmuştur. Bu hesabın hesap bilgileri arasında Türkçe'nin yanı sıra hem Kürtçe'ye hem de İngilizce'ye yer verilmiştir.

Hesapların profil görsellerindeki özellikler Tablo 22'de görülmektedir.

⁹³ Facebook arayüzünde yazıldığı gibi alıntılanmıştır.

Tablo 22. Profil Görseli Özellikleri

Parti	Hesap	Profil Görseli Özellikleri		
		Temsil	Fon Kullanımı ⁹⁴	Logo Kullanımı
AKP	Recep Tayyip Erdoğan	Kendisi	Fonsuz	Yok
AKP	AK Parti'yi Seviyoruz	Recep Tayyip Erdoğan	Fonsuz	Yok
CHP	Cumhuriyet Halk Partisi	Parti Logosu	Kodlanamıyor	Var
CHP	Kemal Kılıçdaroğlu	Kendisi (Farklı kişilerle bir arada)	Fonlu	Var
CHP	Sakin Güç	Kemal Kılıçdaroğlu	Fonsuz	Var
MHP	SesVerTürkiye	Devlet Bahçeli	Fonsuz	Var
BDP	BDP BARIŞ VE DEMOKRASİ PARTİSİ	Parti Logosu	Kodlanamıyor	Var
Bağımsız	A. Levent Tüzel	Kendisi (Farklı kişilerle bir arada)	Fonlu	Yok
Bağımsız	Ertuğrul Kürkçü	Kendisi	Fonlu	Yok

Profil görselindeki temsile bakıldığında, özellikle parti ile özdeş hesaplarda (Sakin Güç, AK Parti'yi Seviyoruz, SesVerTürkiye) liderlere ait görsellerin kullanıldığı görülmüştür. BDP BARIŞ VE DEMOKRASİ PARTİSİ ve Cumhuriyet Halk Partisi hesaplarında ise yalnızca parti logosu kullanılmıştır. Hesaplarda profil görseli olarak kişilerin temsiline bakıldığında, Kemal Kılıçdaroğlu ve A. Levent Tüzel'in kullandıkları görsellerde başka bireyler ile birlikte temsil edilmeyi seçtikleri görülmüştür. Profil görselinde parti logosunun kullanılıp kullanılmadığı incelendiğinde, CHP, MHP ve BDP'ye ait hesapların profil görsellerinde logo kullanıldığı, A. Levent Tüzel ve Ertuğrul Kürkçü'nün hesapları ile AKP'nin hesaplarında parti logosuna yer verilmediği görülmektedir. Bu durum, bağımsız adaylar olarak seçimlere katılan adaylar için olağan görülebilmektedir. Ne var ki diğer tüm siyasi partiler profil görsellerinde parti logosuna yer verirken AKP'nin vermemiş olması dikkat çekicidir.

Analize alınan hesaplardan Cumhuriyet Halk Partisi, Sakin Güç, BDP Barış ve Demokrasi Partisi ve Ertuğrul Kürkçü hesaplarında, sayfanın “resmi sayfa” olduğu belirtilmiştir (Tablo 23). Recep Tayyip Erdoğan, AK Parti'yi Seviyoruz, Kemal Kılıçdaroğlu, Ses Ver Türkiye ve A. Levent Tüzel hesaplarında ise sayfanın “resmi sayfa” olduğuna ilişkin herhangi bir bilgi bulunmamaktadır. İncelenen hesapların bazılarında (Recep Tayyip Erdoğan, AK Parti'yi Seviyoruz, Kemal Kılıçdaroğlu ve Ses Ver Türkiye), bu hesaplarda herhangi bir içerik paylaşımında bulunmak isteyen kullanıcıların uyması gereken bir takım kurallar belirlenmiş

⁹⁴ Burada “fon”, adayın katıldığı bir toplantı veya yaptığı bir konuşma sırasında çekilmiş bir fotoğrafta, arkaplanda olan ve adayın bulunduğu ortamla ilgili fikir veren bir zemin olarak tanımlanmaktadır.

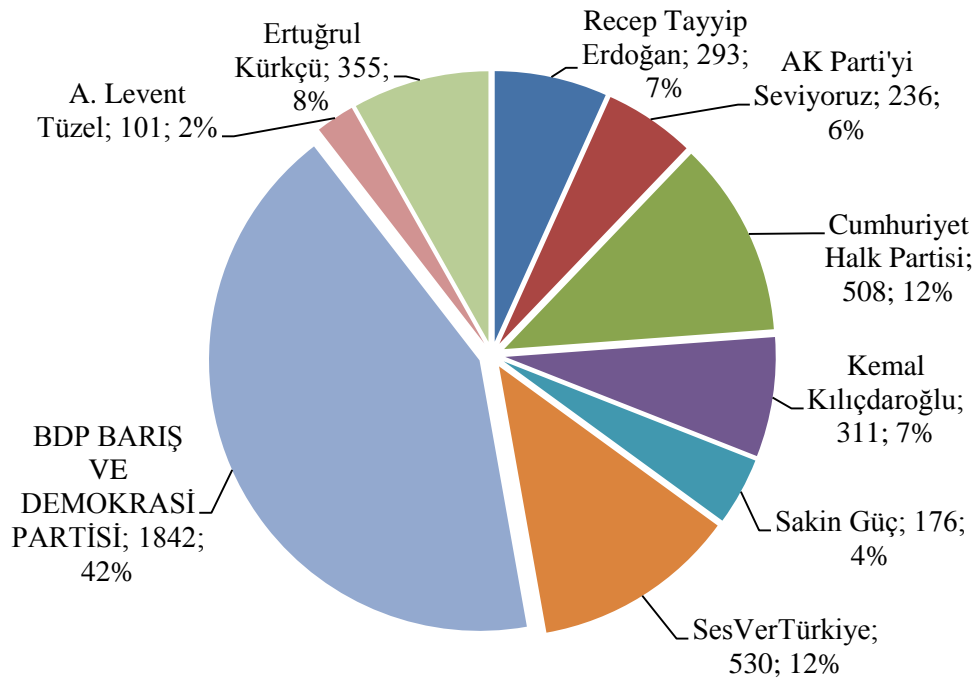
ve sayfa kullanıcıları ile paylaşılmıştır. Cumhuriyet Halk Partisi, Sakin Güç, BDP Barış ve Demokrasi Partisi, A. Levent Tüzel ve Ertuğrul Kürkçü hesaplarında ise kullanıcılara yönelik herhangi bir “sayfa kuralı” belirtilmemiştir.

Tablo 23. Sayfa Türü ve Kuralları

Parti	Hesap	Resmi Sayfa	Sayfa Kuralları
AKP	Recep Tayyip Erdoğan	Hayır	Evet
AKP	AK Parti'yi Seviyoruz	Hayır	Evet
CHP	Cumhuriyet Halk Partisi	Evet	Hayır
CHP	Kemal Kılıçdaroğlu	Hayır	Evet
CHP	Sakin Güç	Evet	Hayır
MHP	SesVerTürkiye	Hayır	Evet
BDP	BDP BARIŞ VE DEMOKRASİ PARTİSİ	Evet	Hayır
Bağımsız	A. Levent Tüzel	Hayır	Hayır
Bağımsız	Ertuğrul Kürkçü	Evet	Hayır

İncelenen hesaplardan örneklem döneminde (1 Nisan 2011 – 30 Haziran 2011) gönderilen gönderilerin sayısı ve dağılımı aşağıdaki gibidir (Şekil 73):

Şekil 73. Örneklem Gönderi Sayısı

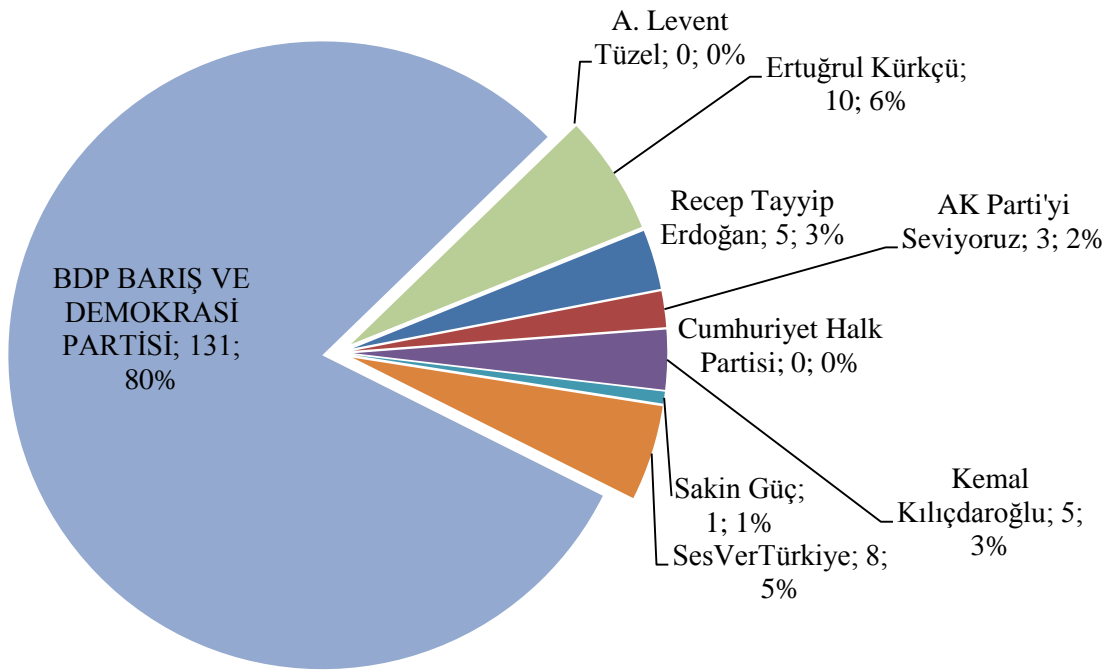


Örnekleme yer alan hesaplar arasında, BDP 1842 gönderi ile Facebook’u en yoğun kullanan parti olmuştur. Diğer hesaplardan gönderilen örneklem dönemindeki gönderi sayıları Recep

Tayyip Erdoğan için 293, AK Parti'yi Seviyoruz için 236, Cumhuriyet Halk Partisi için 508, Kemal Kılıçdaroğlu için 311, Sakin Güç için 176, Ses Ver Türkiye için 530, A. Levent Tüzel için 101 ve Ertuğrul Kürkçü için 355'tir. CHP hesapları arasında en yoğun kullanımı gerçekleştirmiş hesap, "Cumhuriyet Halk Partisi" isimli resmi hesaptır. Bu hesaptan yapılan gönderiler, diğer CHP hesaplarına kıyasla çok daha fazladır.

12 Haziran'daki gönderi ise Şekil 74'te görülebilir.

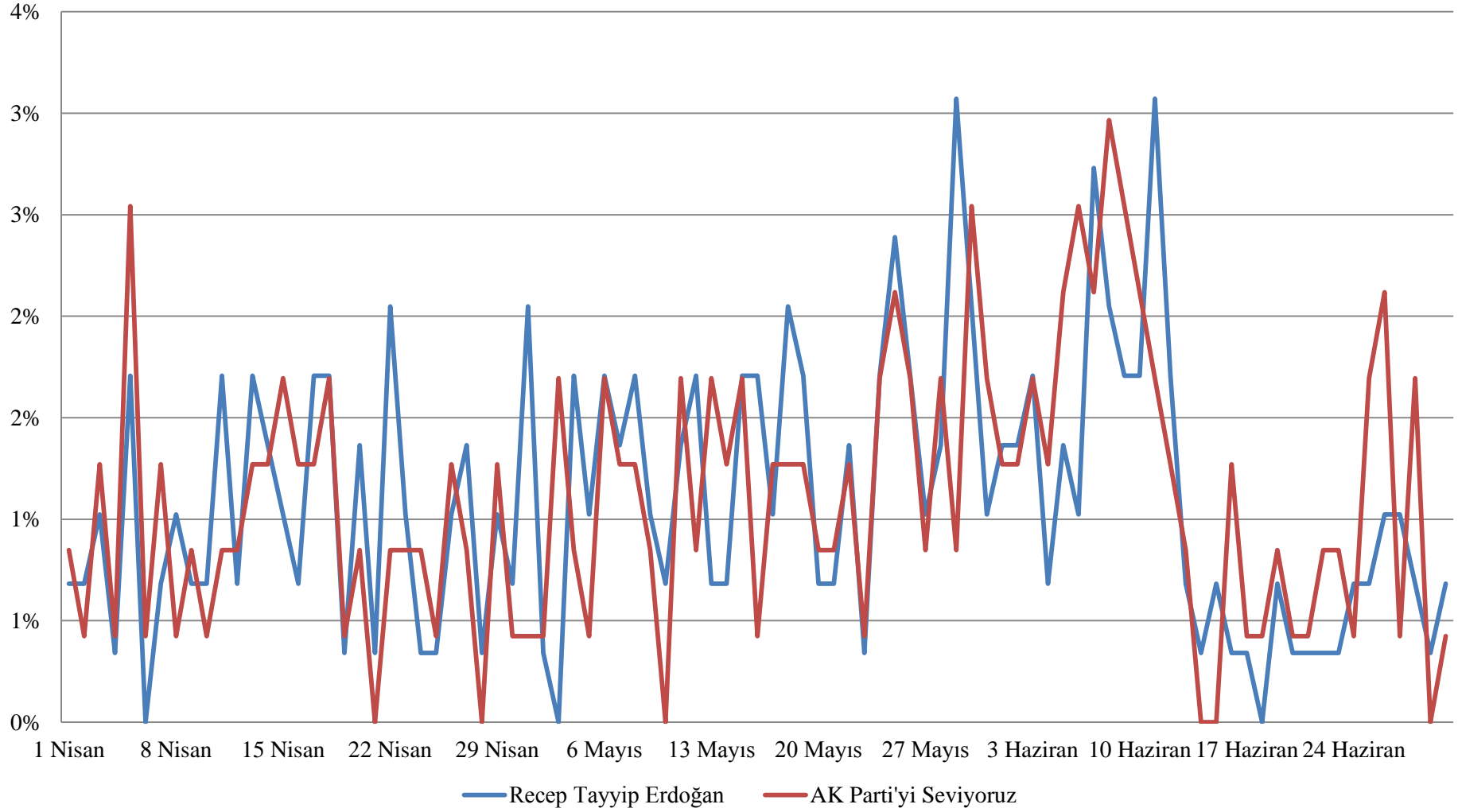
Şekil 74. 12 Haziran Gönderi Sayısı



Hesaplarda gönderi sıklığı değiştiği için, verileri kıyaslayabilmek adına, her hesapta günlük gönderi sayısı, o hesabın örneklem dahilinde incelenen toplam gönderi sayısına bölünerek yüzdelik değerlere dönüştürülmüştür.

Günlük bazda AKP hesaplarının sunduğu görünüm Şekil 75'te verilmiştir.

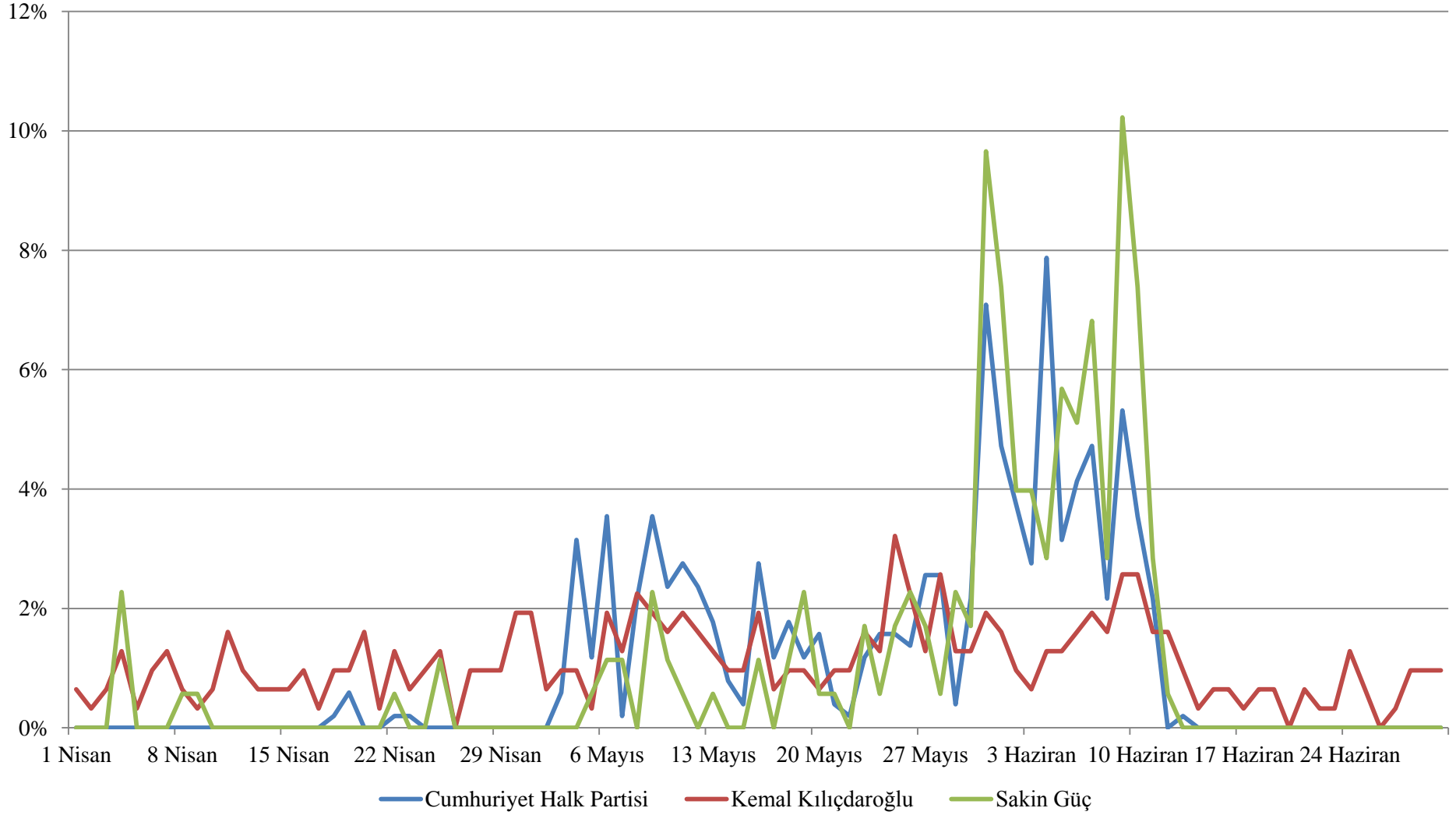
Şekil 75. AKP Hesapları Günlük Gönderi Oranları



AKP hesaplarının gönderi yoğunlukları incelendiğinde, seçim haftasında gerek Recep Tayyip Erdoğan hesabında gerekse AK Parti'yi Seviyoruz hesabında gönderi sayılarının, hesaptaki ortalama gönderi sayısının üzerine çıktığı görülmektedir. Recep Tayyip Erdoğan hesabında, 22 Nisan; 1, 18, 15, 19, 30 Mayıs; 7, 8 ve 11 Haziran 2011 tarihlerinde gönderi yoğunluğunun daha fazla olduğu tespit edilmiştir. AK Parti'yi Seviyoruz hesabında ise, 5 Nisan; 25 ve 30 Mayıs; 5, 6, 7, 8, 0, 10 ve 26 Haziran 2011 tarihlerinde yoğunluk gözlenmektedir. Recep Tayyip Erdoğan hesabının hiç gönderisi olmayan günler 6 Nisan, 3 Mayıs ve 18 Haziran 2011'dir. AK Parti'yi Seviyoruz hesabının hiç gönderisi olmayan günler ise 21 ve 29 Nisan; 10 Mayıs; 14, 15 ve 29 Haziran 2011'dir.

CHP hesaplarının günlük gönderi oranları Şekil 76'da yer almaktadır.

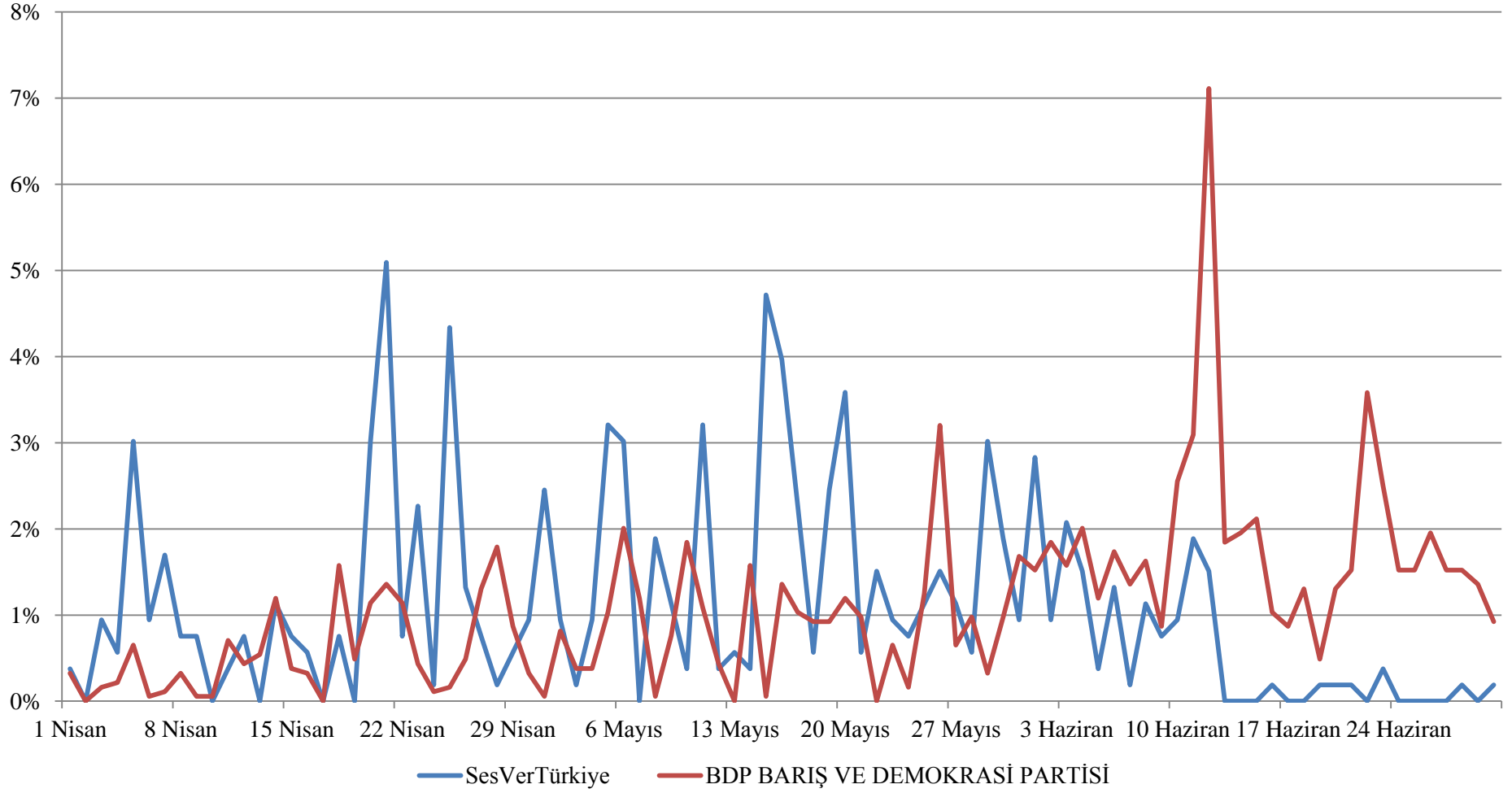
Şekil 76. CHP Hesapları Günlük Gönderi Oranları



CHP hesaplarının gönderi yoğunlukları incelendiğinde, özellikle Cumhuriyet Halk Partisi ve Sakin Güç hesaplarının Mayıs ayından sonra daha yoğun kullanıldığı görülmektedir. Bu hesaplar, özellikle 31 Mayıs – 12 Haziran 2011 tarihleri arasında en yoğun kullanılmışlardır. Kemal Kılıçdaroğlu hesabı ise daha istikrarlı bir biçimde kullanılmış, hemen hemen her gün birtakım gönderiler bu hesap üzerinden dolaşıma sokulmuştur. Sakin Güç ve Cumhuriyet Halk Partisi hesaplarında ise Nisan ayında ve 12 Haziran'dan sonra hiçbir gönderinin dolaşıma sokulmadığı günlerin bulunduğu görülmektedir.

MHP ve BDP hesaplarının günlük gönderi oranları Şekil 77'de verilmiştir.

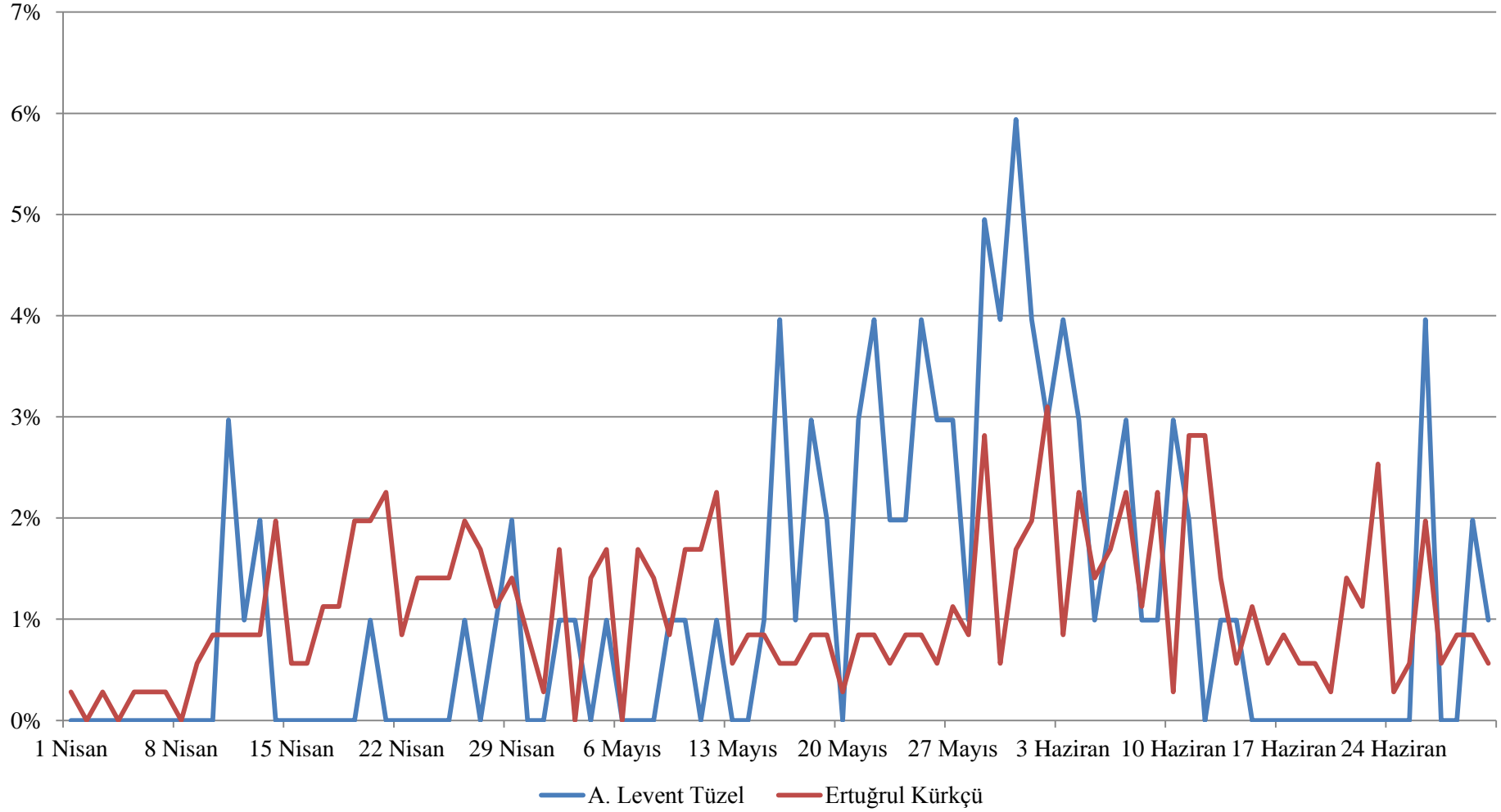
Şekil 77. MHP ve BDP Hesapları Günlük Gönderi Oranları



MHP'yi temsilen örnekleme bulunan SesVerTürkiye hesabında çok inişli çıkışlı bir kullanımın benimsendiği görülmektedir. Bazı günler hiç gönderisi olmayan hesapta bazı günler arka arkaya daha çok sayıda gönderi dolaşıma sokulmuştur. BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabında ise oldukça yoğun bir kullanım söz konusudur. Hiçbir gönderinin dolaşıma sokulmadığı gün sayısı oldukça az olan BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabında, en yoğun kullanım seçim günü olan 12 Haziran 2011 tarihinde gerçekleşmiştir. 26 Mayıs ile 10,11, 15, 22 ve 23 Haziran 2011 tarihlerinde de normal kullanımın çok üstünde bir yoğunluk görülmektedir.

Bağımsız adayların günlük kullanım pratiği ise Şekil 78'de görülebilir.

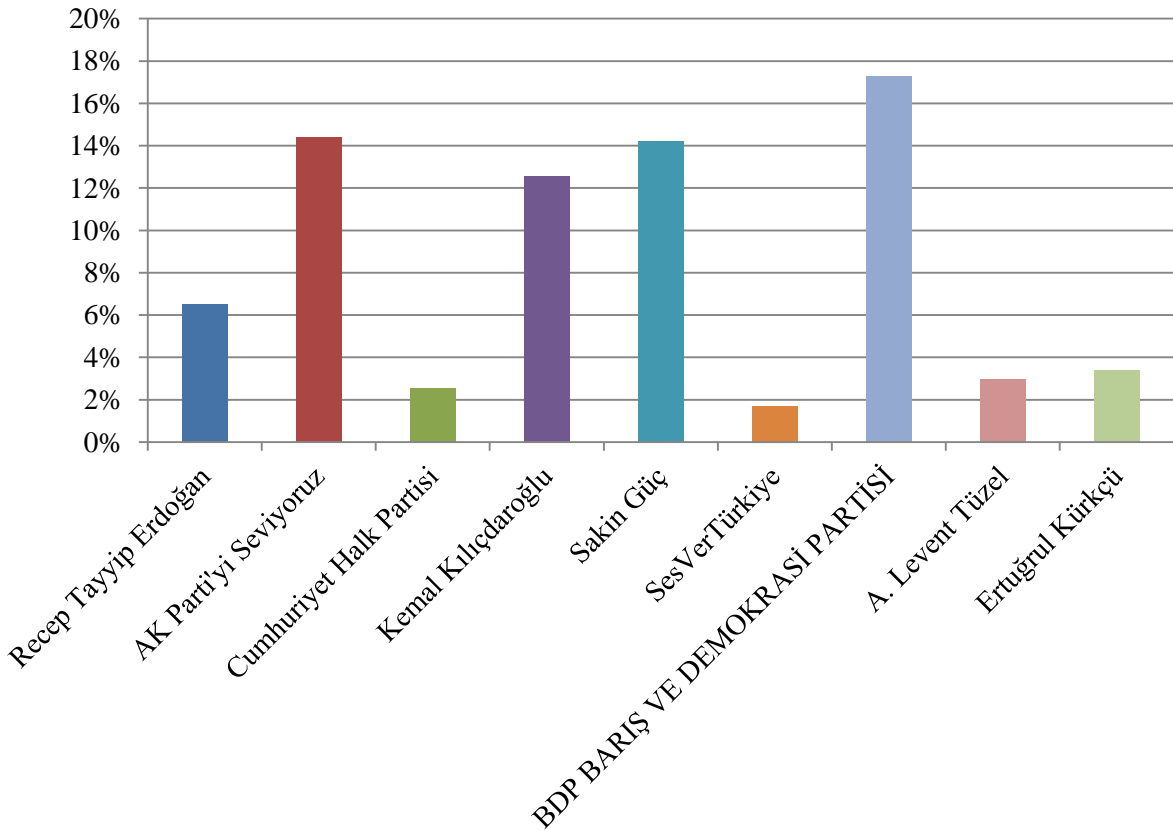
Şekil 78. Bağımsız Adaylara Ait Hesapların Günlük Gönderi Oranları



A. Levent Tüzel hesabının hiç gönderisi bulunmayan pek çok gün mevcuttur. Aynı hesaptan bazı günler arka arkaya çok sayıda gönderinin dolaşıma sokulduğu da gözlenmiştir. Hesabın en yoğun kullanıldığı günü 31 Mayıs 2011 oluşturmaktadır. Ertuğrul Kürkçü hesabında ise 2, 4, 8 Nisan ile 3 ve 6 Mayıs 2011 tarihlerinde hiçbir gönderi bulunmamaktadır. Diğer günlerde en az 1 gönderisi bulunan hesabın genel olarak istikrarlı bir kullanım performansı gösterdiği söylenebilmektedir. Hesaptan en çok gönderinin dolaşıma sokulduğu gün 2 Haziran 2011'dir. Seçim günü olan 12 Haziran, ve bir önceki gün olan 11 Haziran 2011 tarihlerinde de hesap yoğun biçimde kullanılmıştır.

Aşağıda, hesaplardaki görsel kullanım oranları verilmiştir (Şekil 79).

Şekil 79. Gönderide Görsel Kullanım Oranları

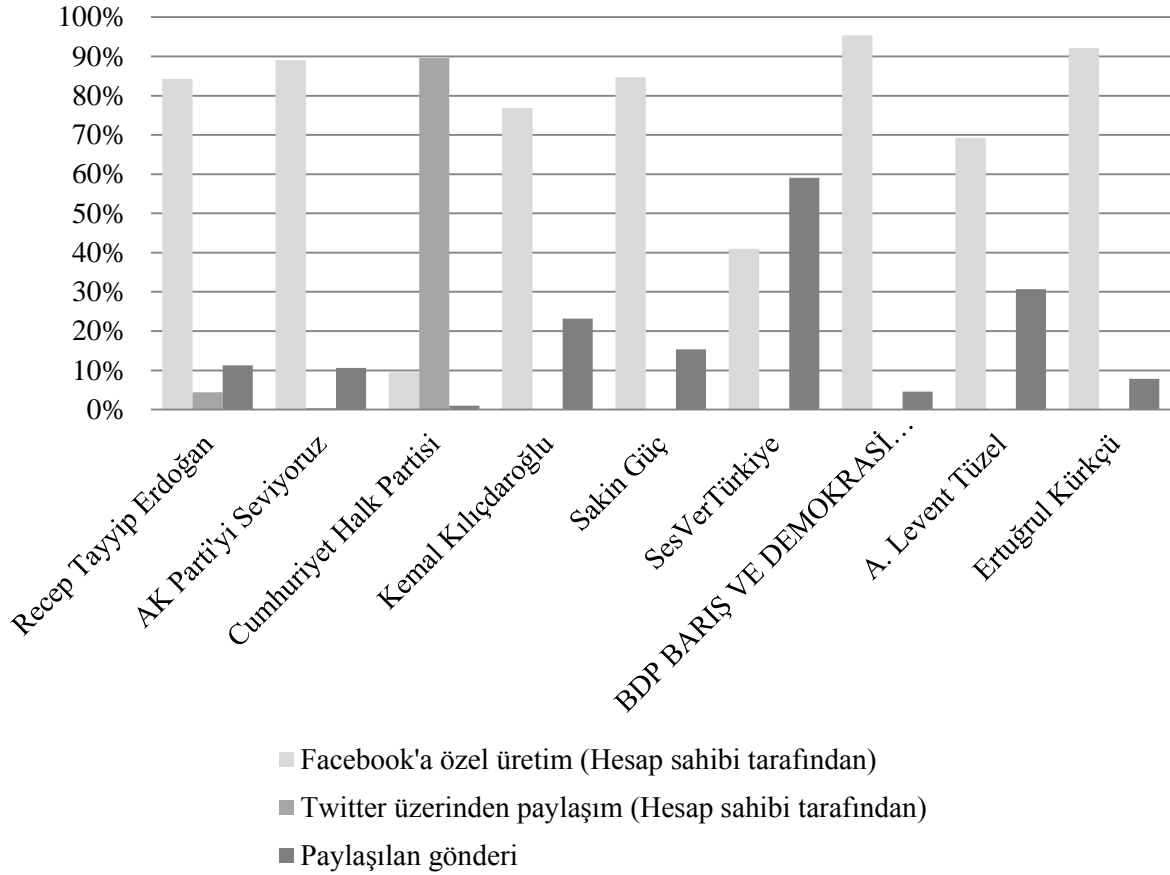


Facebook gönderilerinde görsel kullanımının en yoğun olduğu hesap %17,26 (318) oranıyla BDP BARIŞ VE DEMOKRASİ PARTİSİ hesabı olmuştur. BDP'yi %14,41 (34) oranıyla AK Parti'yi Seviyoruz hesabı ve %14,20 oranıyla (25) Sakin Güç hesabı izlemiştir. Yüksek oranda görsel kullanılan bir diğer hesap Kemal Kılıçdaroğlu hesabıdır. Bu hesaptaki gönderilerin %12,54'ünde (39) görsel kullanımına yer verilmiştir. Recep Tayyip Erdoğan

hesabındaki gönderilerde ise görsel kullanım oranı %6,48 (19)'dir. Örnekleme alınan diğer hesaplardaki görsel kullanım oranları %5'in altındadır. Bu hesaplardaki görsel kullanım oranları, Ertuğrul Kürkçü %3,38 (12), A. Levent Tüzel %2,97 (3), Cumhuriyet Halk Partisi %2,56 (13) ve MHP'ye ait SesVerTürkiye %1,70 (9)'tir.

İncelenen hesapların çoğunda, dolaşıma sokulan içeriğin Facebook'a özel olarak üretilmiş olduğu saptanmıştır (Şekil 80).

Şekil 80. Gönderi Kaynağı

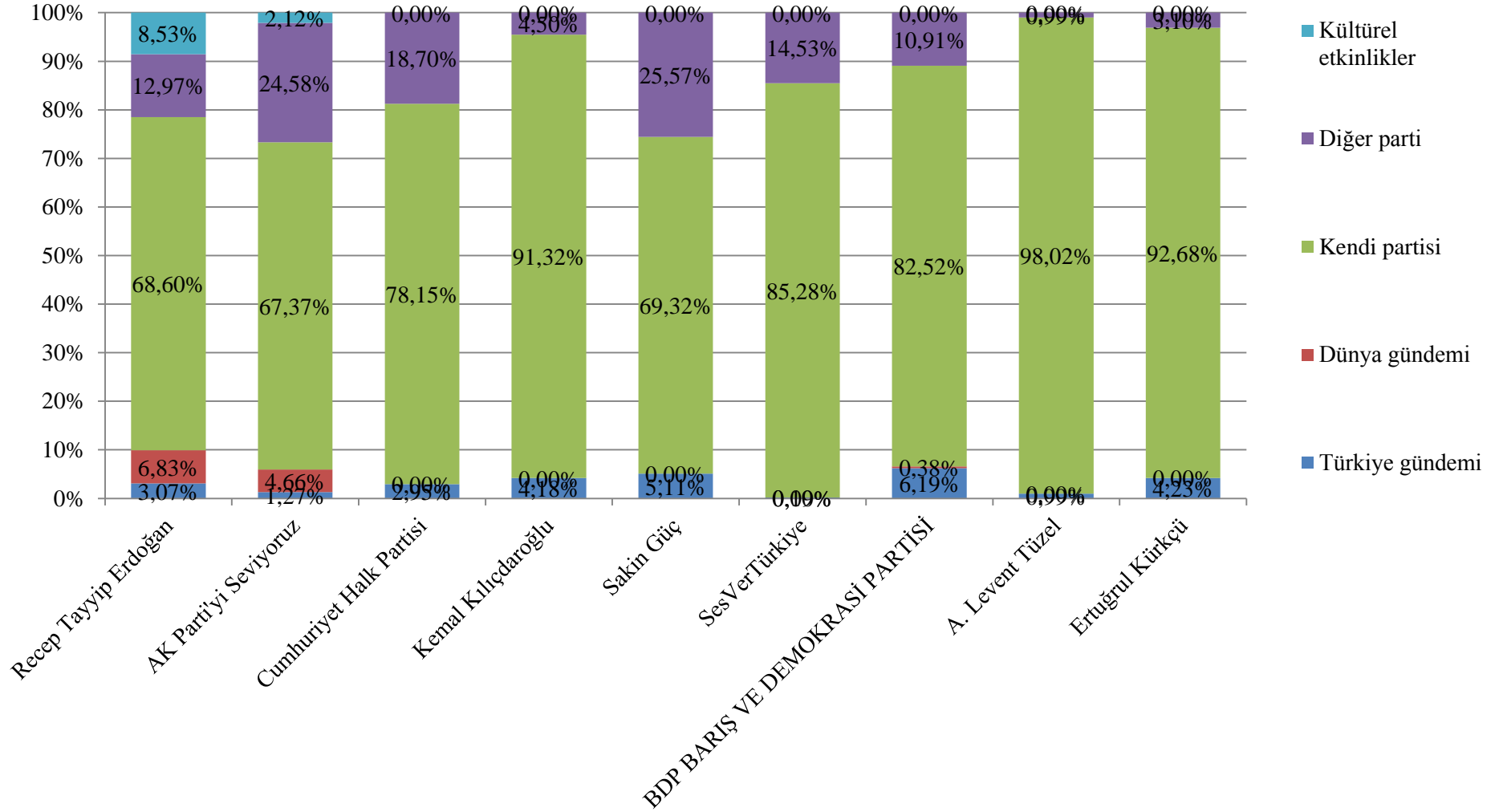


Cumhuriyet Halk Partisi ve MHP'nin SesVerTürkiye hesapları dışındaki tüm hesaplarda Facebook'a özel olarak üretilmiş içeriklerin oranı belirgin biçimde yüksektir. Recep Tayyip Erdoğan hesabında 247, AK Parti'yi Seviyoruz hesabında 210, Cumhuriyet Halk Partisi hesabında 48, Kemal Kılıçdaroğlu 239, Sakin Güç hesabında 149, SesVerTürkiye hesabında 217, BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabında 1757, A. Levent Tüzel hesabında 70 ve Ertuğrul Kürkçü hesabında 327 içerik Facebook'a özel olarak üretilmiştir. Cumhuriyet Halk Partisi hesabındaki içeriklerden 455'i (%89,57) Twitter üzerinden Facebook'a yönlendirilerek

dolaşıma sokulmuş içeriklerdir. Twitter üzerinden Facebook'ta içerik dolaşıma sokma, Recep Tayyip Erdoğan ve AK Parti'yi Seviyoruz hesaplarında sırasıyla 13 ve 1 içerikte görülmüştür. İncelenen diğer hesaplarda ise Twitter üzerinden Facebook'a aktarılan herhangi bir içerik bulunmamaktadır. Hesaplardaki paylaşılan gönderi oranları incelendiğinde, tüm hesaplarda dolaşıma sokulan içeriğin bir kısmının paylaşılan gönderilerden oluştuğu saptanmıştır. Paylaşılan gönderi, Facebook ağında veya İnternet'teki başka bir konumda olan ve bir Facebook kullanıcısı tarafından (kendi hesabı üzerinden) paylaşılarak yeniden dolaşıma sokulan içeriktir. Paylaşılan gönderilere en çok yer veren hesap 313 gönderi ile SesVerTürkiye hesabı olmuştur. A. Levent Tüzel Facebook hesabında 31, Kemal Kılıçdaroğlu hesabında 72, Sakin Güç hesabında 27, Recep Tayyip Erdoğan hesabında 33 ve AK Parti'yi Seviyoruz hesabında 25 içerik paylaşılan gönderilerden oluşmuştur. Diğer hesaplardaki içerikler arasında paylaşılan gönderilerin oranı %10'un altındadır. Bu hesaplarda yer alan paylaşılan gönderi sayısı, Cumhuriyet Halk Partisi'nde 5, BDP Barış ve Demokrasi Partisi'nde 85 ve Ertuğrul Kürkçü'de 28'dir.

Şekil 81'de görüldüğü üzere, incelenen Facebook hesaplarındaki gönderiler farklı temalara ayrılmaktadır.

Şekil 81. Gönderi Teması



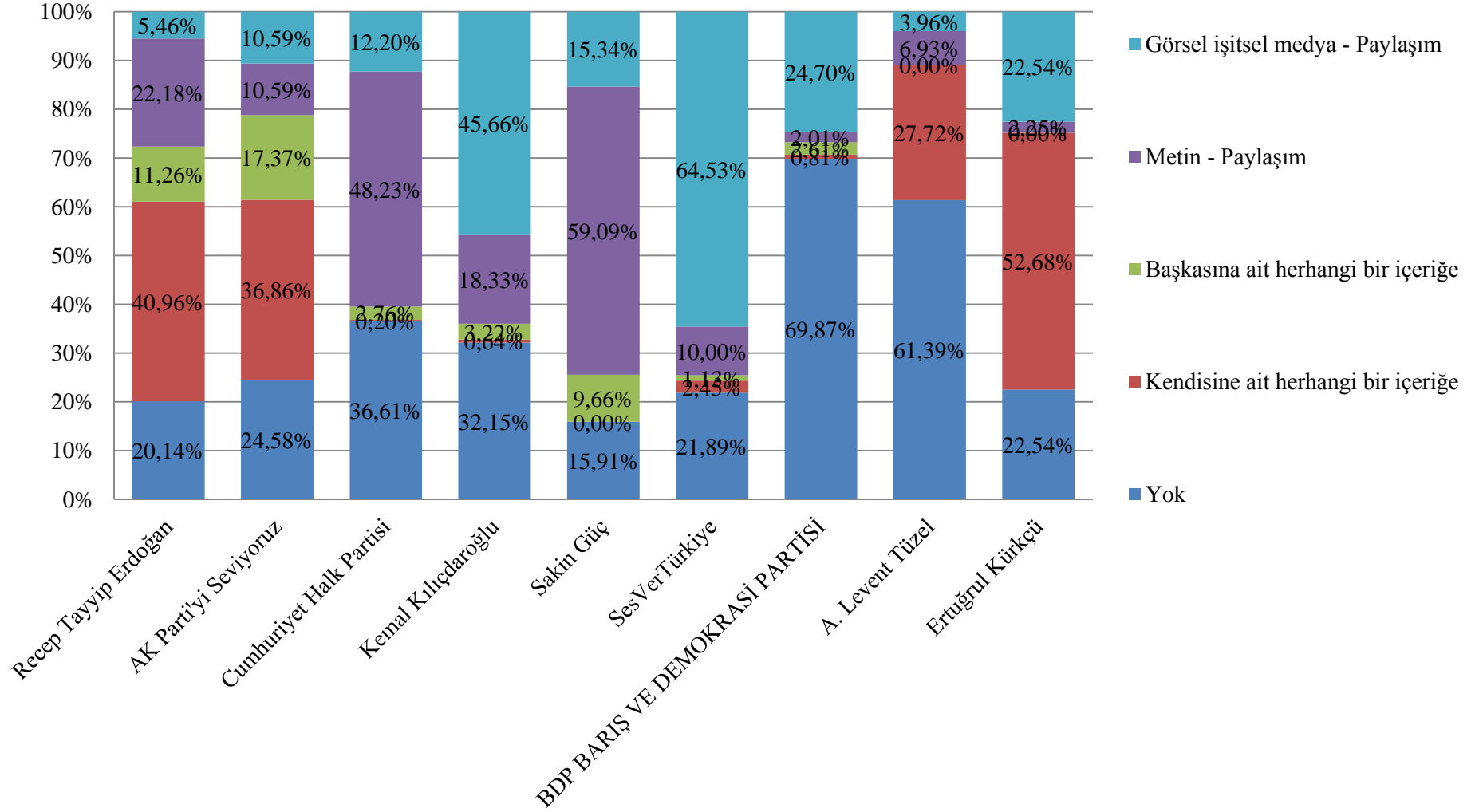
Gönderilerin çoğunda, dolaşıma sokulan içeriğin teması “kendi partisi”dir. Bu temaya en çok yer veren hesap %98,02 oranıyla (99) A. Levent Tüzel hesabı olmuştur. A. Levent Tüzel’i %92,68 (329) oranıyla Ertuğrul Kürkçü ve %91,32 oranıyla (284) Kemal Kılıçdaroğlu hesapları izlemiştir. Örnekleme alınan diğer hesaplarda “kendi partisi” temasını barındıran gönderilerin oranları, SesVerTürkiye %85,28 (452), BDP Barış ve Demokrasi Partisi %82,52 (1520), Cumhuriyet Halk Partisi %78,15 (397), Sakin Güç %69,32 (122), Recep Tayyip Erdoğan %68,60 (201) ve AK Partiyi Seviyoruz %67,37 (159)’dir.

Facebook gönderilerinde, hesaplar tarafından çoğunlukla kullanılan ikinci tema “diğer parti”dir. İncelenen hesaplardaki diğer parti temalı gönderilerin en yüksek oranı %25,57 (45) ile Sakin Güç hesabında bulunmaktadır. Sakin Güç’ü %24,58 (58) ile AK Partiyi Seviyoruz hesabı izlemektedir. Diğer parti temasının en az olduğu hesap, %0,99 oranıyla (1) A. Levent Tüzel hesabıdır. İncelenen hesaplardaki “diğer parti” temalı gönderilerin oranları ise şu şekildedir: Cumhuriyet Halk Partisi %18,70 (95), SesVerTürkiye %14,53 (77), Recep Tayyip Erdoğan %12,97 (38), BDP Barış ve Demokrasi Partisi %10,91 (201), Kemal Kılıçdaroğlu %4,50 (14) ve Ertuğrul Kürkçü %3,10 (11)’dur.

Facebook hesaplarında kullanılan diğer temalar “Türkiye gündemi”, “Dünya gündemi” ve “Kültürel etkinlikler” temalarıdır. Bu temalardan “Dünya gündemi” teması Recep Tayyip Erdoğan hesabında %6,83 (20), AK Partiyi Seviyoruz hesabında %4,66 (11) ve BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabında %0,38 (7) oranlarında kullanılmaktadır. Örnekleme alınan diğer hesaplarda ise “Dünya gündemi” teması ile gönderilen herhangi bir içerik bulunmamaktadır. “Kültürel etkinlikler” teması ile gönderilen içeriklere de sadece iki hesapta yer verildiği saptanmıştır. Bu içerikler, %8,53 (25) oranıyla Recep Tayyip Erdoğan ve %2,12 (5) oranıyla AK Partiyi Seviyoruz hesaplarında bulunmaktadır.

Facebook gönderilerinde farklı türden bağlantıların varlığı gözlenmiştir (Şekil 82).

Şekil 82. Gönderi İçinde Bağlantı Kullanımı

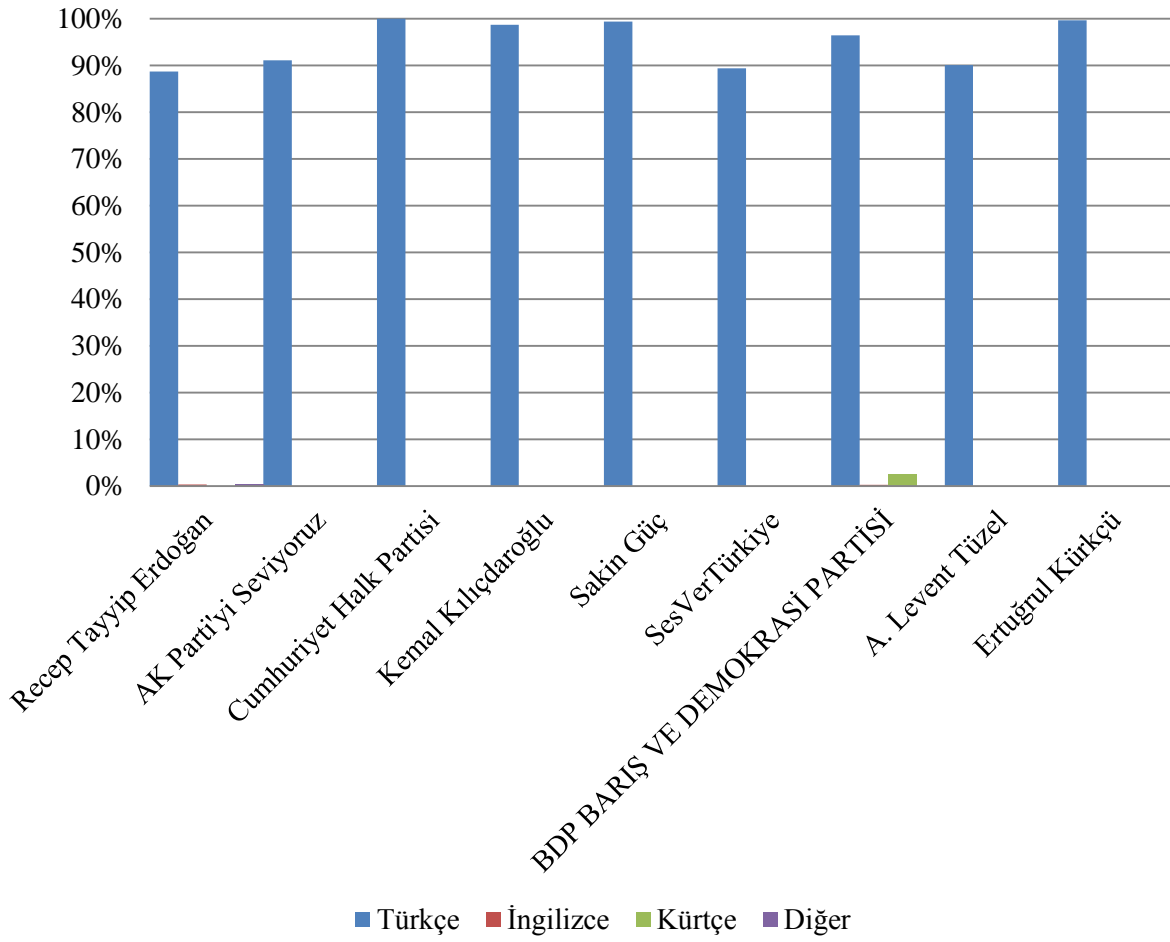


BDP BARIŞ VE DEMOKRASİ PARTİSİ ile A. Levent Tüzel hesaplarından yapılan gönderilerin çok büyük bir kısmı, herhangi bir paylaşım içermeyen, Facebook'a özel olarak yazılmış gönderilerden oluşmaktadır. Bu gönderilerin sayısı BDP Barış ve Demokrasi Partisi'nin hesabında 1287 (%69,87), A. Levent Tüzel hesabında 62 (%61,39)'dir. Diğer hesaplarda ise herhangi bir bağlantı adresi barındırmayan Facebook gönderilerinin sayıları Recep Tayyip Erdoğan hesabında 59, AK Parti'yi Seviyoruz hesabında 58, Cumhuriyet Halk Partisi hesabında 186, Kemal Kılıçdaroğlu hesabında 28, Sakin Güç hesabında 28, SesVerTürkiye hesabında 116 ve Ertuğrul Kürkçü hesabında 80'dir. Recep Tayyip Erdoğan ve Ertuğrul Kürkçü hesaplarından yapılan gönderilerin çok büyük bir kısmında hesap sahibinin kendisine ait bir Facebook içeriğine ait bağlantı adresi paylaşılmıştır. Böyle paylaşımlar içeren gönderilerin sayısı Recep Tayyip Erdoğan hesabında 120 (%40,96), Ertuğrul Kürkçü hesabında 187 (%52,68)'dir. Aynı şekilde diğer hesaplarda, hesap sahibine ait Facebook bağlantısı içeren gönderilerin sayısı, AK Parti'yi Seviyoruz hesabında 87, Cumhuriyet Halk Partisi hesabında 1, Kemal Kılıçdaroğlu hesabında 2, SesVerTürkiye hesabında 13, BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabında 15 ve A. Levent Tüzel hesabında 28'dir. Sakin Güç hesabından yapılan gönderiler arasında hesap sahibine ait herhangi bir Facebook içeriğine yönlendiren bağlantının bulunduğu bir gönderi yoktur. Bir başkasına ait Facebook içeriğine yönlendiren bağlantıların gönderiler arasında paylaşımı incelenen tüm hesaplarda düşük olmakla birlikte A. Levent Tüzel ve Ertuğrul Kürkçü hesaplarında hiç yoktur. Diğer hesaplarda ise en yüksek oranda başkasına ait Facebook bağlantısı paylaşımının görüldüğü hesap, 41 gönderi ile (%17,37) AK Parti'yi Seviyoruz hesabıdır. Başkasına ait Facebook bağlantısı paylaşımı 48 gönderi ile en yüksek sayıda BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabında görülse de, bu şekilde bağlantı paylaşımının tüm BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabından yapılan gönderiler arasındaki oranı %2,61'dir. Başka bir hesaba ait Facebook içeriğinin paylaşıldığı gönderilerin sayısı, Recep Tayyip Erdoğan hesabında 33, Cumhuriyet Halk Partisi hesabında 14, Kemal Kılıçdaroğlu hesabında 10, Sakin Güç hesabında 17, SesVerTürkiye hesabında ise 6'dır. Hesap sahibinin kendisine ya da başka bir kullanıcıya ait bir Facebook gönderisinin, hesaplardan yapılan gönderilerde yeniden dolaşıma sokulması, Facebook üzerinde oluşturulmuş söylem ve ifadelerin daha çok kişiye ulaşmasını sağlamak bakımından önemlidir. Bu noktada başkasına ait bir Facebook hesabından yapılmış gönderiler, gerek adayların, gerek parti destekçilerinin gerekse seçmenlerin görüşünü oluşturabilmektedir.

İncelenen hesaplarda, Facebook gönderileri dışındaki web içeriğinin paylaşımına bakıldığında, metin temelli web içeriğinin paylaşımı ve görsel-işitsel medya içeriğinin paylaşımı şeklinde ikili bir ayrıma gidilmiştir. Her iki başlık altında, hem geleneksel medya üretimlerinin çevrimiçi ortamlardaki dijital kopyaları hem de kullanıcı türevli içerikler bulunmaktadır. Blog yazıları ya da çevrimiçi haber sitelerindeki haberler gibi yazılı web içeriklerinin paylaşımı, en yoğun %59,09 (104) oranıyla Sakin Güç ve %48,23 (245) Cumhuriyet Halk Partisi hesaplarında görülmektedir. Diğer hesaplarda, Facebook dışındaki yazılı web içeriğinin Facebook gönderilerinde dolaşıma sokulması ise, Recep Tayyip Erdoğan hesabında 65, AK Parti'yi Seviyoruz hesabında 25, Kemal Kılıçdaroğlu hesabında 57, SesVerTürkiye hesabında 53, BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabında 37, A. Levent Tüzel hesabında 7 ve Ertuğrul Kürkçü hesabında 8 gönderide gerçekleşmiştir. Videolar gibi görsel – işitsel web içeriğinin Facebook gönderilerinde paylaşılması ise en yoğun %64,53 (342) oranıyla SesVerTürkiye ve %45,66 (142) oranıyla Kemal Kılıçdaroğlu hesaplarında görülmüştür. Sayı itibarıyla en çok görsel-işitsel web içeriğini paylaşan hesap ise 455 gönderi (%24,70) ile BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabıdır. Diğer hesapların, görsel-işitsel web içeriğine ait bağlantıları paylaştığı gönderilerin sayısı ise, Recep Tayyip Erdoğan hesabında 16, AK Parti'yi Seviyoruz hesabında 25, Cumhuriyet Halk Partisi hesabında 62, Sakin Güç hesabında 27, A. Levent Tüzel hesabında 4 ve Ertuğrul Kürkçü hesabında 80'dir.

Örnekleme alınan Facebook hesaplarında yer alan gönderilerin dili incelendiğinde, incelenen hesapların tamamında gönderilerin tamamına yakınının Türkçe olarak yazıldığı görülmüştür (Şekil 83).

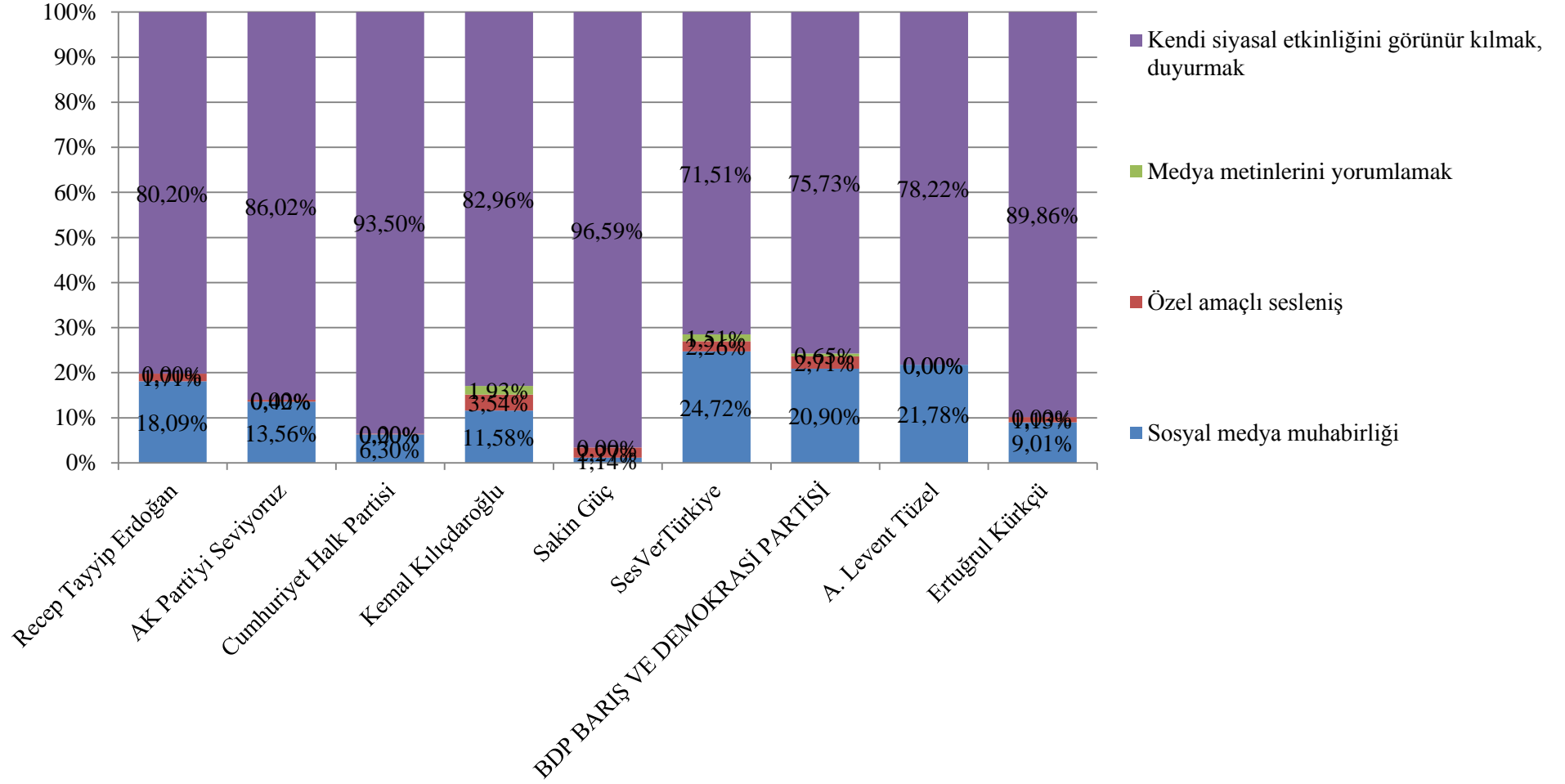
Şekil 83. Gönderinin Dili



Recep Tayyip Erdoğan'ın hesabında 260, AK Parti'yi Seviyoruz hesabında 215, Cumhuriyet Halk Partisi hesabında 508, Kemal Kılıçdaroğlu hesabında 307, Sakin Güç hesabında 175, SesVerTürkiye hesabında 474, BDP Barış ve Demokrasi Partisi'nde 1777, A. Levent Tüzel hesabında 91 ve Ertuğrul Kürkçü hesabında 354 gönderinin dili Türkçe'dir. Gönderilerde Türkçe dışında başka bir dilin kullanım oranı düşük olmakla birlikte, Recep Tayyip Erdoğan hesabında 1 gönderinin, BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabında ise 5 gönderinin dili İngilizce olarak belirlenmiştir. BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabında Türkçe ve İngilizcenin yanı sıra 47 Kürtçe gönderi de bulunmaktadır. Metin olarak yazılmamış ancak arayüzde gerçekleştirilen eylemler sonucunda ortaya çıkan gönderiler, arayüzün desteklediği farklı dillerde görüntülenebilmektedir. Bu şekilde olan gönderiler (örneğin albüme fotoğraf eklendiğini belirten gönderiler) kodlamada herhangi bir dil altında kodlanmamıştır.

İncelenen Facebook hesaplarında dolaşıma sokulan içeriklerin, en çok "kendi siyasal etkinliğini görünür kılmak, duyurmak" amacıyla gönderildiği gözlenmiştir (Şekil 84).

Şekil 84. Gönderi Kullanım Amacı



Grafik incelendiğinde, Facebook gönderilerinin “kendi siyasal etkinliğini görünür kılmak, duyurmak” amacıyla kullanılma oranları, hesaplara göre şu şekilde dağılım göstermektedir: Sakin Güç %96,59 (170), Cumhuriyet Halk Partisi %93,50 (475), Ertuğrul Kürkçü %89,86 (319), AK Partiyi Seviyoruz % 86,02 (203), Kemal Kılıçdaroğlu % 82,96 (258), Recep Tayyip Erdoğan %80,20 (235), A. Levent Tüzel %78,22 (79), BDP Barış ve Demokrasi Partisi %75,73 (1395) ve SesVerTürkiye %71,51 (379)’dir.

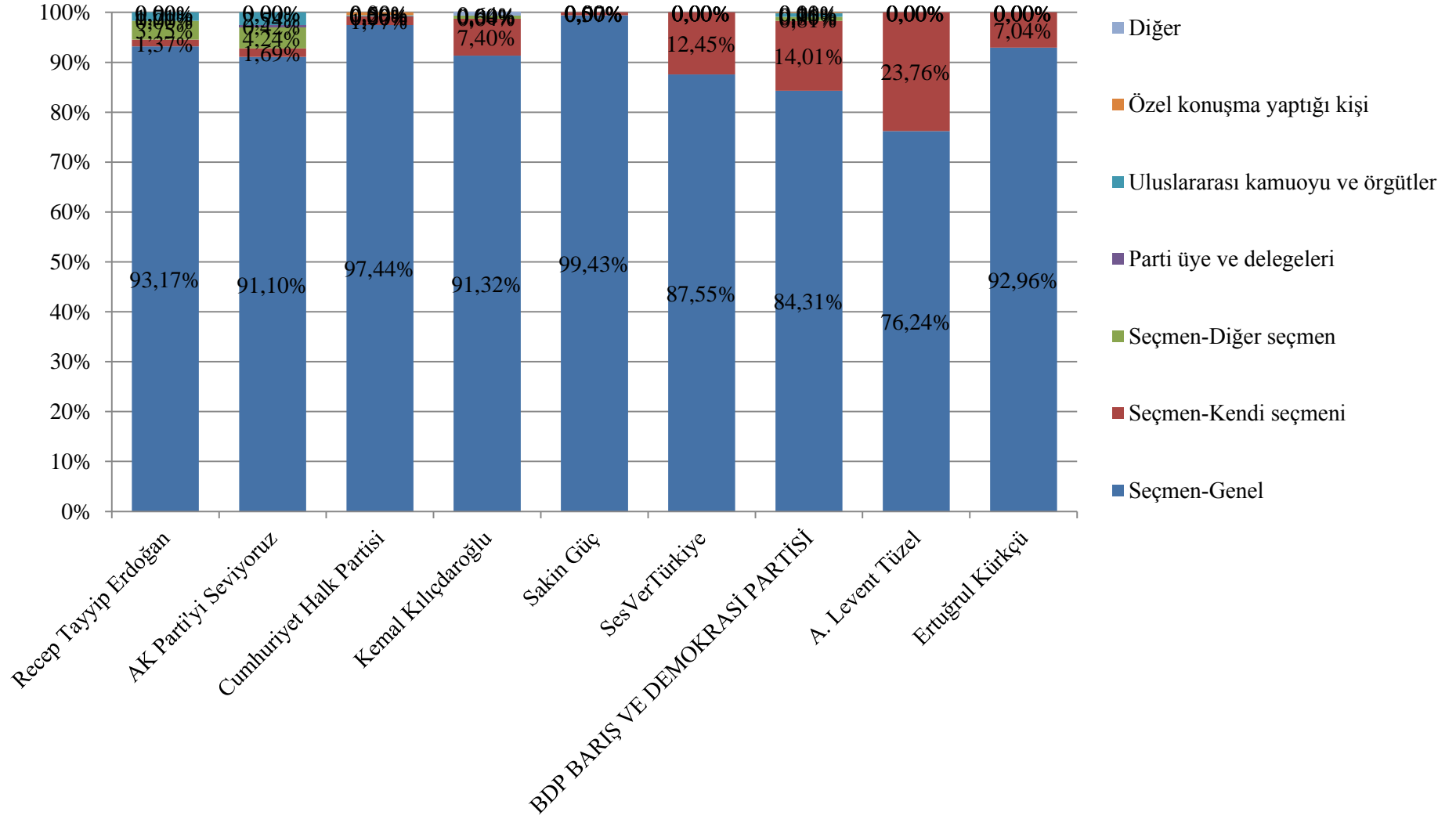
Facebook gönderilerini “sosyal medya muhabirliği” amacıyla kullanım oranının en yoğun olduğu hesap %24,72(131) oranıyla SesVerTürkiye hesabı olmuştur. Bu hesabı, %21,78 (22) oranıyla A. Levent Tüzel hesabı ve %20,90 (385) oranıyla BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabı izlemiştir. İncelenen diğer hesaplarda, sosyal medya muhabirliği amacı taşıyan gönderilerin oranı %20’nin altındadır. Bu hesaplardaki sosyal medya muhabirliği amacı taşıyan gönderilerin oranları, Recep Tayyip Erdoğan %18,09 (53), Ak Partiyi Seviyoruz %13,56 (32), Kemal Kılıçdaroğlu %11,58 (36), Ertuğrul Kürkçü %9,01 (32), ve Cumhuriyet Halk Partisi %6,30 (32)’dur. Sosyal medya muhabirliği amacı ile kullanımın en düşük oranı %1,14 (2) ile Sakin Güç hesabında görülmektedir.

A. Levent Tüzel hesabının dışındaki hesaplarda “özel amaçlı sesleniş” amacıyla kullanılan gönderiler de saptanmıştır. Bu amacın en yoğun olduğu hesap, Kemal Kılıçdaroğlu hesabıdır. Bu hesaptaki gönderilerin %3,54’ünde (11) özel amaçlı sesleniş bulunmaktadır. Diğer hesaplardaki özel amaçlı kullanım oranları ise %0,20 ve %2,27 arasında değişmektedir.

Örnekleme alınan hesaplardan Kemal Kılıçdaroğlu, SesVerTürkiye ve BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesaplarında ise diğer hesaplardan farklı olarak “medya metinlerini yorumlamak” amacıyla dolaşıma sokulan içerikler yer almaktadır. Bu hesaplardaki medya metinlerini yorumlamak amacıyla gönderi kullanım oranları, Kemal Kılıçdaroğlu hesabında %1,93 (6), SesVerTürkiye hesabında %1,51 (8) ve BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabında %0,65 (12)’tir.

Facebook hesaplarında yer alan gönderilerin hedef kitlesi incelendiğinde yoğunluğun “genel seçmen” kategorisinde olduğu görülmüştür (Şekil 85).

Şekil 85. Gönderinin Hedef Kitlesi



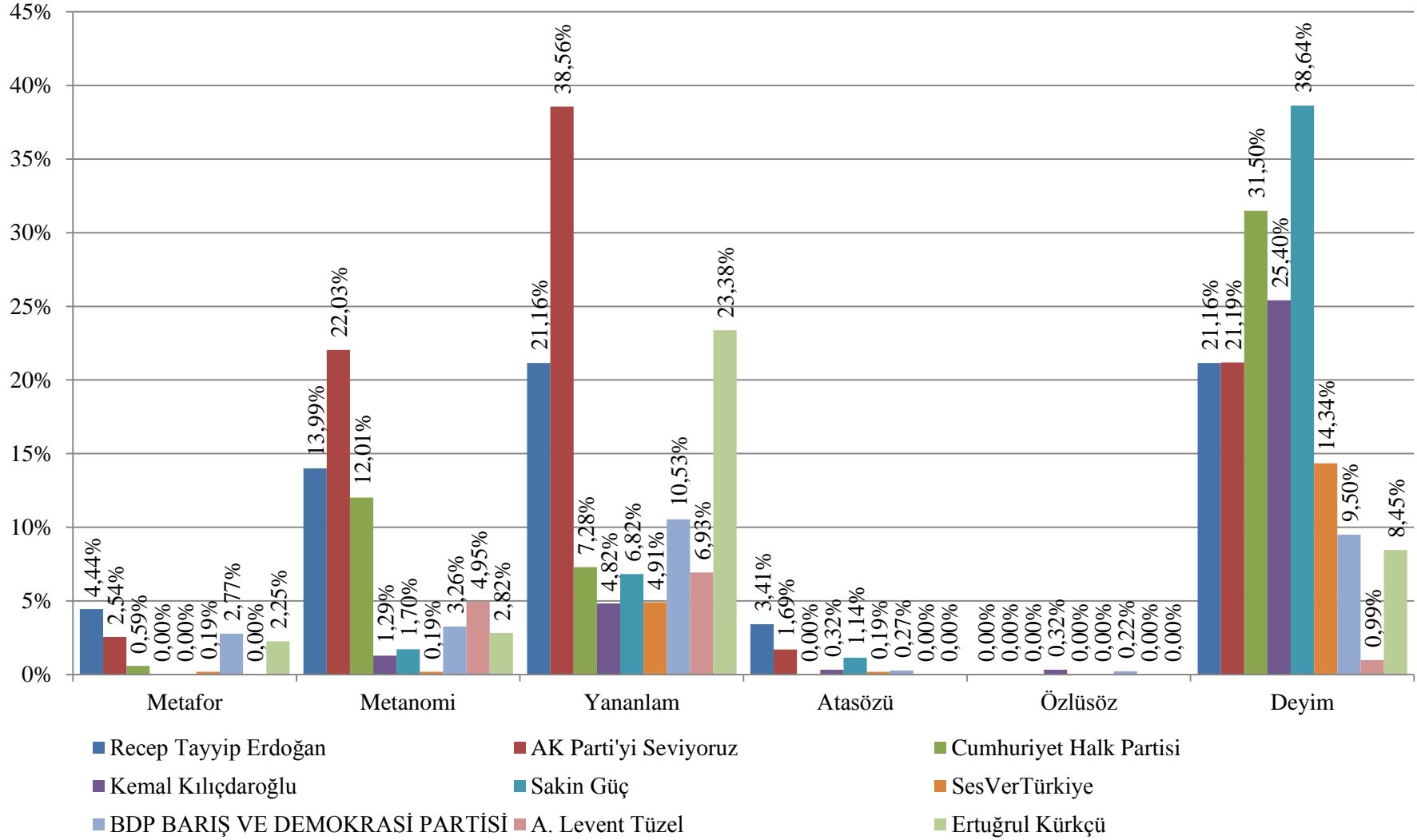
Genel seçmenin hedef kitlesi olduğu Facebook gönderilerinin sayıları, Recep Tayyip Erdoğan'da 273, AK Partiyi Seviyoruz'da 215, Cumhuriyet Halk Partisi'nde 495, Kemal Kılıçdaroğlu'nda 284, Sakin Güç'te 175, SesVerTürkiye'de 464, BDP Barış ve Demokrasi Partisi'nde 1553, A. Levent Tüzel'de 77 ve Ertuğrul Kürkçü'de 330'dur. Farklı yoğunluklarda olmakla birlikte örnekleme alınan tüm hesaplarda ikinci olarak "kendi seçmeni" kategorisi hedef kitle olarak öne çıkmaktadır. Kendi seçmenini hedef alan gönderiler ise Recep Tayyip Erdoğan'da 4, Ak Partiyi Seviyoruz'da 4, Cumhuriyet Halk Partisi'nde 9, Kemal Kılıçdaroğlu'nda 23, Sakin Güç'te 1, SesVerTürkiye'de 66, BDP Barış ve Demokrasi Partisinde 258, A. Levent Tüzel'de 24 ve Ertuğrul Kürkçü'de 25 tanedir. Grafikte görüldüğü üzere, Recep Tayyip Erdoğan (11), AK Partiyi Seviyoruz (10), Kemal Kılıçdaroğlu (2) ve BDP Barış ve Demokrasi Partisi (15) hesaplarında "diğer seçmen"e yönelik gönderiler de bulunmaktadır. Diğer kategorilere bakıldığında AK Partiyi Seviyoruz hesabında diğer hesaplardan farklı olarak 1 gönderinin hedef kitlesinin "parti üye ve delegeleri" olduğu saptanmıştır.

Uluslararası kamuoyu ve örgütlerin hedef kitle olarak öne çıktığı gönderilerin bulunduğu hesaplar ve gönderi oranları ise şu şekildedir: Recep Tayyip Erdoğan 5, AK Partiyi Seviyoruz 6, Cumhuriyet Halk Partisi, BDP Barış ve Demokrasi Partisi 14'tür.

Cumhuriyet Halk Partisi (3) ve BDP Barış ve Demokrasi Partisi (2) hesaplarında ise özel konuşma yapılan kişilerin de gönderilerin hedef kitlesinde yer aldığı görülmektedir.

Yapılan sınıflandırmada gönderide bulunan tüm kelime ve kelime grupları, kodlamada ilgili alana işaretlenmiştir. Dolayısıyla bir gönderide birden çok kelime ve kelime grubu kullanımı mümkündür (Şekil 86).

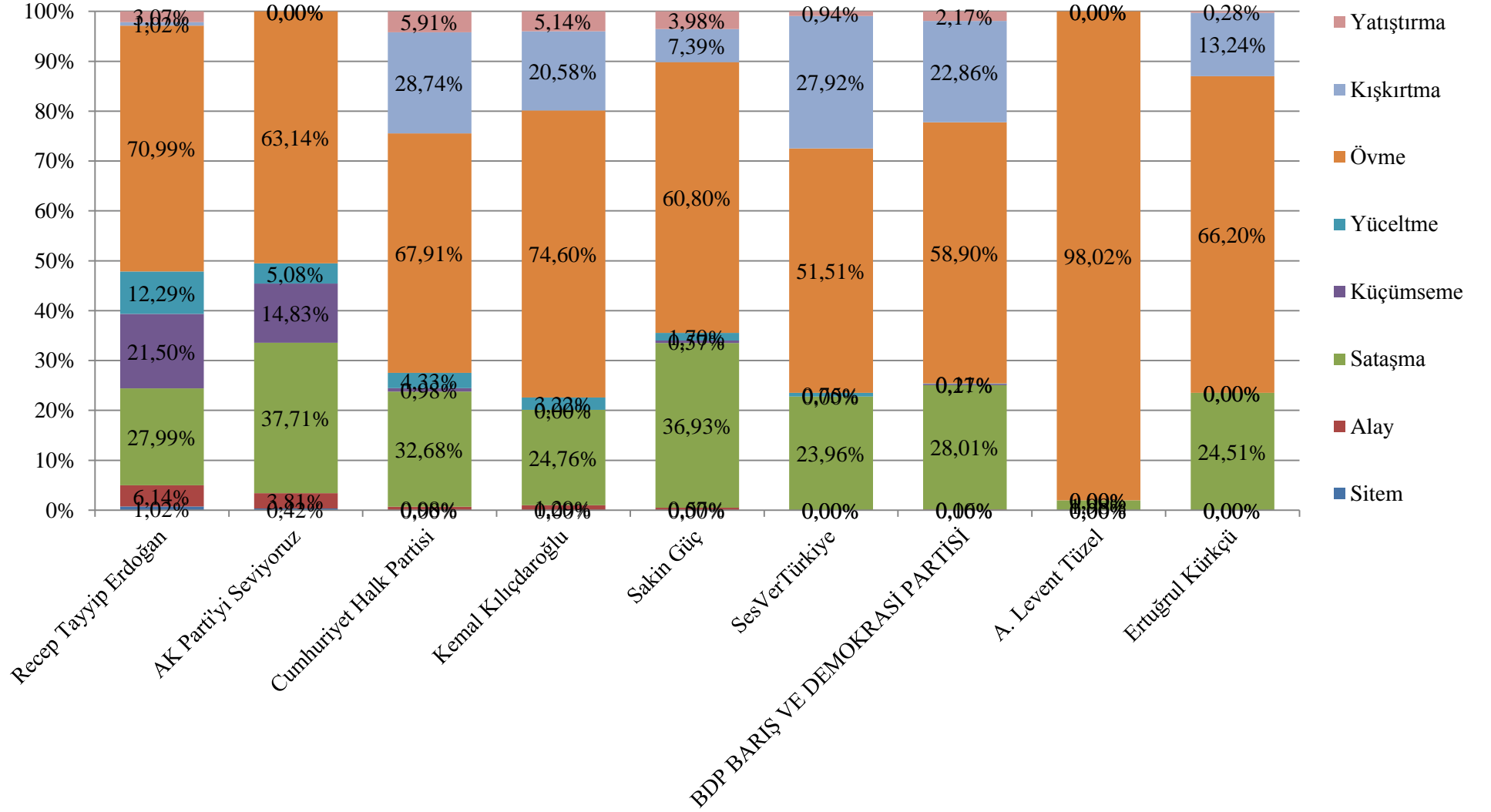
Şekil 86. Gönderilerde Kullanılan Kelime ve Kelime Grupları



Kullanılan kelime ve kelime grupları incelendiğinde, Recep Tayyip Erdoğan, AK Parti'yi Seviyoruz, BDP Barış ve Demokrasi Partisi ve Ertuğrul Kürkçü hesaplarından yapılan gönderilerde yoğun yan anlam kullanımı gözlenmiştir. Recep Tayyip Erdoğan hesabından yapılan gönderilerin 62'sinde, AK Parti'yi Seviyoruz hesabından yapılan gönderilerin 91'inde, BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabından yapılan gönderilerin 194'ünde ve Ertuğrul Kürkçü hesabından yapılan gönderilerin 83'ünde sözcükler yananlamlarıyla kullanılmışlardır. Recep Tayyip Erdoğan hesabında deyim kullanılan gönderi sayısı, yananlam kullanılan gönderi sayısı ile aynıdır ve yoğun kullanılan diğer kelime grubunu oluşturmaktadır. Deyimler, Cumhuriyet Halk Partisi hesabındaki 160, Kemal Kılıçdaroğlu hesabındaki 79, Sakin Güç hesabındaki 68, SesVerTürkiye hesabındaki 76, BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabındaki 175 ve Ertuğrul Kürkçü hesabındaki 30 gönderide saptanmıştır ve bu hesaplarda en çok kullanılan kelime ve kelime grubunu oluşturmaktadır. AK Parti'yi Seviyoruz hesabından yapılan gönderilerde deyim kullanımı 50 gönderide görülerek, bu hesaptan yapılan gönderiler arasında en çok kullanılan üçüncü kelime grubunu oluşturmaktadır. AK Parti'yi Seviyoruz hesabından yapılan gönderilerde en çok kullanılan ikinci kelime grubu ise 52 gönderide görülen metonimidir. Metonimi, Recep Tayyip Erdoğan hesabında 41, Cumhuriyet Halk Partisi hesabında 61, Kemal Kılıçdaroğlu hesabında 4, Sakin Güç hesabında 3, SesVerTürkiye hesabında 1, BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabında 60, A. Levent Tüzel hesabında 5 ve Ertuğrul Kürkçü hesabında 10 gönderide görülmüştür. Gönderilerinde metafor kullanan hesaplar, 13 gönderi ile Recep Tayyip Erdoğan, 6 gönderi ile AK Parti'yi Seviyoruz, 1 gönderiyle SesVerTürkiye, 51 gönderiyle BDP Barış ve Demokrasi Partisi ve 8 gönderiyle Ertuğrul Kürkçü hesaplarıdır. Gönderilerde atasözü kullanımı ise genel olarak düşüktür. Atasözü kullanımı yalnızca Recep Tayyip Erdoğan hesabında 10, AK Parti'yi Seviyoruz hesabında 4, Kemal Kılıçdaroğlu hesabında 1, Sakin Güç hesabında 2, SesVerTürkiye hesabında 1 ve BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabında 5 gönderide görülmüştür. Gönderilerdeki özlüsöz kullanımı incelendiğinde, Kemal Kılıçdaroğlu hesabından yapılan 1 ve BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabından yapılan 4 gönderide özlüsöz kullanımına rastlanmıştır.

Gönderilerin içerdiği üslup, sitem, alay, sataşma, küçümseme, yüceltme, övme, kışkırtma ve yatıştırma şeklinde kodlanmış ve her gönderi için uygun olan tüm seçenekler kodlama cetvelinde işaretlenmiştir (Şekil 87).

Şekil 87. Gönderi Üslubu



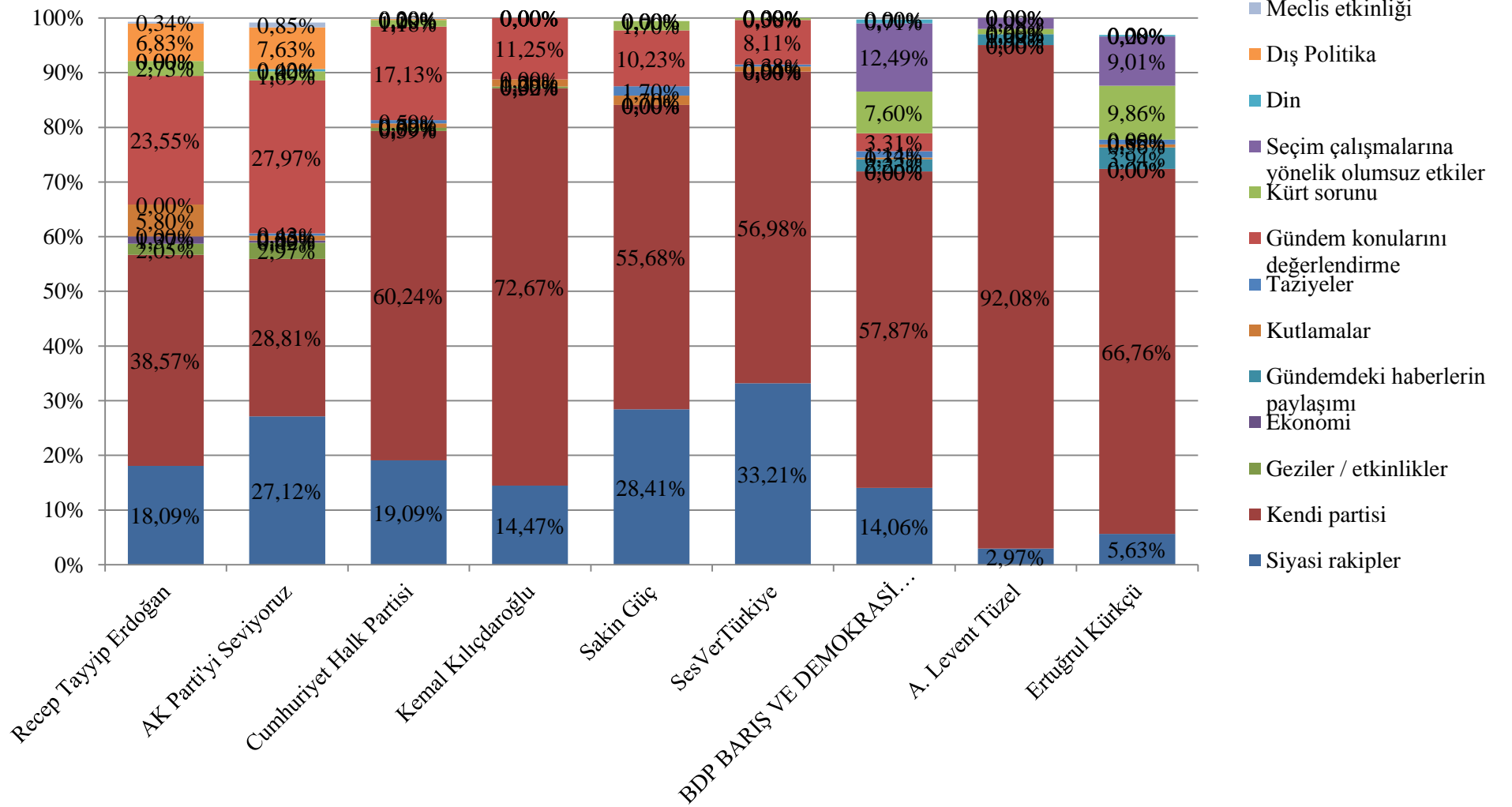
Yapılan analiz sonucunda, incelenen tüm hesaplardan yapılan gönderilerde en çok tercih edilen üslubun “övme” olduğu saptanmıştır. Recep Tayyip Erdoğan hesabında 208, AK Parti’yi Seviyoruz hesabında 149, Cumhuriyet Halk Partisi hesabında 345, Kemal Kılıçdaroğlu hesabında 232, Sakin Güç hesabında 107, SesVerTürkiye hesabında 273, BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabında 1085, A. Levent Tüzel hesabında 99 ve Ertuğrul Kürkçü hesabında 235 gönderide, gönderinin üslubu övme içermektedir. SesVerTürkiye dışındaki tüm hesaplardan yapılan gönderilerde en çok kullanılan ikinci üslup sataşma olmuştur. Üslup bakımından sataşma içeren gönderilerin sayısı, Recep Tayyip Erdoğan hesabında 82, AK Parti’yi Seviyoruz hesabında 89, Cumhuriyet Halk Partisi hesabında 166, Kemal Kılıçdaroğlu hesabında 77, Sakin Güç hesabında 65, BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabında 516, A. Levent Tüzel hesabında 2 ve Ertuğrul Kürkçü hesabında 87’dir. SesVerTürkiye hesabında ise en çok kullanılan ikinci üslup %27,92 (148) oranıyla kışkırtma, üçüncü üslup ise %23,96 (127) oranıyla sataşmadır. En çok kullanılan üçüncü üslup, Recep Tayyip Erdoğan hesabında %21,50 (63) ve AK Parti’yi Seviyoruz hesabında %14,83 (35) oranlarıyla küçümseme olurken, Cumhuriyet Halk Partisi hesabında %28,74 (146), Kemal Kılıçdaroğlu hesabında %20,58 (64), Sakin Güç hesabında %7,39 (13), BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabında %22,86 (421) ve Ertuğrul Kürkçü hesabında %13,24 (47) oranlarıyla kışkırtma olmuştur. Recep Tayyip Erdoğan hesabından yapılan gönderilerde üslup olarak kışkırtma içeren gönderilerin sayısı 3’tür. Gönderilerinde küçümsemeye yer veren diğer hesaplar 5’er gönderi ile Cumhuriyet Halk Partisi hesabı ve BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesapları, 1 gönderi ile Sakin Güç hesabıdır. Gönderileri arasında yüceltmeye yer veren hesaplar ise 36 gönderi ile Recep Tayyip Erdoğan, 12 gönderi ile AK Parti’yi Seviyoruz, 22 gönderi ile Cumhuriyet Halk Partisi, 10 gönderi ile Kemal Kılıçdaroğlu, 3 gönderi ile Sakin Güç, 4 gönderi ile SesVerTürkiye ve 2 gönderi ile BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesapları olmuştur.

Yatıştırma üslubu içeren gönderiler, Recep Tayyip Erdoğan hesabından yapılan gönderilerden 9, Cumhuriyet Halk Partisi hesabından yapılan gönderilerden 30, Kemal Kılıçdaroğlu hesabından yapılan gönderilerden 16, Sakin Güç hesabından yapılan gönderilerden 7, SesVerTürkiye hesabından yapılan gönderilerden 5, BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabından yapılan gönderilerden 40 ve Ertuğrul Kürkçü hesabından yapılan gönderilerden 1’inde görülmektedir. Alay içeren gönderilerin sayısı, Recep Tayyip Erdoğan hesabında 18, AK Parti’yi Seviyoruz hesabında 9, Cumhuriyet Halk Partisi hesabında 5, Kemal Kılıçdaroğlu hesabında 1 ve BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabında 3’tür. Üslup bakımından sitem

barındıran gönderiler az sayıda olmakla birlikte yalnızca Recep Tayyip Erdoğan hesabındaki 3 gönderide ve AK Parti'yi Seviyoruz hesabındaki 1 gönderide görülmektedir.

İncelenen tüm hesaplardaki gönderiler arasında en çok kullanılmış konu “Kendi partisi”dir (Şekil 88). Bağımsız adayların hesapları için de aynı konu başlığının kullanıldığı görülmektedir. Bağımsız adaylar için “kendi partisi” konu başlığı, adayın kendi seçim faaliyetleri ile ilgili yaptığı gönderileri kapsamaktadır.

Şekil 88. Gönderi Konusu



Facebook gönderilerinin oranları itibariyle ele alındığında “kendi partisi” konusuyla paylaşımda bulunma sayıları, A. Levent Tüzel için 93, Kemal Kılıçdaroğlu için 226, Ertuğrul Kürkçü için 237, Cumhuriyet Halk Partisi için 306, BDP Barış ve Demokrasi Partisi için 1066, SesVerTürkiye için 302, Sakin Güç için 98, Recep Tayyip Erdoğan için 113 ve AK Parti’yi Seviyoruz için 68’dir. Recep Tayyip Erdoğan ve AK Parti’yi Seviyoruz hesaplarından yapılan paylaşımlarda en çok kullanılan ikinci konuyu, sırasıyla 69 ve 66 gönderi ile “gündem konularını değerlendirme” oluşturmuştur. Bu hesaplardan yapılan paylaşımlar arasında en çok kullanılan üçüncü konu ise 53 ve 64 gönderi ile “siyasi rakipler” olmuştur. “Siyasi rakipler” konusu altında kodlanan gönderiler, Cumhuriyet Halk Partisi (97), Kemal Kılıçdaroğlu (45), Sakin Güç (50), SesVerTürkiye (176), BDP Barış ve Demokrasi Partisi (256) ve A. Levent Tüzel (3) hesaplarından yapılan paylaşımlar arasında en çok kullanılan ikinci konuyu oluşturmuştur. Ertuğrul Kürkçü’nün hesabından yapılan gönderiler arasında ise en çok kullanılan ikinci konuyu “Kürt sorunu” (35), üçüncü konuyu “seçim çalışmalarına yönelik olumsuz etkiler” (32), dördüncü konuyu “siyasi rakipler” (20) oluşturmuştur. “Seçim çalışmalarına yönelik olumsuz etkiler”, Ertuğrul Kürkçü dışında BDP Barış ve Demokrasi Partisi (230) ve A. Levent Tüzel (2) hesaplarından yapılan gönderilerin konuları arasında bulunmakta, incelenen diğer hesaplardaki gönderiler arasında bu konu bulunmamaktadır. “Seçim çalışmalarına yönelik olumsuz etkiler” konusu, BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabının gönderileri arasında da en çok kullanılan üçüncü konuyu oluşturmaktadır. Cumhuriyet Halk Partisi (87), Kemal Kılıçdaroğlu (35), Sakin Güç (18) ve SesVerTürkiye (43) hesaplarından yapılan gönderilerde en çok kullanılan üçüncü konu, “gündem konularını değerlendirme” oluşturmuştur. “Gündem konularını değerlendirme”, BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabının gönderilerinden 61’inde görülerek, bu hesabın gönderileri arasında en çok kullanılan dördüncü konuyu oluşturmaktadır. “Kürt sorunu” konusu altında kodlanan gönderiler Kemal Kılıçdaroğlu hesabı dışındaki tüm hesaplarda az sayıda da olsa gönderilmiştir. Bu konuya gönderileri arasında en çok yer veren hesap 140 gönderi ile BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabıdır. Kürt sorunu konusunda gönderisi bulunan diğer hesapların, bu konudaki gönderi sayıları ise, Recep Tayyip Erdoğan hesabında 8, AK Parti’yi Seviyoruz hesabında 4, Cumhuriyet Halk Partisi hesabında 6, Sakin Güç hesabında 3, SesVerTürkiye hesabında 2 ve A. Levent Tüzel hesabında 1’dir.

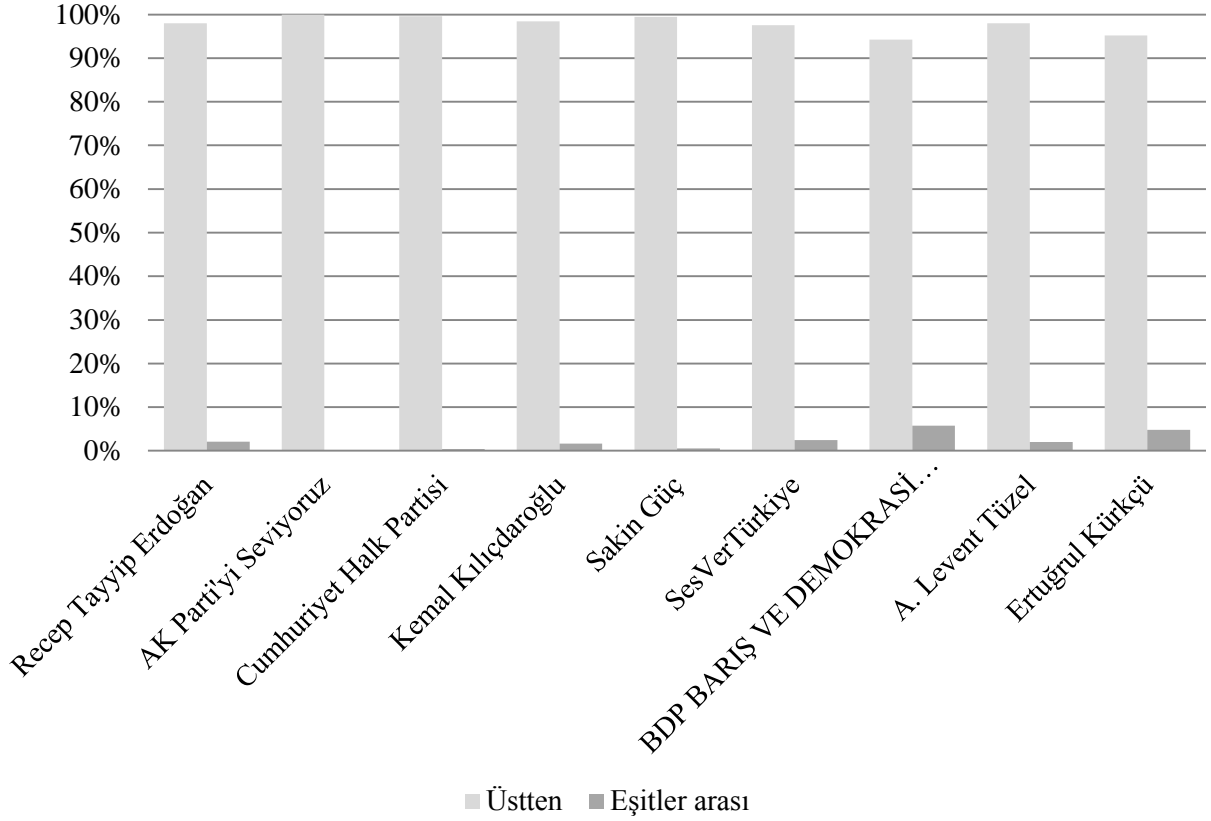
Meclis etkinliği ile ilgili gönderisi bulunan hesaplar yalnızca Recep Tayyip Erdoğan (1), AK Parti’yi Seviyoruz (2) ve Cumhuriyet Halk Partisi (1) hesaplarıdır. Dış politika konusundaki

gönderiler Recep Tayyip Erdoğan (20) ve AK Parti'yi Seviyoruz (18) hesaplarında yoğun olarak kullanılmış, Cumhuriyet Halk Partisi hesabında 1 gönderide bulunmuş, diğer hesaplarda ise hiç kullanılmamıştır. Din konusuyla ilgili gönderisi bulunan hesaplar ise 13 gönderi ile BDP Barış ve Demokrasi Partisi ve 1'er gönderi ile AK Parti'yi Seviyoruz ve Ertuğrul Kürkçü hesapları olmuştur. Kutlama ve taziye konulu gönderiler, A. Levent Tüzel dışındaki tüm hesaplarda, az sayıda olmakla birlikte kullanılmış konulardır. Kutlama konulu gönderiler, Recep Tayyip Erdoğan hesabında 17, AK Parti'yi Seviyoruz hesabında, 2, Cumhuriyet Halk Partisi ve Kemal Kılıçdaroğlu hesaplarında 4'er, Sakin Güç hesabında 3, SesVerTürkiye hesabında 5, BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabında 6 ve Ertuğrul Kürkçü hesabında 2 adettir. Taziye konulu gönderiler ise, AK Parti'yi Seviyoruz hesabında 1, Cumhuriyet Halk Partisi, Sakin Güç ve Ertuğrul Kürkçü hesaplarında 3'er, SesVerTürkiye hesabında 2 ve BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabında 21 adettir. A. Levent Tüzel'in hesabından yapılan gönderiler arasında ne kutlama gönderisi ne de taziye gönderisi bulunmaktadır. Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu hesaplarından yapılan gönderiler arasında da taziye gönderisi bulunmamaktadır. Gündemdeki haberlerin paylaşımı, yalnızca BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabında 41, A. Levent Tüzel hesabında 2 ve Ertuğrul Kürkçü hesabında 14 gönderide yer almaktadır. Diğer hesaplarda bu konuda gönderi bulunmamaktadır. Ekonomi konusu ise yalnızca Recep Tayyip Erdoğan hesabında 4 ve AK Parti'yi Seviyoruz hesabında 1 gönderide saptanmıştır. Gezi ve etkinliklerine gönderileri arasında yer veren hesaplar ise Recep Tayyip Erdoğan (6), AK Parti'yi Seviyoruz (7), Cumhuriyet Halk Partisi (3) ve Kemal Kılıçdaroğlu (1) hesapları olmuştur.

Kodlama cetvelinde bulunan ancak çok az sayıda gönderide saptandığından grafiğe yansıtılmayan konulardaki gönderiler, "Siyasi kimliği için geleneksel medya kullanımı" konusunda Recep Tayyip Erdoğan hesabında 2 ve BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabında 3 gönderi, "Teşkilat açılışı ve yerel teşkilat etkinliği" Ertuğrul Kürkçü hesabında 7 gönderi, "Kişisel gündem" BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabında 1 gönderi, "Seçim sonucu ile ilgili teşekkür" Ertuğrul Kürkçü hesabında 3 gönderi, "Spor olayları" Sakin Güç hesabında 1 gönderi, "Seçimden istek, rica" Ertuğrul Kürkçü hesabında 1 gönderi, "Türk Silahlı Kuvvetleri" AK Parti'yi Seviyoruz hesabında 2 gönderiden oluşmaktadır. Yine kodlama cetvelinde bulunan ancak hiçbir gönderide saptanamayan konu başlıkları ise "AB ile ilgili konular", "Seçim kampanya duyurular", "Seçime ilişkin temenni ya da dilekler", "Seçim bölgesinin yerel gündemi" ve "Toplumsal olaylar"dır.

Örnekleme alınan Facebook hesaplarında yer alan gönderilerin dilindeki bakış açısı incelendiğinde neredeyse tamamının “üstten” bir bakış açısına sahip olduğu görülmektedir (Şekil 89).

Şekil 89. Gönderi Dilindeki Bakış Açısı

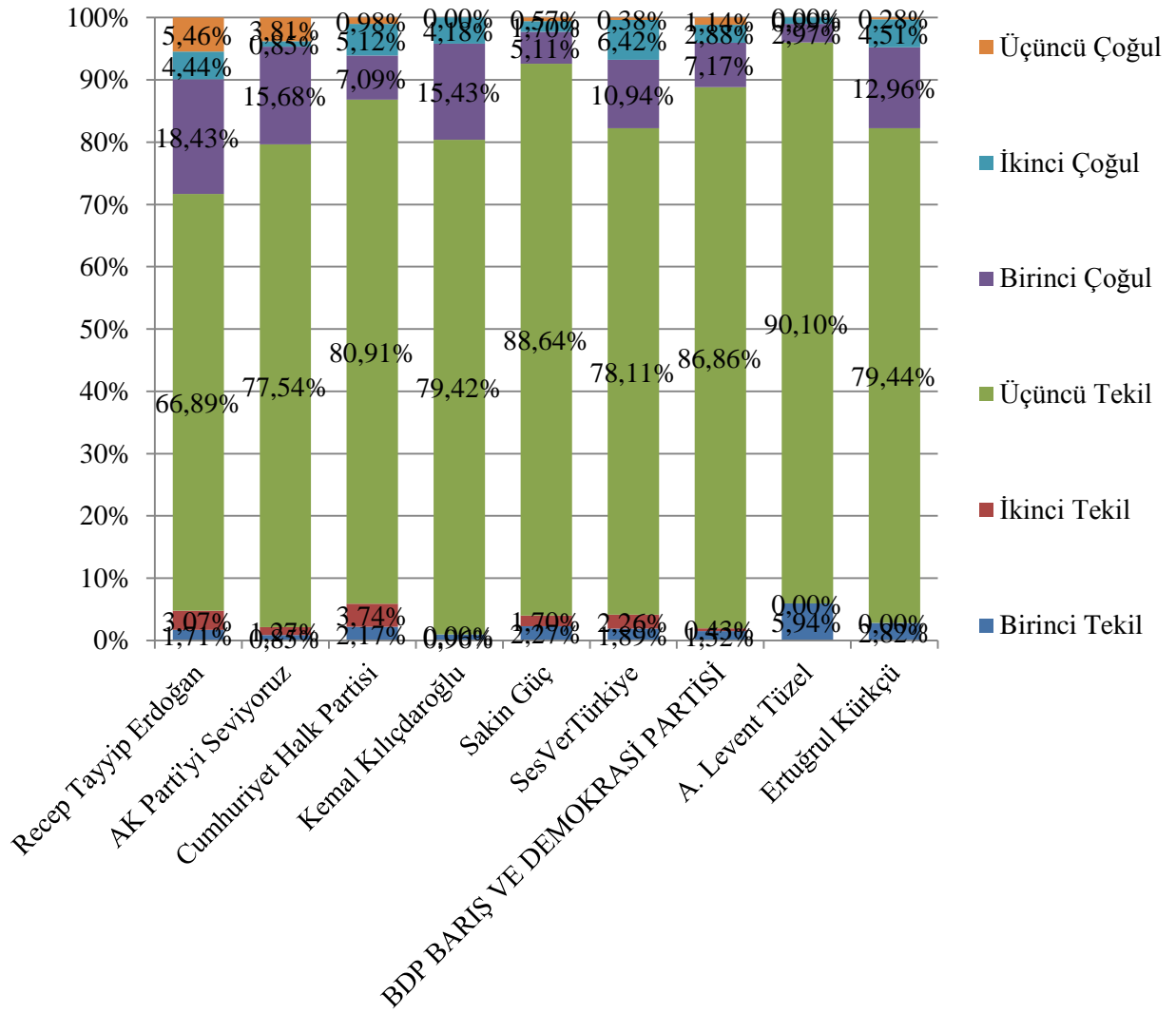


Üstten bakış açısı barındıran Facebook gönderilerinin hesaplara göre oranı AK Parti'yi Seviyoruz için %100 (236), Cumhuriyet Halk Partisi için %99,61 (506), Sakin Güç için %99,43 (175), Kemal Kılıçdaroğlu için %98,39 (306), A. Levent Tüzel için %98,02 (99), Recep Tayyip Erdoğan için %97,95 (287), SesVerTürkiye için %97,55 (517), Ertuğrul Kürkçü için %95,21 (338), ve BDP Barış ve Demokrasi Partisi için %94,25 (1736) düzeyindedir. AK Parti'yi Seviyoruz hesabı dışındaki hesaplarda az oranlarda “eşitler arası” bakış açısına sahip gönderiler de bulunmaktadır. Eşitler arası bakış açısını en yoğun kullanan hesap % 5,75 (106) oranıyla BDP Barış ve Demokrasi Partisidir. Eşitler arası bakış açısına sahip gönderilerin en az bulunduğu hesap olan Cumhuriyet Halk Partisi’nde ise bu oran %0,39’(2)dur. Diğer hesaplarda eşitler arası dil kullanımı Ertuğrul Kürkçü için %4,79 (17),

SesVerTürkiye için %2,45 (13), Recep Tayyip Erdoğan için %2,05 (6), A. Levent Tüzel için % 1,98 (2), Kemal Kılıçdaroğlu için %1,61 (5) ve Sakin Güç için %0,57 (1)'dir.

Şekil 90'da görüldüğü üzere, tüm Facebook hesaplarında en çok kullanılan yüklem çekimi üçüncü tekil şahıs olmuştur.

Şekil 90. Gönderi Dilindeki Yüklem Çekimi



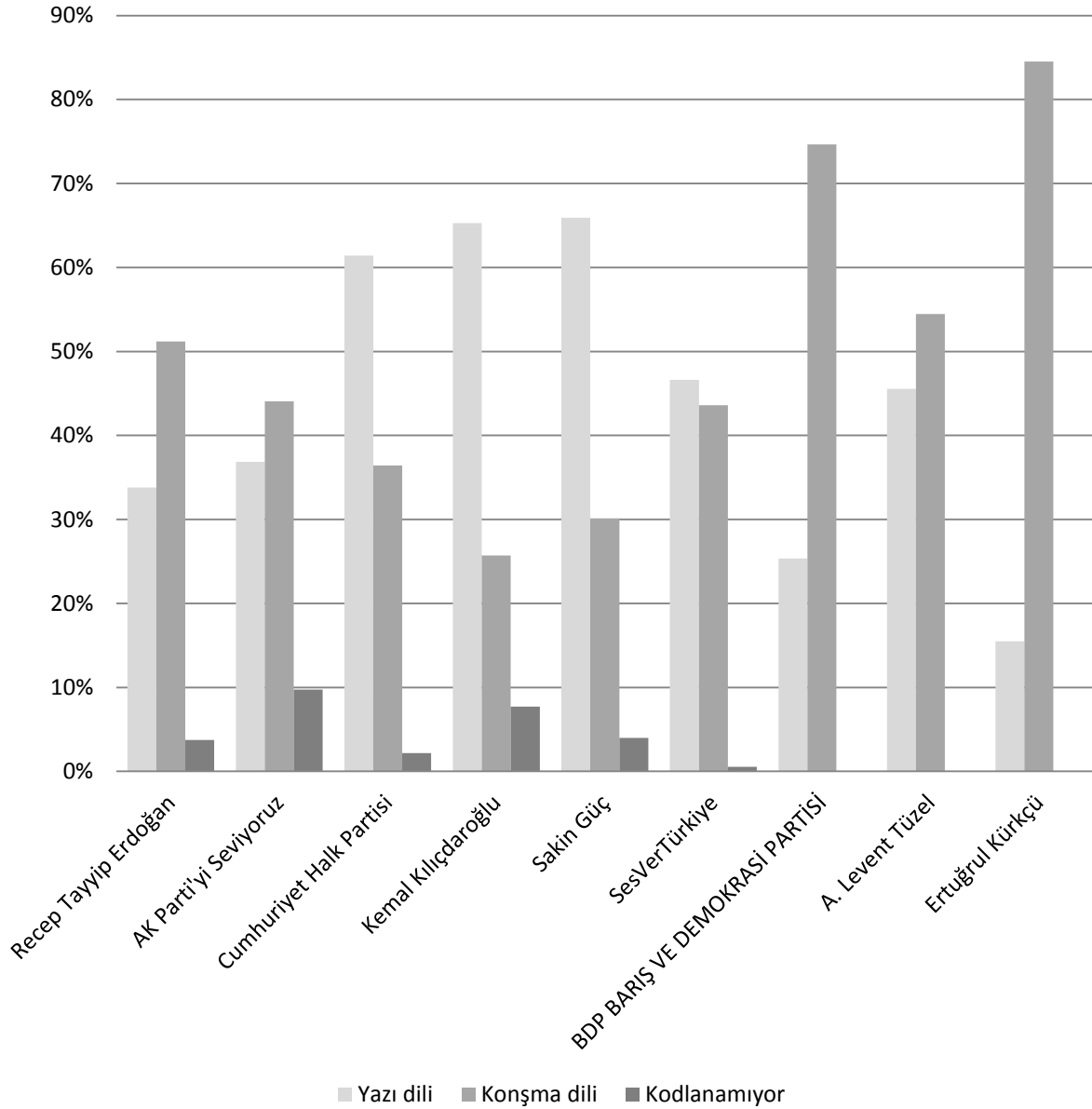
Üçüncü tekil şahıs ile yüklem çekimi barındıran gönderiler, A. Levent Tüzel hesabında 91, Sakin Güç hesabında 156, BDP Barış ve Demokrasi Partisi hesabında 1600, Cumhuriyet Halk Partisi hesabında 411, Ertuğrul Kürkçü hesabında 282, Kemal Kılıçdaroğlu hesabında 247, SesVerTürkiye hesabında 414, AK Parti'yi Seviyoruz hesabında 183 ve Recep Tayyip Erdoğan hesabında 196 adettir. Bu bakımdan üçüncü tekil şahıs yüklem çekiminin en az

kullanıldığı hesap Recep Tayyip Erdoğan hesabıdır. İncelenen Facebook hesaplarında ikinci en çok kullanılan yüklem çekimi, birinci çoğul şahıstır. Bu yüklem çekiminin kullanıldığı gönderi sayısı Recep Tayyip Erdoğan hesabında 54'tür ve bu kullanım oranı diğer hesaplara göre daha yüksek düzeydedir. 1. Çoğul şahıs ile çekimlenmiş gönderilerin sayısı diğer hesaplarda şu şekilde dağılım göstermektedir: AK Partiyi Seviyoruz'da 37, Kemal Kılıçdaroğlu,'nda 48, Ertuğrul Kürkçü'de 46, SesVerTürkiye'de 58, BDP Barış ve Demokrasi Partisi'nde 132, Cumhuriyet Halk Partisi'nde 36, Sakin Güç'te 9 ve A. Levent Tüzel'de 3'tür.

Tüm Facebook hesaplarında en az yoğunlukta kullanılan yüklem çekimi ise ikinci tekil şahıs'tır. Kemal Kılıçdaroğlu, A. Levent Tüzel ve Ertuğrul Kürkçü hesaplarında ikinci tekil şahıs yüklem çekimi bulunmamaktadır.

Örnekleme alınan Facebook hesapları incelendiğinde Ertuğrul Kürkçü hesabındaki gönderilerin dil biçiminin çoğunlukla konuşma dilinden oluştuğu saptanmıştır (Şekil 91).

Şekil 91. Gönderi Dil Biçimi



Ertuğrul Kürkçü’de konuşma dilinin kullanım oranı %84,51 (300), yazı dilinin oranı ise %15,49 (55)’dur. Bu açıdan yazı dilinin en az kullanıldığı Facebook hesabının da yine Ertuğrul Kürkçü olduğunu söylemek mümkündür. Konuşma dili kullanımının yüksek olduğu ikinci hesap %74,65 (1375) oranıyla BDP Barış ve Demokrasi Partisi’dir. Bu hesabın yazı dili kullanım oranı ise %25,35(467) ‘tir. Yazı dilinin en yoğun kullanıldığı Facebook hesabı %65,91 (116) oranıyla Sakin Güç’tür. Sakin Güç’ü %65,27 (203) oranıyla Kemal Kılıçdaroğlu hesabı ve %61,42 oranıyla (312) Cumhuriyet Halk Partisi hesabı izlemiştir.

SesVerTürkiye hesabındaki gönderilerde konuşma dili ve yazı dilinin kullanım oranları birbirine çok yakındır. Söz konusu hesapta yer alan gönderilerin %43,58 (231) 'i konuşma dilinden, %46,60 (247)'i ise yazı dilinden oluşmaktadır.

İncelenen diğer 3 Facebook hesabındaki gönderilerin dil biçimleri ise Recep Tayyip Erdoğan hesabında konuşma dili % 51,19 (150), yazı dili %33,79 (99), AK Partiyi Seviyoruz hesabında konuşma dili %44,07(104), yazı dili % 36,86 (87) ve A. Levent Tüzel hesabında konuşma dili %54,46 (55), yazı dili %45,54 (46) şeklinde dağılım göstermektedir.

Araştırma kapsamında, her bir hesapta en çok tekrarlanan 25 sözcük incelenmiştir. Ortaya çıkan listede, farklı hesaplarda görülen sözcüklerin listesi Tablo 24'te sunulmuştur.

Tablo 24. Hesap Bazında En Sık Tekrarlanan Kelime Sayısı

Kelime	Tekrarlandığı Hesap Sayısı	Hesap	Tekrarlanma Sayısı
Seçim	7	BDP Barış ve Demokrasi Partisi	201
		Ertuğrul Kürkçü	52
		Cumhuriyet Halk Partisi	25
		SesVerTürkiye	22
		Kemal Kılıçdaroğlu	19
		Sakin Güç	11
		A. Levent Tüzel	10
Türkiye	6	Kemal Kılıçdaroğlu	80
		AK Parti'yi Seviyoruz	40
		SesVerTürkiye	38
		Recep Tayyip Erdoğan	37
		Cumhuriyet Halk Partisi	24
		Sakin Güç	17
Genel	6	Cumhuriyet Halk Partisi	107
		Kemal Kılıçdaroğlu	34
		SesVerTürkiye	33
		Recep Tayyip Erdoğan	27
		AK Parti'yi Seviyoruz	18
		Sakin Güç	9
Demokrasi	5	BDP Barış ve Demokrasi Partisi	512
		Ertuğrul Kürkçü	74
		A. Levent Tüzel	31
		Cumhuriyet Halk Partisi	21
		Sakin Güç	8
CHP	5	Cumhuriyet Halk Partisi	108
		Sakin Güç	58
		Kemal Kılıçdaroğlu	37
		AK Parti'yi Seviyoruz	29

		Recep Tayyip Erdoğan	20
Yeni	5	SesVerTürkiye	77
		Recep Tayyip Erdoğan	47
		AK Parti'yi Seviyoruz	40
		Kemal Kılıçdaroğlu	30
		A. Levent Tüzel	23
İstanbul	4	Cumhuriyet Halk Partisi	21
		AK Parti'yi Seviyoruz	18
		Sakin Güç	13
		A. Levent Tüzel	7
Kendi	3	BDP Barış ve Demokrasi Partisi	258
		SesVerTürkiye	38
		AK Parti'yi Seviyoruz	18
Özgürlük	3	BDP Barış ve Demokrasi Partisi	159
		Ertuğrul Kürkçü	89
		A. Levent Tüzel	29
Milletvekili	3	BDP Barış ve Demokrasi Partisi	230
		Ertuğrul Kürkçü	34
		A. Levent Tüzel	6
Kürt	3	BDP Barış ve Demokrasi Partisi	201
		Ertuğrul Kürkçü	38
		A. Levent Tüzel	5
Kemal	3	Kemal Kılıçdaroğlu	144
		Cumhuriyet Halk Partisi	53
		Sakin Güç	31
Emek	3	BDP Barış ve Demokrasi Partisi	108
		Ertuğrul Kürkçü	61
		A. Levent Tüzel	27
Kılıçdaroğlu	3	Kemal Kılıçdaroğlu	110
		Cumhuriyet Halk Partisi	51
		Sakin Güç	18
AKP	3	BDP Barış ve Demokrasi Partisi	151
		Sakin Güç	13
		SesVerTürkiye	13
Blok(u)	3	BDP Barış ve Demokrasi Partisi	112
		Ertuğrul Kürkçü	56
		A. Levent Tüzel	8
Bağımsız	3	BDP Barış ve Demokrasi Partisi	127
		Ertuğrul Kürkçü	31
		A. Levent Tüzel	7
Oy	3	BDP Barış ve Demokrasi Partisi	104
		Cumhuriyet Halk Partisi	25
		Sakin Güç	8
Biz	3	AK Parti'yi Seviyoruz	52
		Recep Tayyip Erdoğan	51
		Ertuğrul Kürkçü	31
Recep	3	Recep Tayyip Erdoğan	69
		AK Parti'yi Seviyoruz	21
		Kemal Kılıçdaroğlu	18
Erdoğan	3	Recep Tayyip Erdoğan	60
		AK Parti'yi Seviyoruz	22
		Sakin Güç	9

Halk	3	Cumhuriyet Halk Partisi	51
		A. Levent Tüzel	16
		Sakin Güç	13
Barış	2	BDP Barış ve Demokrasi Partisi	377
		Ertuğrul Kürkçü	36
Saat	2	BDP Barış ve Demokrasi Partisi	117
		SesVerTürkiye	12
Ak	2	AK Parti'yi Seviyoruz	59
		Recep Tayyip Erdoğan	53
Tayyip	2	Recep Tayyip Erdoğan	72
		AK Parti'yi Seviyoruz	20
Mayıs	2	SesVerTürkiye	38
		A. Levent Tüzel	22
Bin	2	Recep Tayyip Erdoğan	34
		AK Parti'yi Seviyoruz	23
Rahat	2	Cumhuriyet Halk Partisi	35
		Sakin Güç	22
Haziran	2	Ertuğrul Kürkçü	32
		SesVerTürkiye	23
Parti	2	Recep Tayyip Erdoğan	34
		AK Parti'yi Seviyoruz	20
Nefes	2	Cumhuriyet Halk Partisi	31
		Sakin Güç	18
2011	2	SesVerTürkiye	41
		A. Levent Tüzel	5
Bizim	2	Recep Tayyip Erdoğan	27
		AK Parti'yi Seviyoruz	19
O	2	Recep Tayyip Erdoğan	25
		AK Parti'yi Seviyoruz	21
Halkın	2	Cumhuriyet Halk Partisi	28
		Sakin Güç	16
Karşı	2	Cumhuriyet Halk Partisi	21
		Ertuğrul Kürkçü	20
Herkes	2	Cumhuriyet Halk Partisi	26
		Sakin Güç	14
Sandık(ğa)	2	Cumhuriyet Halk Partisi	24
		Sakin Güç	14
Büyük	2	AK Parti'yi Seviyoruz	21
		Sakin Güç	12
Gücünü	2	Cumhuriyet Halk Partisi	20
		Sakin Güç	11
Devlet	2	SesVerTürkiye	16
		Sakin Güç	9
12	2	SesVerTürkiye	12
		Sakin Güç	9

Tekrarlanan sözcüklerin hesaplanmasında, gönderilerdeki her bir sözcüğün tekrarlanma sayısı hesaplanmış daha sonra en çok kullanılan sözcüklerden, edat ve bağlaçlar gibi tek başına bir anlam ifade edemeyen sözcükler çıkartılarak, en çok kullanılan 25 sözcük saptanmıştır.

Bu sözcüklerin kullanımları incelendiğinde, “Kemal” ve “Kılıçdaroğlu” sözcükleri yalnızca CHP hesapları tarafından çok sayıda kullanılmışlardır. Recep Tayyip Erdoğan’ı ifade eden sözcüklerden “Tayyip” yalnızca AKP hesapları tarafından yüksek sayıda kullanılırken, “Recep” ve “Erdoğan” sözcükleri AKP hesaplarının yanı sıra CHP’yi temsil eden iki farklı hesapta çok sayıda kullanılan sözcükler arasında yer almıştır. AKP hesaplarından yapılan gönderilerde, diğer parti liderlerinin isimlerinin çok sayıda kullanılmadığı, CHP hesaplarından yapılan gönderilerde ise, AKP lideri Recep Tayyip Erdoğan’ı işaret eden sözcüklerin çok sayıda kullanıldığı görülmektedir.

CHP sözcüğünü en çok kullanan hesaplar arasında ise, CHP’ye ait 3 hesabın yanı sıra AKP’yi temsil eden iki hesabın da bulunması dikkat çekicidir. Gönderilerinde “AKP” sözcüğüne çok sayıda yer veren hesaplar, BDP Barış ve Demokrasi Partisi, Sakin Güç, SesVerTürkiye hesaplarıdır. AKP gönderilerinde ise “AKP” ifadesi değil, “Ak” ve “Parti” sözcükleri en çok kullanılan sözcükler arasında yer almıştır.

“Kürt” sözcüğünü gönderileri arasında en çok kullanan hesaplar ise BDP Barış ve Demokrasi Partisi, Ertuğrul Kürkçü ve A. Levent Tüzel hesaplarıdır. AKP; CHP ve MHP’nin gönderileri arasında “Kürt” sözcüğünün kullanılma sayısı yüksek değildir.

3.1.3. Genel Değerlendirme

Twitter ve Facebook’taki kullanım pratiklerinden hareketle elde edilen nicel bulgular, siyasi aktörler ile kurumsal parti hesaplarının belli düzlemlerde benzer özellikler gösterirken, bazı koşullarda farklılaştığını ortaya koymuştur. Daha önce ayrı başlıklar altında incelenen iki mecranın, nitel özellikleri itibariyle kullanıcıların edimlerini etkilediği gözlenmiştir. Öte yandan, kullanıcıların paylaşımlarında benimsediği amaç doğrultusunda bu nitel özellikleri dikkate aldığı dikkat çekmiştir. Web 1.0 teknolojilerine yatırım yapan ve Web’in siyasi iletişim aracı olarak keşfedildiği dönemde söz konusu mecrayı etkin kullanan siyasi partilerin, siyasi iletişim alanı olarak sosyal medyayla olan deneyimlerinde görece başarılı uygulama ve stratejiler geliştirdiği ortaya çıkmıştır. Aşağıda, Twitter ve Facebook kullanımında ortaya çıkan bulgular karşılaştırmalı olarak verilmiş ve değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

Araştırmadan edinilen bulgular, Twitter'ı en yoğun kullanan grubun Bağımsız adaylar olduğunu ve bu sosyal mecradaki en düşük kullanımın CHP'de gerçekleştiğini ortaya koymuştur. Toplam tweet sayıları itibariyle bu iki siyasi grup arasında dikkate değer bir fark ortaya çıkmıştır. Partiler bazında analiz edildiğinde, Twitter'da daha fazla görünür olan kesimin AKP olduğu anlaşılmıştır. Bu durumda meclisteki kompozisyonla da bağlantılı olarak en kalabalık sayıyla temsil edilen partinin sosyal medyadaki yeri/ görünürlüğü de en büyüktür.

Diğer bir bulgu, parti liderlerinin Twitter kullanım oranlarıyla ortalamanın altında kaldığını göstermiştir. Kişisel kullanım pratiklerine bağlı olarak değişen rakamlar bazında en faal hesap Selahattin Demirtaş'a aittir. Sosyal medya kanallarının, özellikle Twitter'ın, bireysel olarak daha fazla rağbet gördüğü, kurumsal düzeyde kullanımının ise henüz yüksek seviyede olmadığı ifade edilebilir.

Facebook'ta ise en yoğun kullanım BDP hesabında gözlenmiştir. İncelenen tüm hesaplar arasında BDP BARIŞ VE DEMOKRASİ PARTİSİ hesabının payı %40'ın üzerindedir. Takip eden MHP hesabının payı %12'dir. AKP'den örnekleme dahil edilen iki hesabın toplam payı yine benzer seviyelerdedir. CHP'nin Facebook kullanımında ortaya çıkan oran, incelenen üç hesap toplamında %23'tür. Ertuğrul Kürkçü'nün hesabı, tek başına %8 değere sahiptir. Bu verilerden hareketle, siyasi ortamda daha dağınık bir görünüm arz eden BDP'nin, Facebook'ta diğer partilere göre daha fazla bütünlük gösterdiği savunulabilir.

AKP ve CHP'nin Facebook'ta liderler düzeyinde ulaştığı ilgi diğer partilere oranla oldukça fazladır. Anılan mecradaki en yüksek beğenen sayısına sahip hesaplar, "Kemal Kılıçdaroğlu" ile "Recep Tayyip Erdoğan" isimleriyle açılan hesaplardır. Beğenen sayısı en yüksek olan bu sayfaların en yüksek oranda paylaşımda bulunmadığı, resmi olmayan bu sayfaların siyasi kişilikleri temsil etmeleri dolayısıyla ilgi çektiği söylenebilir.

Öte yandan, Facebook'ta gönderi sayılarının Twitter'da yapılan paylaşımlardan daha yüksek olduğu, bunun da Facebook'un teknik olarak çoklu ortam içerikleriyle daha iyi örtüşmesinden ileri geldiği ifade edilebilir. Facebook gönderileri, görsel içermesi dolayısıyla ayrıca değerlendirilmesi gereken analiz birimleridir. Bu hususta, en yüksek miktarda görsel içeren hesaplar BDP BARIŞ VE DEMOKRASİ PARTİSİ, AK Parti'yi Seviyoruz, Sakin Güç ve

Kemal Kılıçdaroğlu sayfalarıdır. MHP ve BDP'nin görsel kullanımı anılan partilere kıyasla düşük seviyelerdedir. Diğer taraftan, Twitter hesaplarının çoğunlukla bizatihi kullanıcılar tarafından kullanıldığını, Facebook hesaplarının ise sosyal medya uzmanlarınca yönetildiğini göz ardı etmemek gerekir.

Twitter etkinliği günler bazında değerlendirildiğinde istikrarsız bir görünüm ortaya çıkmıştır. Özellikle AKP ve Bağımsız adaylar tarafından belli tarihlerde çok sayıda tweet gönderilmesi, söz konusu gruplar içinde daha dalgalı bir çizginin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Facebook üzerindeki görünüm ise daha farklıdır. Örneğin, AKP hesaplarının gönderi yoğunlukları özellikle seçim haftasında ortalamanın üzerinde seyretmiştir. CHP'de, Cumhuriyet Halk Partisi ve Sakin Güç hesaplarının Haziran ayı başındaki etkinliği oldukça yüksektir. Kemal Kılıçdaroğlu hesabı ise daha durağan ve istikrarlı bir çizgiye sahiptir. MHP'nin SesVerTürkiye hesabındaki kullanım günlük bazda değişkendir. Bazı günlerde etkinlik göstermeyen hesapta belli tarihlerde yoğunlaşmalar gözlenmiştir. BDP hesabında ise en yoğun kullanım 12 Haziran seçim günü gerçekleşmiştir. Seçim gününde AKP ve Bağımsız adaylar tarafından gönderilen tweet sayısı diğerlerine oranla oldukça fazladır. Facebook'ta BDP ağırlığını korurken (%80), diğer partiler çok düşük seviyelerde etkinlik göstermişlerdir. Buradan hareketle, sosyal medya ortamlarının belli kullanıcılar (özellikle sosyal medya uzmanları) tarafından düzenli olarak kullanıldığını, diğer bazı kullanıcıların bu ortamlara belli gelişmelere bağlı olarak başvurduğu, diğer bir ifadeyle kullanım oranlarının dönemsel olarak değiştiği söylenebilir.

Profil bilgileri incelendiğinde, her iki sosyal medya ortamının kurumsal kimliklerini oluşturmak/görünür kılmak anlamında özel çaba sarf etmediği görülmüştür. Hesaplar arasında tutarlı bir kişiselleştirme söz konusu değildir. Twitter'da AKP, CHP ve MHP liderleri ile anılan partilerin kullanıcıları genelinde şehir bilgisi verilmiştir. BDP Eş Başkanları şehir bilgisi paylaşmazken, bu partinin kullanıcılarından çıkan oranların yaklaşık yarı yarıya olduğu gözlenmiştir. Hemen hiç bir kullanıcıda unvan bilgisi kaydedilmemiştir. Kişisel bilgi ile meslek kaydı konusunda da benzer bir durum söz konusudur. Parti içi görev tanımları AKP kullanıcılarının neredeyse tümünde verilmiştir. EDÖB ve Bağımsız adaylarda bu türden bir paylaşım söz konusu değildir. Yine Twitter'da birçok kullanıcı zeminde özelleştirmeye giderken logo kullanmaktan kaçınmıştır. Profil görselinde fon kullanımı özellikle AKP ve MHP'de yaygındır. Ayrıca, genelde dışarıya bağlantı verilmiştir. Ancak bağlantı vermeyen

çok sayıda Twitter hesabı da bulunmaktadır. Facebook'ta ise AKP ve "A. Levent Tüzel" haricindeki tüm hesaplarda logo kullanılmış, yine aynı kullanıcı haricindeki tüm hesapların profilinde bağlantı adres(ler)i paylaşılmıştır. AKP ve MHP'nin Facebook hesaplarında fon kullanmadığı, bağımsız adayların fon kullanmayı tercih ettikleri, CHP'nin ise her iki mecrada genelinde tutarlı bir çizgi takip etmediği görülmüştür.

Twitter'da incelenen hesaplar, kullanıcıların kişisel/gündelik edimlerine mahsus olmakla birlikte, siyasi kişiliklerini de temsil etmektedir. Diğer bir ifadeyle, örnekleme dahil edilen kullanıcılar, siyasi faaliyetlerini de aynı (kişisel) Twitter hesapları üzerinden yürütmekte, siyasi kişiliklerini temsil eden ikinci bir hesap açmak yoluna gitmemektedir. Bu durumda, söz konusu hesapların siyasi pozisyonunu belli eden türden düzenlemelerin bütünüyle yapılmamış olması dikkat çeken bir eksiklik olarak görülebilir. Facebook'ta incelenen sayfalar da çoğunlukla partilerin resmi sayfası olarak açılmamıştır. Buna rağmen bir kısım resmi olmayan sayfada kurallar belirtilmiş ve siyasi temsilin öğeleri yerleştirilmiştir. Özetle, Facebook sayfalarının Twitter hesaplarına göre daha fazla kurumsal nitelik taşıdığı ifade edilebilir.

Gönderi içinde bağlantı kullanımının Twitter'da düşük seviyede olduğu gözlenmiştir. Kullanıcılar, tweetlerinde zaman zaman kendilerine ait olan içeriklere veya başka kaynaklara gönderme yapmışlardır. AKP hesapları dışında kalan kullanıcıların çoğu zaman kısa URL'lerden oluşan bağlantı adreslerini tercih ettikleri görülmüştür. Twitter'a özgü araçlardan retweetin nadiren kullanıldığını, hashtag kullanımında ilk sırada gelen CHP'de dahi bu oran %3'ü geçmediğini de burada belirtmek gerekir. Facebook'ta ortaya çıkan tablo ise farklıdır. BDP BARIŞ VE DEMOKRASİ PARTİSİ ile A. Levent Tüzel dışında kalan hesaplardan yapılan gönderilerin büyük çoğunluğu yüksek oranda bağlantı içermektedir. AKP, Ertuğrul Kürkçü ve A. Levent Tüzel hesaplarında paylaşılan bağlantılarda büyük ölçüde "kendisine ait herhangi bir içerik"e gönderme yapılmıştır. Diğer hesaplar ile karşılaştırıldığında, "başkasına ait herhangi bir içerik"e yapılan göndermelerin oranı AKP ve Sakin Güç hesaplarında görece yüksektir. Yine Facebook özelinde değinilmesi gereken bir konu gönderilerin kaynağına ilişkindir. Facebook'ta dolaşıma sokulan içerik, hesapların çoğunda bu mecraya özel olarak üretilmiştir. Buradaki iki istisnadan biri Cumhuriyet Halk Partisi diğeri ise SesVerTürkiye hesaplarıdır. İlkinde Twitter'dan Facebook'a yönlendirilen içerik, ikincisinde İnternet üzerindeki diğer paylaşımlar ağır basmaktadır. Bağlantı kullanımında ortaya çıkan fark, mecralarda paylaşılan materyalin niteliğine göre şekillenmiştir. Örneğin, Twitter'da konuşma

ve metin hakim iken, Facebook'ta diğer içeriğe verilen bağlantıların sayısı daha fazladır. Ayrıca, Facebook'un çok yönlü bir mecra olması, kendi içinde daha fazla bağlantı paylaşımının ortaya çıkmasıyla sonuçlanmıştır.

Twitter'ın hangi amaçlarla kullanıldığını saptamaya yönelik yapılan inceleme de bağlantı kullanımından edinilen bulguları desteklemektedir. Buna göre, tüm grupların en çok “özel amaçlı sesleniş” gerçekleştirdikleri görülmüştür. Tweetler genelinde çok sayıda göndermenin yapıldığı görülmüştür. Bunlar arasında özellikle AKP kullanıcılarının @ işaretiyle yaptığı göndermelerin sayısı oldukça fazladır. Bu noktada gözlenen genel eğilimde, mention ile düz göndermeler arasında büyük fark görülmemiştir. Liderlerin kullanım pratiğinde de benzer görünüm hakimdir. Selahattin Demirtaş'ın mention oranı diğer parti liderlerinin mention sayısının çok üzerindedir. Erdoğan ve Kışanak'ın yaptıkları düz göndermelerin sayısı diğer liderlere göre fazladır. Facebook'ta öne çıkan gönderi kullanım amacı ise, “kendi siyasi etkinliğini görünür kılmak, duyurmak”tır. Sakin Güç dışarıda bırakılmak kaydıyla ortalama %20 düzeyinde paya sahip olan “sosyal medya muhabirliği” de ikinci kullanım amacı olarak dikkat çekmiştir. Twitter, sohbet aracı olarak kullanıldığından, Tweet içinde bağlantı kullanımının gerekliliği azalmaktadır. Öte yandan Facebook'ta kullanılan iç/dış bağlantılar görünür olmak hedefini gerçekleştirmede araç olarak işlev görmektedir.

Hedef kitle algısı, sosyal mecra'yı kullanım amacıyla örtüşmektedir. Tweetlerin hedef kitleleri incelendiğinde, yoğunluğun “genel seçmen” kategorisinde ortaya çıktığı görülmüştür. “Özel konuşma yaptığı kişi” de bu kapsamda öne çıkan diğer bir kategoridir. Facebook'ta yine yoğunluklu olarak “genel seçmen”e hitap edilmiş, MHP ve Bağımsız adaylarda kısmen “kendi seçmeni”ne yönelim olmuştur.

Twitter'da işlenen konuların başında “kendi partisi” gelmektedir. MHP, diğer partilere oranla Türkiye gündemine daha fazla yer ayırmıştır. EDÖB adayları, “başka parti” konusunda ilk sırada yer almıştır. Bağımsız adayların Twitter üzerinde diğer parti kullanıcılarına göre daha fazla duyuru paylaştığı gözlenmiştir. AKP, “kültürel etkinlikler” temasında ikinci sıradaki MHP'nin yaklaşık iki katı sayıda tweet paylaşmıştır. Liderlerin Twitter hesaplarına bakıldığında özellikle Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun tweet temalarında benzer bir tablo ortaya çıkmıştır. En çok kullandıkları tema “kendi partisi” iken, ikinci sırada “Türkiye gündemi” gelmiştir. Devlet Bahçeli'nin en çok kullandığı tema ise %47,73 (42)

“Türkiye gündemi” olmuştur. Gültan Kışanak’ın tweetlerinin %50’si (7) “başka parti” temasına sahiptir. Facebook pratiğindeki tablo daha belirgindir. Genel çerçevede ortaya çıkan tabloda “kendi partisi” ağırlıklı olarak işlenmiştir. Kullanım yoğunluğuna bağlı olarak ikinci sırada listelenen temada ise “diğer parti” yer almıştır. Hesaplar özelindeki dağılımda belirgin farklılıklar gözlenmemiştir.

Kullanıcıların seçim döneminde gönderdikleri tweetlerin konuları incelendiğinde, AKP ve MHP kullanıcılarının “teşkilat açılışı ve yerel teşkilat etkinliği”ne daha fazla yer ayırdığı, CHP kullanıcılarının “kişisel gündem”, EDÖB kullanıcılarının ise “siyasi rakipler” üzerinde durduğu ortaya çıkmıştır. Bağımsız adaylarda tweetlerin konusu ise çoğunlukla “kendi partisi” şeklindedir. Facebook genelinde ortaya çıkan tabloda ise “kendi partisi” yoğunluklu olarak konu edilmiş, A. Levent Tüzel ve Ertuğrul Kürkçü haricinde kalan hesaplarda “siyasi rakipler”e kısmi ağırlık verilmiştir. AKP hesapları özelinde “gündem konularını değerlendirme”, bağımsız adaylarda ise “seçim çalışmalarına yönelik olumsuz etkiler” ayrıca gündeme getirilmiştir.

Twitter ve Facebook’ta kaydedilen içeriğin neredeyse tümü Türkçe’dir. İkincide BDP’nin nadiren de olsa Kürtçe ve İngilizce içeriğe yer verdiği görülmüştür. Üslup özellikleri açısından değerlendirildiğinde, Twitter’da öne çıkan kullanımlar “övme”, “sataşma” ve “kışkırtma”dır. Facebook’ta da ortaya benzer bir tablo ortaya çıkmıştır. AKP hesaplarında, anılan üslup özelliklerine ek olarak, “küçümseme”nin de görüldüğünü belirtmek gerekir. bu noktada, liderler özelinde çevrimdışı retoriğin çevrimiçine yansımından da söz etmek mümkündür. Twitter’da en çok kullanılan kelime ve kelime grupları arasında yan anlam yer almıştır. Facebook’ta kullanılan kelime ve kelime grupları incelendiğinde, AKP, BDP, Ertuğrul Kürkçü ve A. Levent Tüzel hesaplarında yan anlamın sıklıkla kullanıldığı gözlenmiştir. CHP, MHP ve AKP hesaplarında deyimlerin de kullanıldığını belirtmek gerekir.

Tweet dili mercek altına alındığında, genel olarak üstten bakış açısının benimsendiği görülmüştür. AKP’de eşitler arası bakış açısı diğerlerine göre biraz daha fazladır. Liderlerde ise Demirtaş dışında kalan hepsi üstten bakan bir dil kullanmışlardır. Facebook’taki görünüm, benzer şekilde gönderilerin üstten bakış açısıyla paylaşıldığını ortaya koymuştur. Tüm tweetlerde en çok kullanılan yüklem çekimi üçüncü tekil şahıs olmuştur. Diğer yaygın kullanımlar ise birinci tekil ve birinci çoğul kullanımlarda ortaya çıkmıştır. Liderlerin yüklem

çekiminde de benzer bir tablo hakimdir. Birinci tekil şahsın kullanımı Erdoğan ve Kılıçdaroğlu'nun tweetlerinde görece düşük sayıdadır. Kılıçdaroğlu ve Kışanak'ın cümlelerinde üçüncü çoğul kullanıma da rastlanmıştır. Facebook gönderilerinde üçüncü şahıs kullanımı Twitter'a göre daha yaygındır. Birinci çoğul şahsın da zaman zaman kullanıldığı gözlenmiş, bunların haricinde kalan formlara nadiren rastlanmıştır.

Tweetlerin dili, tüm parti hesaplarında benzeşmektedir. Genel çerçevede yoğunlukla konuşma dili biçiminde bir kullanım gözlenmiştir. Facebook gönderileri söz konusu olduğunda ise, dilin kullanım biçimi itibariyle hesaplar bazında farklılık gösterdiği anlaşılmıştır. CHP hesaplarında yazı dili kullanılmış, MHP'de yazı ve konuşma dili arasında dengeli bir kullanım gözlenmiş, diğer tüm hesaplarda yazı dili hakim dil olarak belirmiştir. Özellikle BDP BARIŞ VE DEMOKRASİ PARTİSİ ve Ertuğrul Kürkçü hesaplarında konuşma dilinin ağırlığı fark edilir derecede hissedilmiştir.

Özelde dil konusunda, genelde ise nicel analizde ortaya çıkan bulgular, sonraki bölümde gerçekleştirilen söylem çözümlemesiyle desteklenmiştir. Söylem çözümlemesi, aynı zamanda siyasi partilerin söylemsel pratiğini besleyen ideolojik biçimlenmelerini odağa alarak çalışmayı bütünlemektedir.

3.2. Söylem Çözümlemesi Bulguları

Çalışmanın bu kısmında 2011 Genel Seçimleri'nde yukarıda detaylı olarak açıklanan gündem, medya gündemi ve siyaset ilişkisi çerçevesinde seçilen örneklem günleri temelinde liderlerin, MYK üyelerinin ve milletvekili adaylarının Twitter hesapları ve gönderileri söylem çözümlemesine tabii tutulacaktır.

3.2.1. 2011 Genel Seçimlerinde Siyasi Partiler ve Liderler Tarafından Deneyimlenmesi Twitter Örnekleme- Söylem Çözümlemesi

3.2.1.1. AKP Söylem Çözümlemesi

▪ Makro Yapı İncelemesi⁹⁵

Makro yapı incelemesi kapsamında, araştırma örnekleminde yer alan Twitter'daki AKP hesaplarının hangileri olduğu ve bu hesaplarla ilgili bilgiler yer almaktadır. Hesap adresi, kullanıcının Twitter üzerindeki kullanıcı adıdır. Aynı zamanda web tarayıcıların adres çubuğuna "twitter.com/[Hesap Adresi]" yazılarak, söz konusu kullanıcının Twitter profiline ulaşılabilmektedir. "Kişi/Hesap Tanımı" olarak yer alan bilgi, söz konusu Twitter kullanıcısının kendisini profilinde hangi isim ve/veya takma adla temsil ettiği bilgisini vermektedir. "Diğer bilgiler" de kullanıcının hesabını ve dolayısıyla kendisini tanımlamak için paylaşımına açtığı tüm yazılı bilgileri ifade etmektedir. Kullanıcının kendisiyle ilgili bilgiler arasında İnternet'teki başka web siteleri/uygulamalarına ait bağlantılar da yer alabilmektedir. Aşağıda yer alan bu bilgiler, Twitter hesaplarında yazıldığı şekliyle, bire bir alıntılanmıştır.

Abdülkadir Aksu	
Hesap Adresi:	@abdulkadiraksu1
Kişi/Hesap Tanımı:	Abdülkadir Aksu
Diğer Bilgiler:	Ak Parti Genel Başkan Yardımcısı İstanbul Milletvekili
Web sayfası Bağlantısı:	Yok

⁹⁵ Bu noktada şu hususların belirtilmesinde fayda vardır: Nicel içerik çözümlemesinde geçen veriler (gönderilmiş toplam tweet sayısı, takip edilen Twitter hesabı sayısı ve takipçi sayısı) 19 Şubat 2012 tarihine aittir. İlgili hesaplarda yer alan kullanıcıların statüsü (parti içi veya parti dışındaki görevleri) Ocak 2012 tarihinde belirlenmiştir. Yine ilgili kullanıcıların MYK üyelikleri Ocak 2012 dönemi itibarıyla'dır.

24. Dönem İstanbul Milletvekili Abdülkadir Aksu, Siyasi ve Mali İşler'den Sorumlu Genel Başkan Yardımcısı unvanıyla seçim döneminde AKP MYK üyesidir. Toplam 1100 tweetinin 1079'u örnekleme alınan Aksu'nun tweetleri, örnekleme AKP'yi temsil eden tweetlerin %26,35'ini oluşturmaktadır. Aksu'nun @abdulkadiraksu1 hesabı, yalnızca 4 kişiyi takip ederken 5952 kişi tarafından takip edilmektedir.

Hesaptan gönderilen tweetlerde bağlantı kullanımı %81,78 gibi oldukça yüksek oranda olmasına karşın, bağlantılarda kullanılan URL'lerin %99,77'si standart (kısa olmayan) URL'lerden oluşmaktadır. Aksu'nun tweetlerinin %50'si kendi partisi ile ilgili konuları içermekte, %42,38'i de kültürel etkinliklerle ilgili olmakta ve %4,55'i de duyuru amacı taşımaktadır. Retweet ve hashtag kullanım sayısı 0'dır. 4 tweet ise mention içermektedir. Twitter'ın temel özellikleri olan retweet, hashtag ve mention özelliklerinin ikisinin hiç, birinin ise çok düşük sayıda kullanılmış olması, takip edilen hesap sayısının azlığıyla birlikte, Abdülkadir Aksu'nun Twitter'ı etkileşime girmek için değil yalnızca kendi sesini duyurmak için kullandığı izlenimini yaratmaktadır.

Ekrem Erdem	
Hesap Adresi:	@erdemekrem
Kişi/Hesap Tanımı:	Ekrem ERDEM
Diğer Bilgiler:	Adalet ve Kalkınma Partisi Genel Başkan Yardımcısı Dil ve Edebiyat Derneği (DED) Genel Başkanı
Web sayfası Bağlantısı:	http://www.ekremerdem.com

24. Dönem İstanbul Milletvekili olan Ekrem Erdem, Teşkilat işlerinden sorumlu Genel Başkan Yardımcısı unvanıyla AKP MYK üyesidir. Toplam 393 tweeti bulunan @erdemekrem hesabındaki 318 tweet, örneklem dahilinde incelenmiştir. Erdem'in örnekleme giren tweetleri, örnekleme giren AKP tweetlerinin %7,79'unu oluşturmaktadır. Ekrem Erdem, Twitter'da 14 kişiyi takip etmekte, 5791 kişi tarafından takip edilmektedir.

Hesaptan gönderilen tweetler, en çok (%86,79) kültürel etkinliklerle ilgilidir. Tweetlerin %5,97'sinin temasını kendi partisi, %3,46'sının temasını ise duyuru mahiyetindeki gönderiler oluşturmaktadır. Gönderilmiş tweetlerin 84'ünde (%26,42) bağlantı paylaşımı söz konusudur. Ancak bu bağlantıların tamamı, Erdem'in kendisine ait içeriklere aittir ve standart URL ile

paylaşmıştır. 140 karakter sınırı olması nedeniyle, Erdem'in bağlantı paylaşımında bulunduğu tweetlerde, takipçilerine çok az söz iletebildiği ya da hiç iletemediği düşünülebilir. Hesaptan gönderilen tweetlerin 7'si retweettir, 5'i mention içermektedir. Hashtag kullanımı ise hiç yoktur. Bu sayılar Ekrem'in Twitter üzerinden çok düşük düzeyde etkileşim gerçekleştirdiğini göstermektedir.

Hüseyin Çelik	
Hesap Adresi:	@hc_huseyincelik
Kişi/Hesap Tanımı:	Hüseyin Çelik
Diğer Bilgiler:	1959'da Van'da doğdum. AK Parti Genel Başkan Yardımcısı ve Parti Sözcüsüyüm. 58.ve 59.Hükümetlerde Kültür Bakanlığı ve Milli Eğitim Bakanlığı yaptım.
Web sayfası Bağlantısı:	http://www.huseyincelik.net

24. Dönem Gaziantep Milletvekili Hüseyin Çelik, AKP'nin Tanıtım ve Medya'dan Sorumlu Genel Başkan Yardımcısı ünvanıyla MYK üyesidir. Toplam 23 tweet göndermiş olan @hc_huseyincelik hesabının örnekleme giren hiçbir tweeti yoktur. Örneklem seçiminde kullanılan 250 tweet veya 2500 takipçi barajını geçtiği için araştırma örnekleme dahil edilmiş hesap, 16 kişiyi takip etmekte 25303 kişi tarafından takip edilmektedir. Hüseyin Çelik'in Twitter hesabı, örneklemedeki AKP hesapları arasında Recep Tayyip Erdoğan'dan sonra en çok takipçiye sahip hesaptır. Twitter'da oldukça düşük sayıda etkinlik gerçekleştirmiş bu hesabın yüksek sayıda takipçiye sahip olmasının altında, Hüseyin Çelik'in 59. Hükümet döneminde Milli Eğitim Bakanlığı yapmış olmasının etkisi olduğu düşünülmektedir.

İsmail Karaosmanoğlu	
Hesap Adresi:	@ikaraosmanoglu
Kişi/Hesap Tanımı:	ismail karaosmanoğlu
Diğer Bilgiler:	Allah'ın kulu, ümmi peygamber Muhammed s.a.v'nin ümmeti...!
Web sayfası Bağlantısı:	http://www.akgenclik.org.tr

Milletvekilliği ve adaylığı olmayan İsmail Karaosmanoğlu, ilgili dönemde AKP Gençlik Kolları Başkanı ünvanıyla MYK üyesidir. İncelenen AKP hesapları arasında en yoğun Twitter kullanımının gerçekleştirildiği @ikaraosmanoglu hesabının toplam tweet sayısı 3652, örneklem dahilinde incelenen tweetlerinin sayısı ise 1187'dir. Karaosmanoğlu'nun hesabından gönderilen tweetler, örnekleme incelenen AKP tweetlerinin %29,07'sini oluşturmaktadır. 7315 kullanıcı tarafından takip edilen hesap, 386 kişiyi takip etmektedir. Gönderilen tweetlerin temaları, her alanda görülerek çeşitlilik arz etmektedir. En yoğun kullanılmış tweet temaları %22,24 ile kendi partisi, %6,32 ile başka parti, %5,48 ile Türkiye gündeminden oluşmaktadır. Karaosmanoğlu'nun tweetlerinin %60,40'ı herhangi bir biçimde kodlanamamıştır. Bunun altında, Karaosmanoğlu'nun Twitter üzerinden çok fazla etkileşime girmesi ve başka bir kişiye yönelik (mention içeren) tweetlerinin oranının %61,16 olması yatmaktadır. Hesaptan gönderilen tweetlerden 23'ü (%1,94) retweettir, hashtag içeren tweetlerin sayısı ise 2 (%0,17)'dir. Her ne kadar retweet ve hashtag kullanımı düşük olsa da, mention sayısının çok yüksek olması, Karaosmanoğlu'nun Twitter hesabını, diğer pek çok AKP hesabından farklı olarak, farklı kişilerle etkileşime girerek kullandığını göstermektedir. @ikaraosmanoglu hesabından gönderilen tweetlerin 131'inde (%11,04) kendisine ait başka web içeriklerine bağlantı bulunmaktadır. Kendisine ait olmayan web içeriklerinin URL ile paylaşıldığı tweetlerin sayısı ise 2'dir. Bağlantıların paylaşımında, %98,50 oranında standart URL kullanılmış, yalnızca %1,50'de ise URL kısaltma hizmetlerinden faydalanılmıştır. Bu nedenle, yoğun bir kullanımı olan İsmail Karaosmanoğlu'nun Twitter'ı hızlı kullanmak adına, tweetlerini herhangi bir hazırlık yapmadan gönderdiği düşünülebilmektedir.

Mahir Ünal	
Hesap Adresi:	@mahirunal
Kişi/Hesap Tanımı:	Mahir Ünal
Diğer Bilgiler:	MKYK Üyesi AK Parti Kahramanmaraş Milletvekili TBMM Grup Başkan Vekili
Web sayfası Bağlantısı:	http://www.mahirunal.com

24. Dönem Kahramanmaraş Milletvekili olan Mahir Ünal, TBMM'de Grup Başkan Vekili olması nedeniyle AKP MYK üyesidir. Toplam 162 tweeti bulunan hesabın tweetlerinden 14 tanesi örnekleme de yer alarak incelenmiştir. Az sayıdaki bu tweetler AKP adına incelenen

tweetlerin %0,34'ünü oluşturmaktadır. @mahirunal hesabının 7504 takipçisi bulunmaktadır ve hesap 397 kişiyi takip etmektedir. Söz konusu hesabın az sayıda tweeti olmasına rağmen görece yüksek sayıda takipçiye sahip olmasının, Mahir Ünal'ın TBMM'deki konumuyla ilişkili olduğu düşünülebilmektedir. İncelenen 14 tweetin 9'unda (%61,16) mention kullanılmıştır. Retweet ve hashtag kullanım sayısı ise 0'dır. Hesaptan gönderilen tweetlerin temaları incelendiğinde, %14,29'un duyuru niteliğinde olduğu, %7,14'ünün başka bir partiyle ilgili olduğu, %78,57'sinin ise kodlanamadığı görülmüştür. Kodlanamamış tweetlerin oranının yüksek olmasının altında, Ünal'ın örnekleme incelenen tweetlerinin büyük kısmının mentionlu tweetlerden oluşması yatmaktadır. İncelenen tweetlerden 2'sinde bağlantı kullanımı olduğu görülmüştür. Bu bağlantı adreslerinden biri kısa, biri ise standart URL'den oluşmaktadır.

Mustafa Elitaş	
Hesap Adresi:	@mustafaelitas
Kişi/Hesap Tanımı:	Mustafa Elitaş
Diğer Bilgiler:	Akparti Grup Başkanvekili Kayseri Milletvekili
Web sayfası Bağlantısı:	Yok

24. Dönem Kayseri Milletvekili Mustafa Elitaş, TBMM'de Grup Başkan Vekili olması nedeniyle AKP MYK üyesidir. Elitaş'ın toplam 1778 tweetinin bulunduğu @mustafaelitas hesabından gönderilen 1011 tweet araştırma kapsamında incelenmiştir. Bu bakımdan söz konusu hesap, incelenen AKP tweetlerinin %24,76'sının oluşturmaktadır. Hesabın, 6585 takipçisi bulunmaktadır ve Elitaş bu hesap üzerinden 107 kişiyi takip etmektedir. Elitaş'ın tweetleri en yoğun olarak %15,53 oranıyla kendi partisi, %14,74 oranıyla Türkiye gündemi, %9,89 oranıyla kültürel etkinlikler ve %8,51 oranıyla başka parti temalarından oluşmaktadır. Tweetlerin %49,06'sı herhangi bir tema altında kodlanamamıştır. Kodlanamayan tweetlerin sayısının fazlalığında, Elitaş'ın yüksek mention kullanımı yatmaktadır. İncelenen 1011 tweetin 706'sında (%69,83) mention kullanımı vardır. Mustafa Elitaş'ın hesabından gönderilen tweetlerin 116'sı (%11,47) retweettir ve bu sayı AKP hesapları arasında en yüksek retweet sayısını oluşturmaktadır. Hesaptan gönderilmiş tweetler arasında hashtag kullanımı sayısı ise 11 (%1,09)'dur. Yüksek düzeyde mention ve retweet kullanımı, Elitaş'ın Twitter'ın

etkileşim özelliğinden yararlandığını göstermektedir. Hatta bu bakımdan, @mustafaelitas hesabı, AKP'nin en çok etkileşimsellik barındıran hesabı niteliğindedir.

Recep Tayyip Erdoğan	
Hesap Adresi:	@RT_Erdogan
Kişi/Hesap Tanımı:	Recep Tayyip Erdoğan
Diğer Bilgiler:	Adalet ve Kalkınma Partisi Genel Başkanı T.C Başbakanı
Web sayfası Bağlantısı:	http://www.rte.gen.tr http://Facebook.com/RecepTayyipErdoğan

Recep Tayyip Erdoğan, 24. Dönem İstanbul Milletvekili olmasının yanı sıra 59, 60 ve 61. Türkiye Cumhuriyeti Hükümetlerinin Başbakanı ve AKP'nin Genel Başkanı'dır. Recep Tayyip Erdoğan'ı temsil eden @RT_Erdogan Twitter hesabı, AKP yönetimi tarafından yönetilen bir hesaptır, hesaptan gönderilen tweetlerin Erdoğan tarafından yazılmadığı bilinmekte ve Parti yönetimi tarafından kabul edilmektedir. Başbakan'ın tweet hesabı ile ilgili olarak Eski AKP Gençlik Kolları Başkanı İsmail Karaosmanoğlu bu araştırma projesi kapsamında 10 Ocak 2013 tarihinde yapılan görüşmede aşağıdaki açıklamayı yapmıştır:

“Sosyal medya bence tek taraflı bir paylaşım olmamalı, yani bana hiç sıcak gelmiyor mesela, şimdi 1 milyon takipçisi var adamın ve sadece üst bir perdeden bir şeyler söyleyip gidiyo. Umurumda değil, zaten 1 milyon takipçisi olan adam medyanın da ilgisini çekiyor. Zaten herşeyi medyada da var onun. Ben Başbakanımıza Twitter kullanımı ile ilgili çok baskı yaptım, yani işte başbakanımızın hesaplarını da genç arkadaşlar yönetiyor, gençlikten arkadaşlar yönetiyorlar. Efendim işte siz bunu aktif olarak kullanmalısınız diye, niye kullanacağım diyor mesela başbakanımız. Zaten siz işte sizler kullanıyorsunuz, bizim adımıza hesaplar, işte resmi olarak bir şey yok ama, biz başbakanımızın hesabını nasıl kullanıyoruz? Başbakanımızın o gün yaptığı televizyonlardaki konuşmalar vs. zaten basına yansıyan şeyleri oradan özet halinde sosyal medyada da bir gündem olsun diye. Ki sadece bu kadarı ile bile işte 2 milyonun üzerinde bir takipçi oluşturuyor. Ben biraz ısrar edince, işte Obama'yı örnek verdim bir toplantıda, il başkanları toplantımızda, kalabalıktı tabii, 400-500 kişi, tüm il başkanları, belediye başkanlarının olduğu toplantı. Dedim ki işte Obama'nın Twitter hesabını kampanya ekibi kullanıyor, ama Sayın Obama kendi bir şey yazdığında, altta etiketliyor, BO diye, Barack Obama tarafından yazılıyor ve tweet

profilinde de bu yazılıyor, işte BO etiketli şeyler Barack Obama'nın kendisi tarafından yazılmıştır diye, diğerleri kampanya ekibi.....mesela anlatınca dedi ki, valla Amerika'da dedi, hani başkanın söylediği her şey televizyona çıkmıyor olabilir dedi, ki öyle dedi, ama Türkiye'de ben nerde ne söylesem, kaldı ki basına açık yeri boşver, basına kapalı yerde de konuşsam, hepsi zaten medyanın gündeminde, böyle bir şeye ihtiyacım yok dedi mesela. Ama sizin bunu bu mecrada milyonlarca insan var, gençler var, sizin bunu bizim adımıza kullanmanız önemli, bi taraftan böyle bir şey yok, bir türlü kendisinin kullanımına ikna edemedik mesela Başbakanımızı. Diğer liderleri örnek verdi bize, işte Kılıçdaroğlu kullanıyor, Bahçeli kullanıyor, işte serenadlar yapıyo, nutuklar atıyo falan.”

Recep Tayyip Erdoğan'ı temsil eden @RT_Erdogan Twitter hesabı incelendiğinde ise, söz konusu hesabın seçim döneminde 465 tweet attığı görülmüştür. Ancak bu 465 gönderiden 90'ı örneklem döneminde yer alarak söylem çözümlemesine tabi tutulmuştur. @RT_Erdogan hesabı hiç kimseyi takip etmezken 763630 kişi tarafından takip edilmektedir. Erdoğan'ı temsil eden hesap, tüm partilerden örnekleme alınan hesaplar arasında en yüksek takipçi sayısına sahiptir. Ancak az sayıda tweeti örnekleme giren hesabın tweetleri, incelenen AKP tweetlerinin %2,20'sini oluşturmaktadır. Hesaptan gönderilmiş tweetler arasında mention barındıranların sayısı 3, retweet niteliğinde olanların sayısı 1, hashtag içerenlerin sayısı ise 17 (%17,89)'dir. Erdoğan'ı temsil eden hesaptaki hashtag kullanımı, sayı bakımından da oran bakımından da AKP hesapları arasında en yüksek seviyeyi oluşturmaktadır. Hesaptan gönderilen tweetlerin temalarına bakıldığında, en çok kullanılmış temanın kendi partisi (%63,33) olduğu görülmüştür. Diğer temaların oranları, %13,33 ile Türkiye gündemi, %8,89 ile duyurular, %6,67 ile kültürel etkinlikler ve %5,56 ile başka partidir. Tweet içinde bağlantı paylaşımı incelendiğinde, 7 tweette Erdoğan'ın kendisine ait (yukarıdaki tabloda belirtilen web sitesi veya Facebook sayfası) bir içeriğe, 35 tweette ise webdeki başka herhangi bir içeriğe yönlendiren bağlantının bulunduğu görülmüştür. Kullanılan bağlantı adreslerinin 21'i kısaltılmış URL içerirken, 20'si de standart URL içermektedir. Sayıların neredeyse aynı olması, Twitter hesabının yönetiminde URL kullanımıyla ilgili olarak herhangi bir yöntemin benimsenmediği izlenimini yaratmaktadır.

Salih Kapusuz	
Hesap Adresi:	@Salih_Kapusuz
Kişi/Hesap Tanımı:	Salih Kapusuz
Diğer Bilgiler:	AK Parti Genel Başkan Yardımcısı, Halkla İlişkiler Başkanı Ankara Milletvekili
Web sayfası Bağlantısı:	http://www.salihkapusuz.com.tr

24. Dönem Ankara Milletvekili olan Salih Kapusuz, Halkla İlişkilerden Sorumlu Genel Başkan Yardımcısı ünvanıyla AKP MYK üyesidir. Kapusuz'un Twitter hesabından gönderilmiş 1264 tweetin 331'i araştırma kapsamında incelenmiştir. Bu sayı, incelenen AKP tweetlerinin %8,11'ini oluşturmaktadır. 20381 kişinin takip ettiği hesapta, 44 kişi takip edilmektedir. @Salih_Kapusuz hesabından gönderilen ve araştırma kapsamında incelenen tweetlerin %44,11'i kendi partisiyle, %14,50'si kültürel etkinliklerle, %12,99'u başka partiyle, %9,67'si ise Türkiye gündemiyle ilgilidir. Hesaptan gönderilen tweetlerin 5'i retweettir. Hashtag içeren tweet sayısı yalnızca 1'dir ancak mention içeren tweetlerin sayısı daha yüksek bir değerle 41 (%12.39)'dir. Bu nedenle Kapusuz'un Twitter'ı başka kullanıcılarla etkileşime girerek, amacına uygun biçimde kullandığı söylenebilir. Salih Kapusuz, 73'ü kendisine, 2'si başkasına ait bir içeriğe yönlendiren olmak üzere toplam 75 tweetinde bağlantı paylaşımı gerçekleştirmiştir. Bu bağlantı adreslerinin yalnızca 1 tanesi kısaltılmış URL hizmetinden yararlanmış, 74'ü ise standart URL'den oluşmuştur. Tweetlerin içerebileceği azami 140 karakter nedeniyle, kısa URL'lerin kullanılması, Twitter'da önem taşımaktadır.

Zelkif Kazdal	
Hesap Adresi:	@zelkifkazdal
Kişi/Hesap Tanımı:	Zelkif Kazdal
Diğer Bilgiler:	Ak Parti Genel Başkan Yardımcısı Ankara Milletvekili
Web sayfası Bağlantısı:	Yok

24. Dönem Ankara Milletvekili Zelkif Kazdal, Seçim İşlerinden Sorumlu Genel Başkan Yardımcısı ünvanıyla AKP MYK üyesidir. Kazdal'ın Twitter hesabından gönderdiği 190 tweet bulunmakta, bu tweetlerin 56'sı örneklem döneminde yer almaktadır. İncelenen bu 56

tweet, incelenen AKP tweetlerin %1,37'sini oluşturmaktadır. Söz konusu hesap 3282 kişi tarafından takip edilmekte, 240 kişiyi takip etmektedir. Zelkif Kazdal'ın Twitter hesabından gönderilen tweetlerin yarısı (%50) kendi partisiyle ilgili, %16,07'si ise başka bir parti ile ilgilidir. İncelenen tweetlerin 10'u (%17,86) retweettir, 16'sı (%28,57) mention, 3'ü (%5,56) ise hashtag içermektedir. Twitter'ın başka kullanıcılarla etkileşime girmesini sağlayan bu özelliklerinin kullanım sayıları düşük gözükse de, Kazdal'ın incelenen tweetleri içindeki oranları, Kazdal'ın bu özelliklerin tamamını kullandığını göstermektedir. Diğer bir deyişle, Kazdal, Twitter'ı düşük düzeyde kullansa da kullandığında tüm özellikleriyle kullanmaktadır. Hesaptan gönderilmiş ve bağlantı içeren tweetlerin sayısı ise toplam 3'tür. Bu 3 tweetten 1'i kısa, 2'si standart URL içermektedir.

▪ Mikro Yapı İncelemesi

1 Nisan 2011

Söylem çözümlemesi örnekleminin ilk günü, Recep Tayyip Erdoğan'ın 00055 numaralı tweetinde 2010 yılında Türkiye'nin ekonomisinin %8,9 büyüdüğü öne sürülmekte ve dünyanın en hızlı büyüyen/gelişen ekonomilerinden biri olduğu iddia edilmektedir. Bu tweet bir durum saptama/değerlendirme iletisidir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
00055	Recep Tayyip Erdoğan	Turkey's economy grew by 8.9 percent in 2010, making it one of the fastest-expanding economies in the world. http://buswk.co/gQ3J8a

Bu tweette AKP hükümetinin ekonomik uygulamalardaki başarısına gönderme yapmaktadır. Bu tweet gündemle ilgili değildir. 1 Nisan 2011 tarihinde gündemdeki temel konu, BDP'nin başlattığı sivil itaatsizlik eylemidir.⁹⁶ AKP hükümetinin ekonomi paradigması, küresel

⁹⁶ Kürtçe hutbe okunması ve namaz kılınması isteğiyle, yaklaşık iki bin kişi cami dışında namaz kılmıştır. (Kaynak: <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/17436184.asp>, Erişim tarihi: 13 Kasım 2012)

kapitalizme eklenmektedir. Bu bağlamda, İngilizce yazılmış bu tweette AKP'nin ekonomik icraatlarının başarısı ifade edilmektedir. İleti, Recep Tayyip Erdoğan'ın ağzından değil, başka biri tarafından yazılmıştır ve pasif cümle yapısına sahiptir. Cümle yapısı basittir. Cümlenin (tweetin) birinci kısmı ve ikinci kısmı birbiriyle nedensel bağ kurmaktadır. Türkiye ekonomisinin büyümesi, onu dünyanın en hızlı gelişen/ilerleyen ekonomileri arasında yerleştirmektedir. Cümle ile web bağlantısı arasında işlevsel bir ilişki vardır. Cümle ile web bağlantısı verilen sayfa arasında “kayıp bağ” kurulmaktadır. Kelime seçimlerinde düz anlam kullanılmıştır. Gönderide URL kullanımı vardır.

İsmail Karaosmanoğlu'nun 01737 numaralı tweeti AKP'nin milletvekili aday listeleriyle ilgilidir. Tweeti yazan AKP'nin milletvekili adayı ve mentionda bahsedilen kişinin yerini değiştirebilme gücünü/konumunu ima etmektedir. Tweet, gündemle ilgili değildir. Cümle aktiftir. Cümle yapısı basittir. Cümlede üç bölüm vardır ve her üç bölüm de birbiriyle ilgilidir. Cümle AKP milletvekili aday listeleriyle ilgilidir. AKP milletvekili aday listelerinin hazırlanması sürecini “17. Sıra” sözcükleriyle ifade etmektedir. Tweette, mention ile iletişim kurulan kişiye, aday olarak yerinin 17. Sıra olmadığı; bunun bir “rüya” olduğu; daha yukarıdaki yerleri, konumu hak ettiği ima edilmektedir. 01740 numaralı tweetinde İsmail Karaosmanoğlu ayrıca mentionlanan kişiden özür dilemekte, yanlışlıkla “17” yazdığını, aslında 7. Sıra yazacağını; ama milletvekili adayı mentionlanan kişinin asıl yerinin ilk 5 içinde olması gerektiğini açıkça yazmıştır. Tweette kullanılan kelimeler düz anlamlarıyla kullanılmıştır. Görsel veya URL kullanımı söz konusu değildir.

6 Nisan 2011

Mustafa Elitaş'ın 02933, 02934, 02935 numaralı tweetleri birbirleriyle ilişkilidir. Mikro yapı analizi yapıldığında, Kanun Hükmünde Kararname (KHK) ile bakanlıkların yeniden yapılandırılması girişimine olanak verildiği açıklanmaktadır. Bu tweetlerin ardağını devlet bakanlıklarının icracı bakanlıklar haline dönüştürülmesi politikaları oluşturmaktadır. Söz konusu tweetler gündemle ilgili değildir. Bağlama bakıldığında ise, her üç tweetin neoliberal devlet politikasını “yönetişim” uygulama aracına işaret ettiği görülmektedir. Bilindiği üzere, “yönetişim” uygulamaları devletin uygulamalarının “hız”, “verim”, “şeffaflık”, “hesapverilebilirlik” ve “katılım” gibi bazı ideolojik söylemsel pratikler aracılığıyla yeniden

düzenlenmesi demektir. 02935 numaralı tweette Mustafa Elitaş öncelikle bu düzenlemelerin “milletle” faydalı olacağını dile getirerek, AKP’nin ideolojisindeki “milletle hizmet” vurgusunu dolaşıma sokmaktadır. 02935 numaralı tweetinde de Mustafa Elitaş, yine Sağlık Bakanlığı ve uluslararası sözleşmelerin kabul edildiğini vurgulamakta, bu kararların da “milletimize hayırlı olsun” ifadesiyle, AKP ideolojisinin ana bileşeni olan “millet”e yeniden gönderme yapmaktadır. Mustafa Elitaş’ın 6 Nisan 2011 tarihindeki 18 tweeti de aktif cümle kullanımına sahip olup, cümleler basittir. Cümlelerde ikon kullanımı da görülmektedir. 02943, 02946, 02947 ve 02950 numaralı tweetlerde gülme ikonu kullanılmıştır. Hatta 02943 ve 02950 numaralı tweetlerde gülme ikonu güçlendirme amacıyla yinelenmiştir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
02943	Mustafa Elitaş	MHP de 8-10 kişi takip ediyor. Bdp ara sıra geliyor Demekki muhalefet yapmak için fazla Mv ihtiyacı yok. 30-40 kişi yeter.::))

Mustafa Elitaş’ın tweetlerinde de mention kullanımı vardır. Özellikle muhalefet partilerine ve siyasetçilerine alaycı bir dille tweette mention yapılmıştır. Bölgesel uyumda Mustafa Elitaş’ın 02933 ile 02936 arasındaki, 02977 ve 02939 numaralı tweetlerinde nedensel ilişki, işlevsel ilişki ve referansal ilişki vardır. Bu tweetler AKP hükümetinin devlet/kamu idaresini dönüştürme politikasına işaret etmektedir. 02940, 02941, 02942 ve 02943 numaralı tweetlerinde birbiriyle nedensel ilişki, işlevsel ilişki ve referansal ilişkiye sahiptir. İlk gönderide TBMM 23. Dönem yasama yılının kapanacağı belirtilmekte, 12 Haziran 2011 Genel Seçimleri’nden sonra yeni yasama yılının başlayacağı 02941 numaralı tweette açıklanmaktadır. 42 numaralı tweetinde ise alaysı bir dille meclis genel kuruluna çok az sayıda milletvekilinin katılımının olduğu, 02943 numaralı tweetinde muhalefetin meclis genel kuruluna katılımının az olduğunu örneklendirerek (işlevsel ilişki) 2011 Genel Seçimleri sonucu için temennide bulunmaktadır. Mustafa Elitaş’ın 02943 numaralı tweette ürettiği retorik, muhalefetin güçsüzlüğü ve etkisizliğidir. 02946, 02947 numaralı tweetlerinde ise Hasip Kaplan’a mention yapılarak yeni yasama yılında BDP’lilerin mecliste yer almayacağı imlenmektedir. 02946 ve 02947 numaralı gönderiler arasında nedensel ilişki ve işlevsel ilişki vardır. 02948 ve 02949 numaralı tweetlerde ise AKP’nin “milli birlik ve beraberlik” söylem bileşeni üretilmekte; özellikle bu tweetlerde “sevda”, “sevda” sözcüklerinin “koltuk sevdalısı değil” “ülke sevdalısı” “millet sevdalısı” isim tamlamalarıyla birlikte kullanımıyla

hem metafor hem de metanomik bir anlatım kullanılmıştır. “Kardeşlik dili”, “birlik ve beraberlik dili” de AKP’nin millet tasavvuruna ve ideolojisine gönderme yapmaktadır. Milletvekilinin ideal tanımlanma ve konumlandırılma biçimi de “ülke” ve “millet sevdalısı” olmaktadır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
02948	Mustafa Elitaş	@Memetak @hasipkaplan şiddeti desteklemeyen ülkenin herferdine herbir santimetresine sevdalı vekiller olur insallah
02949	Mustafa Elitaş	@Memetak @hasipkaplan kardeşlik dilini birlik ve beraberlik dilini. Koltuk sevdalısı değil ülke sevdalısı millet sevdalısı...

Burada “sevda” sözcüğünün yaptığı çağrışımlar ve metinler arasılık önemlidir. Sevda sözcüğü TDK’ya göre “güçlü sevgi, aşk” ve “aşırı güçlü tutku, istek” anlamlarına gelmektedir.⁹⁷ Ayrıca “ülke sevdalısı” ve “millet sevdalısı” isim tamlamaları, bu tamlamaları sıklıkla kullanan Recep Tayyip Erdoğan’a gönderme yapmaktadır. Bu tweetlerin arkasında üretilen yan anlam ve referansal ilişki, 24. Dönem yasama yılı milletvekillerinin ülke ve millet sevdalısı AKP milletvekillerinden olması gereğidir. 6 Nisan 2011 tarihinde Mustafa Elitaş’ın attığı gönderilerde, retorik üretiminde herhangi bir görsel kullanılmamıştır. İnandırma amaçlı özel bir inandırıcı bilgiye referans verilmemiştir. Tweet dilinde hem temenni hem de alay yer almaktadır.

11 Nisan 2011

Recep Tayyip Erdoğan’ın 00058 numaralı tweetinde tırnak içinde bir açıklama metnine yer verilerek URL kısaltmasıyla detaylı açıklama metnine gönderme yapılmıştır. Tweet doğrudan gündemle ilgili değildir. 2011 Genel Seçimleri’nde siyasi partilerin ve liderlerin söylemsel pratikleri birbirlerini karalama ve hedef gösterme şeklinde gerçekleşmiştir. Cümle aktif ve

⁹⁷ http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.50ac62c34313f7.75923270, (Erişim tarihi: 21 Kasım 2012).

basit bir cümledir. Tırnak içindeki cümle ile URL linki arasında bir ilişki vardır. Tırnak içindeki cümle ile URL linki detaylı açıklanmaktadır. İnanırcılığı sağlamak için URL kısaltmasıyla link verilmiştir.

Recep Tayyip Erdoğan'ın 00059 numaralı tweeti ise yüksek seçim kuruluna sunulan AKP aday listesinin duyurulmasıyla ilgilidir. AKP'nin YSK'ya sunduğu 24. Yasama yılı milletvekili aday listesi duyurulmakta ve açıklanmaktadır. Gündemle ilgili bir gönderidir. 00059 numaralı tweet "biz dili"ni kullanmaktadır, basit bir cümle yapısı vardır. Cümle ve URL kısaltması arasında ilişki vardır. URL linki cümleyi açıklama işlevi görmektedir. Tweetteki kelimeler düz anlamda kullanılmıştır. İnanırcılığı sağlamak için URL kısaltmasına yer verilmiştir.

11 Nisan günü İsmail Karaosmanoğlu 43 tweet atmıştır. Bu tweetlerden 01830 numaralı tweetinde milletvekili adayı olan Suat Kılıç, Cumhur Yanılmaz ve Mustafa Elitaş'a mention yaparak genel seçimlerde başarı dilemiştir. Ancak bu başarı temennisi bir dua cümlesidir: "Rabbim sizleri korktuklarınızdan emin, umduklarınıza nail eylesin".

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
01830	İsmail Karaosmanoğlu	@suatkilicsamsun @cumhuryanilmaz @mustafaelitas "Rabbim sizleri korktuklarınızdan emin, umduklarınıza nail eylesin"

01846 numaralı tweetinde ise İsmail Karaosmanoğlu, gençlik kollarının AKP milletvekili aday listeleri üzerindeki güçlü etkisine gönderme yapmaktadır. 01847 numaralı tweet ile bu tweet arasında nedensel ilişki vardır. 01847 numaralı tweet ile AKP milletvekili aday listelerinde gençlik kollarından 30'dan fazla kişinin yer aldığı açıklanmaktadır. Bu tweet ile AKP'nin toplumun tüm kesimlerini kapsadığı imlenmektedir. 01849 ve 01853 numaralı gönderilerde İsmail Karaosmanoğlu söz konusu milletvekili aday listesinin mükemmel olmadığını, "@" işaretli bir gönderi ile kabul etmektedir. Bu iki iletiyi parti içinde nadir gerçekleşen tabandan teşkilatlara bir eleştiri olarak kabul edebiliriz. 01855, 01856, 01857. 01858 numaralı tweetlerde İsmail Karaosmanoğlu diğer partilerin aday listeleri üzerine yorum yapmakta, özellikle 01857 numaralı tweetle güçlendirilmiş gülme ikonunu iki kere kullanarak (:)) CHP Kocaeli milletvekili adayı Hurşit Güneş'in adaylığıyla dalga geçmektedir. Bu

tweetin ardalasını Hurşit Güneş'in yaptığı bazı basın açıklamaları oluşturmaktadır. Söz konusu tweetler arasında nedensel ilişki ve işlevsel ilişki vardır. 01860, 01863 numaralı tweetlerde ise İsmail Karaosmanoğlu, seçimin olası sonucunun tahminini yapmaktadır. Bu tweetlerin referansal ilişkisi de MHP'nin %10 seçim barajını geçip geçemeyeceğine ilişkin kamuoyundaki yoğun tartışmalardır. Cümleler aktif ve basit yapıdadır. "Biz dili" yoğun olarak kullanılmakta, bu biçimde "AKP'li olmak" imlenmektedir. Aynı gün içinde Mustafa Elitaş'ın attığı tweet sayısı 29'dur. Bu tweetler hem İsmail Karaosmanoğlu'na, Suat Kılıç'a, Cumhuriyet Yanılmaz'a mention yapılmakta, milletvekili adaylık süreciyle ilgili dilekler açıklanmaktadır. Mustafa Elitaş'ın çoğu tweeti takipçilere yöneliktir. Mustafa Elitaş özellikle o gün gündemle ilgili olarak CHP aday listelerine yönelik eleştiren ve değersizleştiren tweetler atmıştır. Özellikle CHP lideri Kemal Kılıçdaroğlu'na "kk" kısaltmasıyla hitap edilmesi kelime seçimi aracılığıyla değersizleştirme ve küçültme amacını taşımaktadır (Örneğin 03107). 03109 numaralı tweetin bağlamı, Deniz Baykal'ın istifasından sonra Kemal Kılıçdaroğlu'nun CHP Genel Başkanı olması sürecidir ve bu süreçte Kemal Kılıçdaroğlu'nun CHP'nin eski Genel Başkanı Deniz Baykal'a "ihanet" ettiği yan anlamsal olarak ima edilmektedir. 03110 numaralı tweette işlevsel ilişki kurulmakta, Kemal Kılıçdaroğlu'nun kendi parti liderine ihanet eden bir kişi olarak da ihanete uğrayacağı, "her komplo kendi çocuğunu yer", "edersen ihanet ederler ihanet" deyimleriyle de iddia, retoriksel pratikle desteklenmektedir.

Tweet Numarası	Hesap Sahibi	Tweet
03110	Mustafa Elitaş	@tezcanaş bunu bilmek için siyasetten anlamaya gerek yokki her komplo kendi çocuğunu yer edersen ihanet ederler ihanet

Ayrıca Mustafa Elitaş'ın cümleleri basit ve aktiftir. Dilsel pratiklerinde alay ve küçümseme yoğundur (Örneğin 03114). 03116 numaralı tweetinde Mustafa Elitaş, bir takipçisinden gelen uyarı gönderisi üzerine, dilsel pratiğine dikkat edeceğini belirtmiş, "... Biz de milletin bir yansımasıyız" diyerek "ben kimsem millet de o" parça bütün ilişkisini kurmaktadır. 03120 numaralı tweetinde, CHP Zonguldak milletvekili adayının kişiliğini eleştirmekte, referansal ilişki kurmaktadır. Burada Zonguldak milletvekili adayının adı verilmemiştir. Ancak içi boş göstergenin içeriğini takipçilerin bağlam bilgisi doldurmaktadır. 03121 numaralı tweetiyle Mustafa Elitaş, yeniden milletvekili adaylığından dolayı memnuniyetini dile getirmekte, bunu

“kısmet” olarak açıklamaktadır. 03123 numaralı tweetinde ise listede yer almayanlar için cılız bir serzeniş üretmektedir. Aynı gün içinde Salih Kapusuz 15 tweet atmıştır. Bu tweetlerin ilki 0074, milletvekili adaylarının seçim süreciyle ilgili işine, görevine gönderme yapmakta olup gündemle ilgilidir. Diğer tweetleri ise yeniden milletvekili adaylığına yönelik kendine gelen tebrik ve başarı dileklerine teşekkür yanıtı niteliğini taşımaktadır. 03994 numaralı tweetinde “durmak yok, yola devam dedik” cümlesiyle AKP’nin ve özellikle partinin karizmatik lideri Recep Tayyip Erdoğan’ın söylemsel pratiğine, mottosuna gönderme yapmakta, lider ve onun söylemiyle parça bütün ilişkisi üretilmekte, liderin söylemi çoğaltılmakta ve bu temelde bir sonraki cümleyle işlevsel ilişki kurulmaktadır.

18 Nisan 2011

Bu gün İsmail Karaosmanoğlu 11 tweet atarak, Recep Tayyip Erdoğan’ın Ankara’da milletvekili aday tanıtımı hakkında gözlem ve yorumlarını yazmıştır. Özellikle AKP milletvekili adaylarının “milletle işbirliği” milletin içinden gelmesi yan anlamsal olarak ifade edilmektedir (Örneğin 01949). 01950 numaralı tweette ise gerek CHP’nin gerek MHP’nin Ergenekon terör örgütü üyesi olma suçuyla tutuklu yargılanan kişileri milletvekili adayı göstermeleri saldırgan ve kızgın bir dille eleştirilmektedir. 01951’de özellikle “Silivri çeteleri”, “mafyanın karanlık odaları” benzetmeleriyle CHP ve MHP adaylarının millet iradesini yansıtmadığı iddia edilmekte, hem de bu isim tamlamalarıyla metanomi üretilmektedir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
01951	İsmail Karaosmanoğlu	Siz milletin iradesinimi temsil ediyorsunuz, yoksa silivrinin cetelerin mafyanin karanlik odaklarin iradesinimi?
01953	İsmail Karaosmanoğlu	Bizden once cezaevlerinde analar evlatlariyla ana dilinde konusabiliyormuydu? Bununda onunu biz actik..!

“Millet iradesi” isim tamlaması da Recep Tayyip Erdoğan’ın sıklıkla kullandığı bir retorik/dilsel pratiktir. Bu isim tamlamasının ardağını açıklarsak, özellikle 12 Eylül 2010

referandumunda isim tamlaması Recep Tayyip Erdoğan tarafından konuşmalarında ve AKP'nin anayasa değişikliğine evet kampanyasında kullanılmıştır. 01953 numaralı tweetinde İsmail Karaosmanoğlu, cezaevlerinde tutuklu ve yakınlarının anadillerinde konuşabilmelerine ilişkin yapılan tüzük değişikliğini⁹⁸ imlemekte ve bu uygulamayı AKP'nin "ileri demokrasi" iddiasıyla yan anlamsal düzlemde bütünleştirmektedir. Burada anadilde imlenen Kürtçedir. Gönderide Kürtçenin adının zikredilmemesi, anadil denmesi de ilginçtir ve çelişkili bir tutumdur. Salih Kapusuz ise aynı gün 4 tweet atmıştır. Tweetler, "Türkiye Hazir Hedef 2023" (04022) sloganıyla AKP milletvekili aday tanıtımı üzerinedir ve "İSTİKRAR SURSUN TURKİYE BUYUSUN..." (04023) sloganının dolaşıma sokulmasıdır. "Türkiye Hazir Hedef 2023" AKP'nin Türkiye Cumhuriyeti'nin 100. yılında da iktidara talip olunduğunu işaret etmektedir. Bu tweet AKP'nin gelecek hedeflerini ifade eden işlevsel ilişki "istikrar sürsün Türkiye büyüsün" tweeti de AKP'nin siyasal kampanyalarında kullandığı bir slogandır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
04023	Salih Kapusuz	İSTİKRAR SURSUN TURKİYE BUYUSUN...

Burada, Türkiye'nin büyümesinin koşulu AKP iktidarının sürmesine bağlanmakta, diğer bir deyişle indirgenmektedir.

26 Nisan 2011

Örnekleme giren bugünde, Ekrem Erdem'in 00614 numaralı tweetinde "Hedef 2023" adı verilen AKP'nin politikaları hakkında bilgi verilmiştir. Ardında AKP'nin 2023 politikaları ve hedefleri hakkında bilgi aktarılmaktadır. 2023 yılı Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşunun 100. yılıdır. AKP'nin "Hedef 2023" vizyonu, muhafazakâr demokrasinin egemenliğini "yeni" bir Türkiye Cumhuriyeti'nin tasarılanmasının nihayete ereceği tarihtir. Cümleler aktif ve basittir. Bu tweette nedensel ilişki vardır. Tweeti ile URL kısaltılıp verilen fotoğraf arasında ilişki vardır. Ayrıca işlevsel ilişki söz koşudur.. 2023 yılına ilişkin AKP'nin hedeflerine bağ

⁹⁸ Ceza İnfaz Kurumlarının Yönetimi ile Ceza ve Güvenlik Tedbirlerinin İnfazı Hakkında Tüzük'ün 88. Maddesi, 20 Haziran 2009'da Resmi Gazete'de yayımlanarak değiştirilmiş ve mahkumların telefon konuşmalarını Türkçe dışındaki dillerde yapabilmelerine olanak sağlanmıştır.

kurulmaktadır. Ekrem Erdem'in 0015, 0016 numaralı tweetleri seçim çalışmalarını tanıtmaya yöneliktir.

Aynı gün içinde Abdülkadir Aksu, 21 tweet atmıştır. Tweetlerinde URL kısaltma kullanarak seçim çalışmalarından fotoğraflara yer vermiştir. 00460 numaralı tweeti “Türkiye hazır hedef 2023” sloganını içermektedir. 00470 ve 00471 numaralı tweetleri arasında işlevsel ilişki vardır. 00470 tweetinde “istikrar sürsün, Türkiye büyüsün” denmiştir. Bu tweetin bağlam bilgisini AKP'nin egemenliğinde, Türkiye'nin geliştiği ve kalkındığı, AKP'nin seçim zaferiyle bu gelişmenin devam edeceği iddiası oluşturmaktadır. AKP'nin yönetimi, hükûmetin “istikrar” sözcüğüyle betimlenmekte; yurttaş sağduyuya⁹⁹ davet edilmektedir. Aynı gün içinde 02007, 02014 tweetleriyle İsmail Karaosmanoğlu 8 tweet atmıştır. Bu tweetler doğrudan CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu ve milletvekili adaylarına yönelik hakaret ve sövğu içermektedir. Özellikle 02008 numaralı tweet küfür niteliği taşımaktadır: “@kilicdarogluk bizde senin ana.....”. Bu tweetlerde İsmail Karaosmanoğlu, mention kullanmıştır. CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'na yönelik olarak “hadsiz”, “kıvırtan”, “terbiyesiz”, “karaktersiz”, vb. hakaretamiz sözcükler kullanılmıştır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
02007	İsmail Karaosmanoğlu	@mustafaelitas ağızlarını yıkasalar ne yazar, içleri ve kalpleri pislik dolu, bir sonrakinde çıkacak olan yine aynı :(((
02008	İsmail Karaosmanoğlu	@kilicdarogluk bizde senin ana.....
02009	İsmail Karaosmanoğlu	@kilicdarogluk yani ayağını denk al manasında :((

⁹⁹ Antonio Gramsci, “sağduyu” ile ilgili olarak *Hapishane Defterleri*'nde şu ifadelerle yer vermiştir: “Genel olarak ortak duyu ya da sağduyu adı verilen şeyin, değeri tastamam neye dayanır? Yalnızca ortak duyunun, gerçi örtük olarak, nedensellik ilkesinden yararlanmasına değil ama bir dizi yargıda, ortak duyunun doğru, basit ve kolay nedeni saptaması ve metafiziğin sözde-derin, sözde-bilimsel, vb. kurnazlık ve bilimsel yanlarıyla kendi yolundan sapmaması biçimindeki çok daha sınırlı olgu ya da. Kutsal kitap ile Aristoteles tarafından simgelenen yetke (ideoloji) ilkesine karşı savaşmak istendiği sırada 17. Ve 18. Yüzyıllarda, göklere çıkarılmaktan geri kalmazdı ortak duyu. Gerçekten de “ortak duyu” da görüngül ve sınırlı bir biçimde de olsa, belli bir “deneyimcilik” ile gerçeğin belli bir doğrudan gözlemlenmesi düzesi (doz) bulunduğu bulguları bugün de, durumun değişmiş bulunmasına ve bugünkü ortak duyunun kendi özünü değerinde çok daha sınırlı olmasına karşın benzer ilişkilerde ortak duyu konusunda aynı değer yargısıyla karşılaşılmaktadır” (1986: 228-9).

02010	İsmail Karaosmanoğlu	@kilicdarogluk yaptın bir terbiyesizlik bari özür dile hadsiz adam, alışkanlığın olduğu üzre yine kıvırtıyorsun...
02011	İsmail Karaosmanoğlu	@devilmustafa @kilicdarogluk haddini bil..!
02012	İsmail Karaosmanoğlu	@sibel_kavak @kilicdarogluk @gurseltekin34 başkanınızın nasıl bir karaktersizlik abidesi olduğunu hayret ve dehsetle seyrediyoruz
02013	İsmail Karaosmanoğlu	@sibel_kavak @kilicdarogluk @gurseltekin34 Hursit Gunes de bütün Kürtleri eninde sonunda kucağına oturtacaktı degilmi?
02014	İsmail Karaosmanoğlu	@sibel_kavak @kilicdarogluk @gurseltekin34 inkar sizin isiniz..!

Mustafa Elitaş da aynı gün 11 tweet atmıştır. Tweetler birbiriyle ilgili (işlevsel ilişkili) olup 03168-03176 numaralı tweetlerin tümünde Mustafa Elitaş, CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'na yönelik eleştirilerde bulunmaktadır. Atasözü ile deyişlerden yararlanan, popülist bir dil kullanımı vardır. Örneğin “dibe inmek” (03169)¹⁰⁰, “ağzını yıka, kürsüye öyle çık” (03172), “ağzından pislik akıyor” (03173); “anasına bak kızını al” (03174); “arkadaşını söyle, sana kim olduğunu söyleyeyim” (03174)¹⁰¹ ve “al birini vur ötekine” (03176)¹⁰². Bu tür söylemsel pratikler aslında Habermas’yan anlamda tartışma etiğine ve ideal konuşma biçimine çok uygun değildir çünkü rasyonel bir tartışma için zemin oluşturulmamaktadır.¹⁰³

¹⁰⁰ Dibe inmek veya vurmak (Deyim): En kötü duruma düşmek (<http://tdkterim.gov.tr/atasoz/?kategori=atalst&kelime=dibe&hng=tam>, Erişim tarihi: 19 Kasım 2012).

¹⁰¹ Arkadaşını söyle, sana kim olduğunu söyleyeyim (Atasözü): Kişi kendisine uygun kimselerle arkadaşlık kuracağı için arkadaşını tanıdığımızda o kişinin de kimliğini öğrenmiş oluruz (<http://tdkterim.gov.tr/atasoz/?kategori=atalst&kelime=arkada%FE%FDn%FD&hng=tam>, Erişim tarihi: 19 Kasım 2012).

¹⁰² Al birini vur ötekine (Deyim): Hiçbiri işe yaramaz, hepsi bir ayarda (<http://tdkterim.gov.tr/atasoz/?kategori=atalst&kelime=al+birini&hng=tam>, Erişim tarihi: 19 Kasım 2012).

¹⁰³ Habermas’yan tartışma etiği ve ideal konuşma biçimiyle ilgili olarak ayrıntılı bilgi için bakınız: Burak Özçetin Umut Tümay Arslan ve Mutlu Binark (2012). "Türkiye'de İnternet, Kamusal Demokratik Kanaat Oluşumu", *Folklor/Edebiyat Dergisi*, S: 72, 51-73.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
03170	Mustafa Elitaş	@HasipKaplan bizimkilerin silahı kalem, Mermisi fikirleridir. Sizinkiler ile karistirma
03172	Mustafa Elitaş	Ağzını yıka da öyle kürsüye cik demek gerekir
03173	Mustafa Elitaş	Kemirgenc en yakın arkadaşı. O da genel kurulda küfürlü konuşur. Ağzından pislik akıyor ağzını yıka diye uyardığım için beni dava etmiş

Tweetlerinin sentaktik yapısına bakıldığında “biz dili”nin kullanıldığı, basit cümle yapısının kullanıldığı ve cümlelerin aktif olduğu görülmektedir. 03170 numaralı tweette Mustafa Elitaş BDP milletvekili Hasip Kaplan’a mention yaparak “ bizimkilerin silahı kalem, mermisi ise fikirlerdir. Sizinkilerle karıştırma” diyerek mikro yapısal analizde BDP ve PKK arasında ilişki kurarak “sizinkiler” hitabıyla referansal ilişki üretmektedir. 03176 numaralı tweette de CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu’nun yol arkadaşları olarak Oktay Ekşi ve Kamer Genç (tweette kasten ismi “kemirgenç” olarak yazılmıştır, 03173 numaralı tweette de Kamer Genç’in adı yanlış yazılmıştır) sıralanmış ve bu kişilerin Kemal Kılıçdaroğlu’nu kısa sürede “küfürbaz” olarak eğittikleri iddia edilmiştir. 03177 numaralı tweet ise Şemdinli savcısının HSYK tarafından mesleğe dönüşünün onaylanması üzerinedir. Burada referansal ilişki kurulmakta, Şemdinli’de Umut Kitabevi’nin bombalanması olayı sonrası (2005) Cumhuriyet Savcısı Ferhat Sarıkaya’nın dönemin Kara Kuvvetleri Komutanı Org. Yaşar Büyükanıt hakkında yönlendirdiği suçlamalara ve bundan sonra HSYK (Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulu) tarafından meslekten ihraç olayına¹⁰⁴ göndermede bulunmaktadır. Tweette “nihayet Adalet kurumu adil olmaya başladı...!!” son cümlesiyle de üretilen referansal ilişki 12 Eylül 2010 referandumundan sonra HSYK’nın yeniden yapılandırılması durumudur. Mustafa Elitaş’ın tweetlerinin ardaalanını CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu’nun miting meydanlarında AKP’ye yönelik yaptığı eleştirileri hedef alan olumsuzlama oluşturmaktadır.

¹⁰⁴ Ferhat Sarıkaya, HSYK’nın 20 Nisan 2006 tarihli kararına göre “mesleğin şeref ve onurunu ve memuriyet nüfuz ve itibarını bozacak nitelikte görüldüğü” gerekçesiyle ihraç edilmiştir (Kaynak: <http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=185033>, Erişim tarihi: 27 Kasım 2012). Sarıkaya, 2010 yılında gerçekleştirilen anayasa değişikliği referandumu ile yapısı değişen HSKY’ya başvurarak meslekten ihraç kararını kaldırma talebinde bulunmuş ve sonrasında Ankara Cumhuriyet Savcılığına atanmıştır.

Salih Kapusuz da aynı gün 12 tweet atmıştır. Tweetleri seçim çalışmaları ve ziyaretleriyle ilgili olup, URL kısaltması kullanılarak bu ziyaretlerden fotoğraflar paylaşılmıştır. 04061 ve 04062 numaralı tweetler, AKP’yi destekleyen; öven cümlelerdir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
04061	Salih Kapusuz	AK Parti emegi istismar etmez, emekçinin ayağına gider.Beypazarında emekcilerimizle geçirdik bugunu yfrog.com/gzy2femj
04062	Salih Kapusuz	AK Parti için gözden Irak olan gönülden iraktır diye bir anlayıştan söz edilemez.NALLİHAN'dayız... yfrog.com/h3orrqbj

Örneğin “AK Parti emekçinin ayağına gider”, AK Parti için gözden irak olan gönülden irak olmaz” gibi bir tür özlü söz üretimiyle AKP’nin toplumun tüm kesimlerini kapsadığı iddia edilmektedir. 04063 numaralı tweet, memur atamalarıyla ilgili hükûmetin aldığı bir karar, icraatın ediminin duyurulmasıdır. Burada dikkat çekici olan AKP milletvekili adaylarının veya MYK üyelerinin attığı tweetlerin gündemle ilgili olmamasıdır.

27 Nisan 2011

Ekrem Erdem’in 00017 numaralı tweetinde Kanal İstanbul¹⁰⁵ projesinin duyurusu yapılmaktadır. Muhalefet partilerinin AKP’ye yönelik eleştirileri olumsuzlanmakta, AKP’nin İstanbul projesi övülmektedir. Muhalefet partilerinin AKP’ye yönelik eleştirilerine “onlar söz üretiyor”, “biz hizmet” ikiliği ile yanıt verilmektedir. Muhalefetin eleştirel söylemi de

¹⁰⁵ Kanal İstanbul, Karadeniz ile Marmara Denizi arasında, İstanbul Boğazı dışında bir su yolu yapılması projesidir. Recep Tayyip Erdoğan’ın “çılgın projesi” olarak basına yansıyan projenin temel bilgileri, 27 Nisan 2011 tarihinde yapılan basın toplantısı ile kamuoyuna duyurulmuştur (Kaynak: https://tr.wikipedia.org/wiki/Kanal_%C4%B0stanbul, Erişim tarihi: 01 Aralık 2012). Başbakan Recep Tayyip Erdoğan bu projeyi şu şekilde tanıtmaktadır: “Biz sizlerle gurur duyuyoruz. Her yerden zeka fişkırıyor. “Yıl 1453 gemiler yürür karadan, yıl 2023 gemiler yürür kanaldan” diyor. Bizim insanımız bu işte, bu kadar zeki. O ecdadın torunu olursan böyle olur, eyvallah. Ama o ecdattan nasibini almazsan o zaman tribünden seyirci olursun, başka bir şey olmaz” (3 Mayıs 2011, İstanbul, Beylikdüzü Mitingi) (2012: 316).

değersiz kılınmaktadır. Bu değersizleştirmenin aracı “onlar küfrediyor” ifadesidir. Ekrem Erdem’in tweeti aktif ve basit bir cümledir. Tweetteki her iki cümle arasında ilişki vardır. “Biz hizmet üretiyoruz” cümlesi “kanal İstanbul hayırlı olsun” ile örneklendirilmiş ve işlevsel ilişki (b) üretilmiştir. Aynı gün Abdülkadir Aksu 23 tweet atmıştır. Tweetlerin büyük çoğunluğu İstanbul’daki seçim bölgesine seçim ziyaretiyle ilgilidir. 00483, 00484 numaralı tweetleri Salih Kapusuz’un 18 Nisan 2011 tarihinde attığı 04023 tweetiyle ve kendisinin 26 Nisan 2011 tarihinde attığı, 00470, 00471 numaralı tweetleriyle aynıdır. İsmail Karaosmanoğlu ise aynı gün içinde 109 tweet atmıştır. Bu tweetler kendisine yönelik tebriklere teşekkür tweetleridir ve çok sayıda mention içermektedir. 02080 numaralı tweetinde Allah’tan bir temenni içeren dua yazılıdır. 02081 numaralı tweette bunun “Ayet-i Kerime” olduğu ve İsra Sûresi 80. Ayetten olduğu açıklanmıştır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
02080	İsmail Karaosmanoğlu	Rabbim, gireceğim yere dürüstlükle girmemi, çıkacağım yerden de dürüstlükle çıkmami sagla, bana tarafından, yardım edici bir kuvvet ver..!
02081	İsmail Karaosmanoğlu	Az önceki ayet-i kerime, mubarek İsra suresi'nin 80. ayetidir..!
02082	İsmail Karaosmanoğlu	Bu dua, bizzat Yaradan'ın bize öğrettiği ve " Ve söyle niyaz et" deyip ardından vahyettiği duadır :))

02082 numaralı tweetinde ise neden böyle bir ayetten alıntıya yer verdiğini açıklamaktadır: “ve söyle niyaz et” böyle üç tweet arasında işlevsel ilişki üretilmiş olup referansal ilişkiyle de 02080 numaralı tweette iletilen mesajın nedeni açıklanmaktadır. 02104 numaralı tweette ise SETA ve EL KUDS araştırma merkezinin düzenlediği toplantıya katılımını duyurmaktadır. Mustafa Elitaş da aynı gün 12 tweet atmıştır. Bu tweetlerde mention kullanımı çok sayıdadır. Gündem, MHP’yi yeniden tasarlamaya yönelik özel yaşamın gizliliğini ihlal eden, MHP milletvekili adaylarının ve üst düzey yöneticilerinin cinsel içerikli videolarının İnternet’te dolaşıma girmesidir. 03183 numaralı tweette Mustafa Elitaş gündeme ilişkin tweet atmıştır.

Gündemle “Devlet Bey’in bozkurtları bunlar ise vay MHP’lim vay...” şeklinde referansal ilişki kurmuştur.¹⁰⁶

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
03183	Mustafa Elitaş	MHP genel başkan yardımcıları Recai Yıldırım ile Metin Çobanoğlu istifa etmişler. Devlet beyin Bozkurtları bunlar ise vay MHP lim vay.....

“Bozkurt” sözcüğü metafor olarak kullanılmış ve MHP’nin Türkçülük ideolojisine gönderme yapmıştır. Bu tweetle Mustafa Elitaş MHP’nin üst düzey yönetiminin ahlak anlayışını, olaya ve duruma işaret etmeden eleştirmektedir. Mustafa Elitaş, 03185 numaralı tweetinde Başbakan’ın Kemal Kılıçdaroğlu’na yanıtına (“eline, diline, beline sahip ol”¹⁰⁷, “edep ya hu!!!”) yer vermiştir. Bu tweetin ardalanını miting meydanlarında Erdoğan ve Kılıçdaroğlu arasında geçen sözlü atışmalar oluşturmaktadır. Ayrıca 03187 numaralı tweetiyle Elitaş, 27 Nisan 2007 tarihli Türk Silahlı Kuvvetleri’nin e-bildirge olayına referans vermektedir. 27 Nisan 2007 tarihinde Türk Silahlı Kuvvetleri, TBMM tarafından Cumhurbaşkanı seçim sürecine ilişkin bir e-bildirge yayınlamıştır. Bu bildirgenin ardından, politik süreçte erken seçim istekleri gündeme gelmiş ancak ilk etapta erken seçime gidilmemiştir. TBMM’de 27 Nisan 2007 tarihinde yapılan Cumhurbaşkanlığı seçiminin 1 Mayıs 2007 tarihinde Anayasa Mahkemesi tarafından iptal edilmesi üzerine erken genel seçim kararı alınmıştır. Diğer

¹⁰⁶ Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) Genel Başkan Yardımcıları Recai Yıldırım ve Metin Çobanoğlu’na ait olduğu ileri sürülen görüntüler İnternet sitelerinde yer almaya başlamış, iki ismin istifa etmesine ve milletvekili adaylığından çekilmesine neden olmuştur. İki üst düzey yöneticinin kadınlarla çekilen gizli kamera görüntüleri cinsel içerikli konuşmalar, siyasete ve seçimlere yönelik çeşitli açıklamalar içermektedir. Olay üzerine, MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli, Yıldırım ve Çobanoğlu’nun istifa etmelerini istemiştir. Daha sonra, MHP Genel Merkezi’nden yapılan açıklamada iki üst düzey yöneticinin, Devlet Bahçeli’nin talimatı ile hem partideki görevlerinden istifa ettiği hem de adaylıktan çekildiği belirtilmiştir. Ankara Cumhuriyet Başsavcılığı da özel hayatın gizliliğinin ihlal edildiği gerekçesiyle, 27 Nisan 2011 tarihinde görüntüler ile ilgili bir soruşturma başlatmıştır. Ankara 12. Sulh Ceza Mahkemesi, yapılan incelemede İnternet sitelerinde yayınlanan görüntü ve yazıların şahsın kişilik haklarını zedeleyici nitelikte olduğunu ifade ederek, bu görüntü ve yazıların yayımlandığı İnternet adreslerine erişimin engellenmesi yönünde karar vermiştir. (Kaynak: <http://www.milliyet.com.tr/mhp-de-kaset-skandali-istifa-getirdi/siyaset/sondakika/27.04.2011/1383161/default.htm>, Erişim tarihi: 13 Kasım 2012).

¹⁰⁷ Hacı Bektaş-I Veli’ye ait bir özlü söz olan "eline, beline, diline sahip ol" sözündeki simgesel anlatımla ilgili yaygın görüş şu şekildedir: “Eline sahip ol: Hırsızlık yapma; başkasının malında gözün olmasın. Beline sahip ol: zina yapmamak, edepli olmak. Diline sahip ol: Gözünle görmediğini söyleme; gözünle gördüğünü ört; yalan/iftira atma” (Kaynak: <http://www.zohreanaforum.com/bir-sorum-var/1372-eline-diline-beline-sahip-ol.html>, Erişim tarihi: 01 Aralık 2012).

taftan Türk Silahlı Kuvvetleri'nin Cumhurbaşkanlığı seçimlerine gelecekteki olası müdahalelerini de önlemek adına Anavatan Partisi'nin teklifi ile Cumhurbaşkanı'nı beş yılda bir halkın seçmesine yönelik Anayasa değişikliği yapılmıştır.¹⁰⁸ Mustafa Elitaş, bu tweetiyle bu olayla referansal ilişki kurmaktadır. Diğer tweetlerinde Mustafa Elitaş, AKP'nin “Kanal İstanbul” projesini tanıtarak övmektedir. Elitaş'ın dili alaycıdır. Devlet Bahçeli ve Kemal Kılıçdaroğlu için kısaltma kullanmak (“DB”,“KK”) yoluyla muhalefet liderlerini değersizleştirmektedir. Aynı gün Recep Tayyip Erdoğan da 5 tweet atmıştır. Bu tweetler bilindiği üzere Erdoğan tarafından yazılmamıştır, onun adına atılmıştır. Basit ve aktif cümle yapısı vardır. 03196 ve 03197 numaralı tweetlerde hem AKP'nin muhafazakâr demokrasi söylemine “kardeşlik, dayanışma, paylaşma” sözcükleriyle gönderme yapılmakta, hem de AKP'nin “hayalleri gerçeğe dönüştüren gücüne”, “hayaldi gerçek oldu” sloganıyla bağ kurulmaktadır.

Tweet Numarası	Hesap Sahibi	Tweet
03196	Mustafa Elitaş	@mustafaelitas İşine gelmeyince cehape genel başkanı deilde sanki partinin çaycısı gibi konuşuyor :)
03197	Mustafa Elitaş	Kayseri belediye Baskani yolsuzluk yapan şahsi ihbar ediyor KK belediyeyi suçluyor. Hala iftira devam ediyor.

03197 numaralı tweette Erdoğan, “dağları delip geçmek” metaforunu kullanarak, halk kültürü kahramanı Ferhat¹⁰⁹ ile kendisi/AKP arasında özdeşlik ilişkisi kurmakta, bu deyişin arkasını halk kültürü kahramanı Ferhat ile doldurmaktadır. Salih Kapusuz da aynı gün 15 tweet atmıştır. Seçim faaliyetleriyle ilgili bilgi vermekte, Twitter ortamındaki takipçilerine teşekkür

¹⁰⁸ “27 Nisan Genelkurmay Başkanlığı Basın Açıklaması, Türk Silahlı Kuvvetleri adına Genelkurmay Başkanlığı'nın Cumhurbaşkanlığı seçimi dolayısı ile 27 Nisan 2007 tarihinde gece saat 23:20'de yaptığı, lâiklikle ilgili açıklama. Türk kamuoyunda hakim olan görüş, basın açıklamasının ‘muhtıra’ olduğu yönündedir. Bildiri internet aracılığıyla verildiği için ‘e-muhtıra’ olarak da adlandırılmıştır” (Kaynak: https://tr.wikipedia.org/wiki/27_Nisan_Genelkurmay_Ba%C5%9Fkanl%C4%B1%C4%9F%C4%B1_Bas%C4%B1n_A%C3%A7%C4%B1klamas%C4%B1, Erişim tarihi: 19 Kasım 2012).

¹⁰⁹ Ferhat ile Şirin, eski bir halk öyküsüdür. Öyküye göre, Ferhat'ın, aşık olduğu Şirin'e kavuşabilmek için – başarılıması güç bir iş olarak- bir dağı delmesi ve böylelikle kente su gelmesini sağlaması gerekmiştir. (Kaynak: https://tr.wikipedia.org/wiki/Ferhat_ile_%C5%9Eirin, Erişim tarihi: 19 Kasım 2012)

etmektedir. O da Elitaş gibi 04070 numaralı tweetinde 27 Nisan 2007 tarihli e-muhtıra olayına gönderme yapmaktadır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
04070	Salih Kapusuz	Bugün 27 Nisan e-muhtırasının üzerinden tam 4 yıl geçti. Türkiye artık vesayetlerle yönetilme dönemini geride bıraktı.

Salih Kapusuz aynı gönderisinin ikinci cümlesinde “Türkiye artık vesayetlerle yönetilme dönemini geride bıraktı” diyerek Türkiye’de askeri vesayet rejiminin sona erdiğine ilişkin referansal bağ kurmaktadır. Ardından 04071 numaralı gönderisiyle “Türkiye normalleşiyor” diyerek Türkiye’de demokrasi rejiminin yerleştiğine gönderme yapmakta, “normalleşme” sözcüğü hem metaforik hem de metanomik bir kullanım içermektedir. Türkiye’de siyasetin normalleşmesi, yan anlamsal olarak da askeri darbe ve/veya müdahale ile siyasetin düzenlenmesi girişiminin ortadan kalkması anlamına gelmektedir.

28 Nisan 2011

Bugün Abdülkadir Aksu 16 tweet atarak, seçim faaliyetlerine URL kısaltma kullanarak bu etkinliklerden görselleri paylaşmıştır. 00529, 00530 numaralı tweetleri 26 Nisan 2011 tarihli 00470-00471 numaralı tweetleriyle aynıdır. Bir tür kapanış cümlesi gibi bu iki slogan kullanılmaktadır. Ekrem Erdem de 7 tweet atmıştır. Bu tweetlerde URL kısaltma olup seçim faaliyetleriyle ilgilidir. İsmail Karaosmanoğlu da 51 tweet atmış olup, bu tweetler çok sayıda mention içermektedir. AKP’nin 2011 Genel Seçimi milletvekili adaylarının Twitter kullanım pratiği övülmektedir (Bakınız: 02160 numaralı tweet). Mustafa Elitaş da 8 tweet atmıştır. Bu tweetlerde CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu’na hakaret ve yergi devam etmektedir. Daha önceki tweetlerde de Kılıçdaroğlu’nun adı kısaltma ile yazılmıştır (Örneğin 03189, 03191, 03195, 03196).

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
03191	Mustafa Elitaş	@_mehmet_yasar sen %35in icindemisin %65 in mi ona karar ver kim kiminle olmuş sanane babane..
03195	Mustafa Elitaş	KK partililerinin yaptığı hataları sorgulamayı ve uyarmayı hep arkadaşları yapıyor. Ben bilmiyorum diye kaçamak güreşiyor
03196	Mustafa Elitaş	@mustafaelitas İşine gelmeyince cehape genel başkanı deilde sanki partinin çaycısı gibi konuşuyor :)

Bu tweetlerinde CHP'yi de "cehape" şeklinde yazarak partinin adının yanlış açılımı ile değersizleştirme söylemsel işlemi yapılmaktadır. CHP Genel Başkanına yönelik olarak "sanki partinin çaycısı gibi konuşuyor :)" tweetiyle 03196 ile yan anlamsal olarak Kılıçdaroğlu'nun CHP'de güçsüz ve her şeyin uzağında bir durumu olduğunu imlemektedir. 03198 numaralı tweetinde "Ak Parti durmak yok, yola devam diyor" ilk cümlesiyle AKP'nin "Hedef 2023" politikasıyla işlevsel ilişki kurulmaktadır. Tweetin ardından gelen cümle ise "KK durmak yok iftiraya devam diyor" ile CHP Genel Başkanı Kılıçdaroğlu'na yönelik yergi ve itham devam ettirilmiştir. Burada ardyöreysi CHP Genel Başkanı Kılıçdaroğlu'nun Kayseri Belediye Başkanı Mehmet Özhasaki'ye yönelik yolsuzluk suçlaması oluşturmaktadır¹¹⁰. 03197 numaralı tweetle de bu tweetin hem işlevsel hem de referansal bağı vardır. Mustafa Elitaş'ın tweet dili kinaye içermektedir. Halk deyişlerini de yeri geldiğinde kullanmaktadır. Örneğin 03194 numaralı tweetinde Elitaş, milletin 12 Haziran'da sandıkta CHP'yi ve Kılıçdaroğlu'nu oy vermeyerek cezalandıracağını şu şekilde ifade etmektedir: "12 Haziran'da millet KK'ya fırça atacak".

¹¹⁰ Kemal Kılıçdaroğlu, 13 Aralık 2010 tarihinde TBMM'deki 2011 bütçe görüşmeleri sırasında, Kayseri Büyükşehir Belediyesi ve Belediye Başkanı Mehmet Özhasaki rüşvet ve yolsuzlukla suçlamıştır. Kılıçdaroğlu, 14 Aralık 2010 tarihinde ise suçlamalarına dayanak oluşturan belgeleri CHP'nin İnternet sitesinden açıklamıştır (Kaynak: <http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalDetayV3&ArticleID=1032620&CategoryID=78>, Erişim tarihi: 01 Aralık 2012).

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
03194	Mustafa Elitaş	KK Eskisehir belediyesinde sergilenen camiye ucube diye gösteren ressamı fırça özgürlüğü ile ifade etti. 12 haz da millet KK ya fırça atacak

Recep Tayyip Erdoğan da 03920 numaralı tek bir tweet atmıştır. Bu tweet, biz diline sahip olup 03916 numaralı 27 Nisan 2011 tarihli tweetle aynıdır. Burada Recep Tayyip Erdoğan'ın “kardeşlik, dayanışma ve paylaşma” sözcükleriyle simgeleştirdiği “millet” tasarımı ve onun bileşenleri üretilmektedir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
03920	Recep Tayyip Erdoğan	Hayal gerçeğe açılmış tohumdur. Biz de kardeşliğin, dayanışmanın, paylaşmanın hayalini kurduk.

Salih Kapusuz 16 tweet atmıştır. Bu gönderilerin bir kısmı seçim çalışmalarına ilişkin olup, Mamak'taki iş kazasıyla da ilgilidir (04089). Bu tweet, Kapusuz'un yerel gündemle planlanan etkinlikler ve ziyaretlerin ötesinde, daha ilgili ve haberdar olduğunu göstermektedir. 04094 numaralı tweetinde Kapusuz'un Mevlana'nın bir özlü sözüne yer verdiği görülmektedir. Bu özlü söz, CHP ve Kılıçdaroğlu'nun politik vizyonuna dair eleştirilere yönelik olarak güçlendirme, pekiştirme ve destekleme amaçlı kullanılmıştır. Salih Kapusuz'un Kılıçdaroğlu'na yönelik eleştirilerde kelime seçimi Elitaş'a ve Karaosmanoğlu'na göre daha özenlidir. Kılıçdaroğlu'nun soyadına CHP'nin tam adını da yaygın resmi kısaltmasıyla yazmaktadır. Siyasal etkinliklere ilişkin URL kısaltma ile görsel paylaşımı vardır. Bu görsel paylaşımları gerek Abdülkadir Aksu'da gerekse Salih Kapusuz'da retoriği güçlendirmek ve inandırıcı kılmak amaçlıdır.

1 Mayıs 2011

Abdülkadir Aksu 3 tweet atmış olup bunlar gündem ve bu günle (Emek ve Dayanışma Günü) ilgili değildir. 00583 numaralı gönderide Aksu, “1 Mayıs İşçi ve Emekçi Bayramı kutlu olsun” mesajını vermektedir. 00584, 00585 numaralı tweetler Aksu'nun daha önce attığı,

sıklıkla kullandığı iki tweettir. Burada şu hususun altını çizmek lazım: 00584, 00585 numaralı tweetlerde ve daha önceki aynı tweetlerde Aksu, büyük harfle yazmıştır. Netiket dilinde büyük harfle mesaj yazmak, iletiyi bağırarak demektir. Bu büyük harf kullanımıyla Aksu da mesajını vurgulamaktadır. Ekrem Erdem 9 tweet atmış olup, bu tweetlerde “Sayın Ekrem Erdem” ifadesi, Twitter hesabının bu aday tarafından bizzat kullanılmadığını göstermektedir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
01448	Ekrem Erdem	Sn.Ekrem ERDEM Akparti'nin gençleri önemsedğini vurgulayarak,Sarıyer'de gençlerle bilardo oynadı http://twitpic.com/4ry9oz
01449	Ekrem Erdem	Sn.Ekrem ERDEM Suşehri Yaygın Söğüt Derneğini ziyaret etti
01450	Ekrem Erdem	Sn.Ekrem ERDEM Mecidiyeköy'de Sivas'ın ağırlıkta dernek başkanları olmak üzere üst düzey yöneticileri ile kahvaltı yaptı twitpic.com/4rtxl7

İsmail Karaosmanoğlu da 10 tweet atmış olup bunlar gündemle ilgili değildir. Yine “biz dili” kullanılmış olup 02189 numaralı tweette 1 Mayıs gününü Emek ve Dayanışma bayramı olarak ilan eden partinin AKP olduğu belirtilmektedir. 02194 numaralı tweette Abdullah Öcalan’ın idam cezasının kaldırılması kararında MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli’nin de imzası olduğuna¹¹¹ gönderme yapıp “ip yok mu?” diyen Bahçeli’ye bu kararı anımsatılmakta, iki cümle arasında hem işlevsel, hem referansal bağ kurulmaktadır. 03923 numaralı tweet, Erdoğan’ın hesabından gönderilmiş olup, muhalefet parti liderlerine yönelik “edepsiz”, “ahlaksızlık” yergisidir. Bu tweetin ardyöresini seçim meydanlarındaki mitinglerde liderlerin karşılıklı yaptıkları yergiler oluşturmaktadır. Bugün iki tweet atan Salih Kapusuz da ilk

¹¹¹ Türkiye’de idam cezası, 1984 yılından itibaren fiilen uygulanmamış, 2 Ağustos 2002 tarihinde TBMM Genel Kurulu’nda yapılan oylamada da savaş, çok yakın savaş ve terör suçları dışında kaldırılmıştır. Her ne kadar MHP idam cezasının kaldırılmasına karşı olduğunu belirtmişse ve görüşmelerde Genel Başkan Devlet Bahçeli dahil olmak üzere MHP’li milletvekillerinin büyük çoğunluğu ret oyu vermişse de, yasa değişikliğinin yapıldığı tarihte hükümetin koalisyon ortağı olması nedeniyle, idamla ilgili yürütülen tartışmalarda MHP, “idamı kaldıran partiler” arasında anılmaktadır (Kaynak: <http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=45185>, <http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=45344>, https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye%27de_idam_cezas%C4%B1, Erişim tarihi: 01 Aralık 2012).

tweetinde 1 Mayıs Emek ve Dayanışma Gününü, “tüm emekçilerimiz” seslenişiyle kutlanmaktadır (04106). Diğer tweeti ise, Ankara’daki bir kültürel ekonomik etkinlik tanıtımıdır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
04106	Salih Kapusuz	1 Mayıs İşçi Bayramı tüm emekçilerimize kutlu olsun.
04107	Salih Kapusuz	AKM,Hediyelik Eşya Fuarındaydık.8 gün sürecek olan bu fuarıTum Ankaralı Hemsehrilerimiz görmeli yfrog.com/h2920jjzj yfrog.com/h7miweqj

28 Mayıs 2011

Abdülkadir Aksu örnekleme dahil edilen bugün 16 tweet atmış olup, bu tweetler seçim etkinlikleri duyurusuyla ilgilidir. Ekrem Erdem, 4 tweet atmış olup Dil ve Edebiyat Derneği ödül töreniyle ilgilidir. İsmail Karaosmanoğlu ise 7 tweet atmıştır. 02486 numaralı tweetinde Yüksek Hızlı Tren ile Ankara’dan Eskişehir’e gittiğini duyurmakta, Yüksek Hızlı Tren ile Türkiye’nin çağ atladığını iddia etmektedir. Yüksek Hızlı Tren uygulamasının AKP hükûmeti yönetiminde olduğunu takip eden 2 tweetinde dolaylı olarak iddia etmekte, 3 tweeti arasında böylece işlevsel ilişki ve referansal ilişki kurmuş olmaktadır. Mustafa Elitaş da 6 tweet atmıştır. 03950 numaralı tweetinde Recep Tayyip Erdoğan, 29 Mayıs 2011 Ankara mitingini duyurmakta, miting yer-saat bilgilerine yer vermektedir. Ayrıca URL kısaltmasıyla görsele link verilmiştir. Mitingde yer alan slogan “Ankara hazır, hedef 2023”tür. Bu slogan, 2011 Genel Seçimleri’nde tüm milletvekili adayları için kendi yerel seçim bölgelerinin adlarıyla yer değiştirerek ortak kullanılmıştır. Burada önemli olan “Hedef 2023” politikasıdır. “Hedef 2023” vizyonu, AKP’nin 12 Haziran 2011 Genel Seçimleri ile birlikte ortaya koyduğu, Cumhuriyetin 100. Yılına ait bir hedefler bütünüdür.¹¹²

¹¹² <http://www.akparti.org.tr/beyanname2011.pdf>, (Erişim tarihi: 18 Kasım 2012).

31 Mayıs 2011

Bu tarihte Abdülkadir Aksu 19 tweet atmış olup bu tweetler seçim kampanyası etkinliklerine ilişkindir. Ekrem Erdem de 8 tweet atmıştır. Seçim kampanyası etkinliklerine ilişkin bilgi vermektedir. 01620 numaralı tweetinde İstanbul Çağlayan meydanının açılışını duyurmakta, “AKP ile zor işler kolay oldu” cümlesiyle şehircilik uygulamalarından AKP hükûmetinin başarılı olduğunu ima etmektedir. İsmail Karaosmanoğlu da 20 tweet atmıştır. Bu tweetler gündemle ilgilidir. 31 Mayıs 2011 AKP Genel Başkanı Erdoğan’ın Hopa mitingini gerçekleştirdiği ve Hopa olaylarının çıktığı gündür. İsmail Karaosmanoğlu; ilk tweetlerinde İstanbul’dan Batum’a uçuşunu, oradan da Sarp sınır kapısından Hopa’ya geçişlerini duyurmuştur (02512-02524). 02525 numaralı tweetinde İsmail Karaosmanoğlu, “Hopa’da bir grup serseri kendince protesto yapıyor, parti arabalarını taşıyor, polis taşıyor. Polis çok sabırlı maşallah” cümleleriyle Hopa’da HES karşıtı yapılan protestoyu ve protestocuları “serseri” olarak etiketlemiştir. Oysa 31 Mayıs 2011 Hopa olayları, AKP’nin Hopa mitingi öncesinde yapılan gösterilere polisin biber gazlı müdahalesi sonucunda emekli öğretmen Metin Lokumcu’nun ölümünü ve koruma polisi Servet Erkan’ın atılan bir taşla yaralanmasını ifade etmektedir.¹¹³ İsmail Karaosmanoğlu da “Hopa hazır, hedef 2023” şeklindeki 02526 numaralı tweetiyle 2011 Genel Seçimleri’nde AKP’nin kullandığı ve yaydığı “Hedef 2023” vizyonunu dolaşıma sokmuştur. 02527 numaralı tweette İsmail Karaosmanoğlu, Hopa olaylarında HES protestocularını “serseri” olarak etiketlemeye devam etmiştir. 02528 numaralı tweetinde ise “Artvin valisi ve emniyet müdürü kendine Karadeniz’e atsın” diye devletin yerel yönetici ve mülki amirlerine eleştirisini yöneltmiştir.

Tweet Numarası	Hesap Sahibi	Tweet
02528	İsmail Karaosmanoğlu	Artvin Valisi ve emniyet müdürü kendine Karadeniz'e atsın

02529 numaralı tweetle de otobüsten düşen koruma polisinin yaralanması haberini duyurmuştur. İsmail Karaosmanoğlu’nun Hopa olaylarıyla ilgili tweetleri tek yönlü olup, bu da gönderi kullanımının tek boyutlu olduğunu; etkileşim olmadığı süreçte farklı ve karşı görüşlerle müzakerenin gerçekleşmeyeceğini, herkesin “kendi kompartımanında” konuştuğu

¹¹³ <http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalDetayV3&CategoryID=77&ArticleID=1051454>, (Erişim tarihi: 19 Kasım 2012).

bir ortam olduğunu göstermektedir. Mustafa Elitaş da aynı gün içinde 25 tweet atmıştır. Bu tweetlerden 03393 numaralı tweet 2011 Genel Seçimleri’nde AKP’nin seçim kampanyası şarkısını oluşturan “yazımız bir...” sözlerini içeren parçadan alıntılardır. Burada “#” kullanımını söz konusudur. Hashtag kullanımını aynı türden ya da aynı konuyla ilgili gönderileri (konuşmaları) gruplandırma amacını taşır.¹¹⁴ Elitaş’ın kullandığı hashtag “#birlikteturkiyeyiz”dir. Bu da AKP’nin muhafazakar demokrasinin üçlü bileşeni olan millet, din ve aile sacayaklarının taşıyıcısıdır. 03394 numaralı tweetinde Elitaş, AKP’nin 2011 Genel Seçimleri’nde kullandığı “hepimiz Türkiye’yiz” reklam filmini YouTube’a link vererek tanıtmıştır. 03395 ve 03398’de de “#birlikteturkiyeyiz” hashtagini kullanarak tüm Türkiye’de farklı kimlikleri içermeye davet eden bu birleştiriciliğin kurucu unsurunu da “aynı Allah’ın kulu olmak” olarak kuran söylemle AKP’ye oy vermeye takipçilerini davet etmektedir. 03412 numaralı tweetinde ise Elitaş, kanun hükmünde kararnamenin amacını açıklamaktadır. Bu tweetin ardyöresini devletin ve bakanlıkların yönetim politikası çerçevesinde yeniden yapılandırılması oluşturmaktadır. 03964 numaralı tweetinde Recep Tayyip Erdoğan, Ankara mitingini duyurmaktadır. 03965, 03966, 03967 numaralı tweetler ile Erdoğan, “#birlikteturkiyeyiz” hashtag’ini kullanmaya devam ederek, “tek millet, tek devlet, tek bayrak, tek vatan” şeklindeki AKP temel söylemini dolaşıma sokmaktadır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
03965	Recep Tayyip Erdoğan	Has bahçemiz yurdumuzdur, aynı bağı gülüyoruz biz. #birlikteTürkiyeyiz http://goo.gl/sTnia
03966	Recep Tayyip Erdoğan	Yazımız bir, kışımız bir, aynı dağın yeliyiz biz. Biz #birlikteTürkiyeyiz
03967	Recep Tayyip Erdoğan	Tek millet dedik, tek devlet dedik, tek bayrak dedik, tek vatan dedik #birlikteTürkiyeyiz

¹¹⁴ Bu özelliğe tekrarlanabilir etiket de denebilir. Bu kullanım, tweetleri diğer aynı türden tweetlerle gruplandırır. Bruns ve Burgess’in “#ausvotes” hashtag’ının 2010 Avusturalya Federal Seçimlerinde kullanımını inceledikleri çalışmalarında, bu özelliği kullanan bireyin o konudaki tweetinin görülmesini istediği ortaya çıkmıştır (2011: 37-38). Bruns ve Burgess’e göre, hashtag, bir kamusal konuşmadır. Bu çalışmada da siyasi partilerin ve adayların hashtag kullanarak tweet atıp atmadıklarına özel dikkat gösterilmiştir.

Yukarıdaki gönderilerde yer alan “Tek millet, tek devlet, tek bayrak, tek vatan” söylemi, Erdoğan’ın sıklıkla yinelediği bir söylemdir.¹¹⁵ Bu söylem aracılığıyla Türkiye’de farklı kimlikler, kimlik öğeleri, AKP’nin muhafazakâr demokrasi ideolojisi temelinde homojenleştirilmektedir. Salih Kapusuz da aynı gün 8 tweet atmıştır. İlk 5 tweeti Ankara yerel gündemiyle ilgilidir. 04258, 04259, 04260 numaralı tweetlerinde Salih Kapusuz CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu’nu eleştirmekte, bayrağın birleştirici bir simgesel gösterge özelliği taşıdığını belirtmektedir. “Bölücü” sözcüğüyle de Kürt sorununa ve PKK sorununa yan anlamsal düzeyde işaret etmektedir.

1 Haziran 2011

Bugün içerisinde Ekrem Erdem 7 tweet atmıştır ve bu tweetler seçim çalışmalarıyla ilgilidir. İsmail Karaosmanoğlu ise 39 tweet atmıştır. Bu tweetlerden 02531 numaralı tweetinde @mbekaroglu mentionu ile Halkın Sesi Partisi kurucusu Mehmet Bekaroğlu’na yönelik eleştiride bulunmaktadır. 02532, 02533, 02534 numaralı tweetlerinde Karaosmanoğlu, Hopa olaylarını değerlendirmeye devam etmekte; özellikle 02534 numaralı tweetinde “ayrıca ülkesinin başbakanına taş atan adam muhalif değil, hain ve şerefsiz kahpe dölüdür, ona alkış tutan da onun gibidir” diyerek Hopa olaylarında Polisin orantısız biber gazı kullanımını sonucu hayatını kaybeden Metin Lokumcu başta olmak üzere protestocular, “hain, şerefsiz, kahpe dölü” olarak etiketlenmiş, açıkça hakaret edilmiştir.

Tweet Numarası	Hesap Sahibi	Tweet
02534	İsmail Karaosmanoğlu	@ergunbekir Ayrıca ülkesinin başbakanına taş atan adam muhalif değil, Hain ve şerefsiz kahpe dölüdür, ona alkış tutanda onun gibidir

Özellikle Karaosmanoğlu’nun “kahpe dölü” sözcüklerinin ardyöresine bakarsak TDK’ya göre bu ifade “piç, soysuz”¹¹⁶ anlamına gelen bir deyim olduğundan, burada İsmail

¹¹⁵ Bu söylem, Recep Tayyip Erdoğan tarafından ilk kez 18 Mayıs 2007 tarihinde “Ak Parti 6. Gençlik Şöleni”nde kullanılmıştır. <http://www.akparti.org.tr/site/haber/2699/ak-parti-genclik-soleni>, (Erişim tarihi: 20 Kasım 2012).

¹¹⁶ <http://tdkterim.gov.tr/atasoz/?kategori=atalst&kelime=kahpe&hng=tam>, (Erişim tarihi: 18 Kasım 2012).

Karaosmanoğlu, ırkçı ve cinsiyetçi bir zihin haritasını dolaşıma sokmaktadır. Üstelik, toplumda farklı düşünenleri de benzeri şekilde etiketlenmektedir. Bu gönderi, aslında “#birlikteturkiyeyiz” hashtag’inde dışarıda bırakılacakları da açığa çıkartmaktadır: muhalifler, farklı düşünenler. Üstelik “kahpe dölü” olarak da farklı düşünenler etiketlenmektedir¹¹⁷. 02535 numaralı gönderide İsmail Karaosmanoğlu, Diyarbakır mitingiyle ilgili ilk bilgileri vermektedir. 02542 numaralı tweetinde “Diyarbakır meydanı birilerinin hevesini kursağında bıraktı. Verdiğimiz rahatsızlık için özür dileriz. ;(“ yazmış olup burada “birileri” sözcüğü ile başta BDP’li siyasetçiler ile Kürt politikacılara yönelik kinayeli bir anlatıma yer verilmiştir. 02561 numaralı tweetinde Karaosmanoğlu, parti içindeki konum ve görevine dikkat çekmiştir: “AKP gençlik kolları başkanlığı...”. Genel olarak İsmail Karaosmanoğlu’nun tweetleri saldırgan, kinayeli ve hakaretamiz bir dile sahiptir. Aynı gün Elitaş 70 tweet atmıştır. Bu tweetler çok sayıda mentionlu olup, takipçilerle karşılıklı konuşma-sohbet havasındadır. 03435 numaralı tweetinde 2011 Genel Seçimi’nin olası sonucunu “milletin egemenliğine herkes saygı duyacak” olarak iletmektedir. 03438 numaralı tweetinde “#birlikteturkiyeyiz” hashtag’ini kullanarak kimlerin kurucu/bileşen olduğunu örneklendirmiştir: Alevi, tesettürlü, yoldaş. Bu bileşenler ile faşizme ve ırkçılığa karşı birlikte “saf tutulmakta”dır¹¹⁸. 03467 numaralı tweetiyle 03473 numaralı tweetleri arasında Elitaş, Diyarbakır mitingine yönelik gözlemlerine yer vermiştir. 03468 numaralı tweette Elitaş “demokratik yöntemlerle milletin gönlüne giremeyenler, eşkıyalıkla milletin gözünü korkutmaya çalışıyorlar” diyerek “eşkıya” sözcüğü ile BDP’lileri yan anlamsal olarak işaret etmiştir. 03469 numaralı tweetiyle bu tweet arasında işlevsel ilişki ve referansal ilişki vardır. Özellikle “bölge halkına karşı bomba atmak”, “zorla kepenk kapattırmak” gibi örneklerle BDP’nin ve BDP’lilerin “eşkıya” ve/veya hukuksuz-yasa dışı imasıyla örneklendirilmiş, böylece kurulan retoriğe inandırıcılık temin edilmeye çalışılmıştır. “Kuru gürültü” deyişiyle de bu tür yasa dışı eylemlerin AKP ve millet için bir şey ifade etmeyeceği belirtilmiştir (03470). 03472 numaralı tweetinde ise Elitaş, “çarşaf yırtan çağdaş (!) kokonalar”¹¹⁹ sözcük tamlamasıyla CHP’lileri yan anlamsal olarak işaret etmektedir.

¹¹⁷ Farklı olan ya da farklı düşüneni aşağılayarak etiketleme, nefret söylemi olarak tanımlanmaktadır.

¹¹⁸ Saf tutmak (Deyim): Belli bir gruba katılmak (<http://tdkterim.gov.tr/atasoz/?kategori=atalst&kelime=saf&hng=tam>, Erişim tarihi: 01 Aralık 2012).

¹¹⁹ TDK’ya göre “kokona”, “Hristiyan kadını” ve “Süsüne düşkün yaşlı kadın” anlamlarına gelmektedir (Kaynak:

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
03470	Mustafa Elitaş	Ama bilsinler ki bu millet hiçbir tehdiye boyun eğmeyecek kuru gürültüye pabuç bırakmayacaktır
03472	Mustafa Elitaş	@mustafaelitas Biz çarşaf yırtan çağdaş(!)kokonaların değil;abdestsiz yere basmayan imanli anaların evlatlarıyız..!

Bu tweette “biz” ve “onlar” ayrımı üretilmekte, “onlar” İslam dini/inanç pratiğinin göstergelerinin düşmanı olarak işaretlenmekte, “biz” de “abdestsiz yere basmayan imanlı anaların evlatlarıyız...!” şeklinde tanımlanmaktadır. Elitaş’ın görüldüğü üzere oldukça kışkırtıcı ve ayrımcı bir dilsel pratiği vardır. 03474 numaralı tweette Elitaş, yine dinsel iman/inanç konusunu gündeme getirmekte, “imanın iktidar olmadığı kalpte şeytan devrim yapar” demiştir. Bu tweetinde Elitaş, hem dini inançları olmayan bireylerin kötülükler tarafından kuşatılacağını ifade etmekte, diğer taraftan da devlet yönetiminde kötülüklerin hakimiyete sahip olmaması için, yönetimin inançlı kişilerce gerçekleştirilmesine yönelik bir düşüncesini paylaşmıştır. “Devrim” sözcüğü ile “Şeytan” kavramının bir arada ve birbirlerini tanımlar nitelikte kullanılması, parça bütün ilişkisi ile “devrim” (yönetim değişiminin) “şeytani” (kötü) olduğunu ifade etmektedir. Salih Kapusuz ise aynı gün sadece 2 tweet atmıştır: 04261 ve 04262. 04261 numaralı tweetinde “birlik, dirlik ve beraberlik” sözcükleriyle ülkenin birlik ve bütünlüğünü imlemekte, buna yönelik tehditlerin 2011 Genel Seçimleri’nde sandıkta boşa çıkacağını iddia etmektedir. 04262 numaralı tweetinde ise AKP’nin 2011 Genel Seçimleri’nde sandıktan güçlenerek çıkacağını belirterek, bunun nedenini de “biz hep birlikte Türkiye’yiz” şeklinde açıklamaktadır (nedensel ilişki). Bu birlikteliğin güç kaynağı ise “millet” olarak açıklanmıştır (referansal ilişki). Böylece Salih Kapusuz, AKP’nin muhafazakâr demokrasi ideolojisinin kurucu bileşeni millet olgusunu tekrar güçlendirmiştir. Bu nasıl bir millet tasavvurudur sorusunun yanıtını ise, Erdoğan oldukça iyi bir şekilde vermektedir: “AK Parti, yeni muhafazakar demokrat çizgiyi, muhafazakarlığın genlerine ve tarihi kodlarına uygun şekilde, ama siyaset yaptığı coğrafyanın toplumsal ve kültürel geleneklerine yaslanarak ortaya koymaktadır. AK Parti, kendi düşünce geleneğinden hareketle, yerli ve köklü değerler sistemimizi evrensel standarttaki muhafazakar

http://www.tdk.org.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.50b9d959bd2af8.25406262,
Erişim tarihi: 01 Aralık 2012).

siyaset çizgisi ile yeniden üretmek amacındadır” (10 Ocak 2004, Muhafazakarlık ve Demokrasi Sempozyumunda yaptığı konuşmadan) (2012: 417).

4 Haziran 2011

Abdülkadir Aksu 27 tweet atmış olup seçim çalışmaları hakkında bilgi vermiştir. İlk tweetinde AKP'nin İstanbul mitingine takipçilerini davet etmektedir. Ekrem Erdem, 4 tweet atarak seçim çalışmaları hakkında bilgi vermektedir. İsmail Karaosmanoğlu, aynı gün 28 tweet atmıştır. AKP İzmir mitingi ile ilgili bilgi vermekte, URL kısaltmasıyla miting alanından görsel paylaşmaktadır. Bu görsel paylaşımı ile gönderilerine destek ve inandırıcılık sağlamaktadır. 02595-02596 numaralı tweetlerinde “CeHaPe zihniyeti” diyerek, saldırgan bir dille muhalefet partisine eleştiri yönelmektedir. 02596 numaralı tweetinde “İzmir’den denize dökme vakti geldi” cümlesinde ardyöre İzmir’in Yunan işgalinden kurtulması olan “9 Eylül 1922” tarihi olayına gönderme yaparak, İzmir’de AKP’nin çıkartacağı milletvekili sayısı ile parça bütün ilişkisi kurmaktadır. 02598 numaralı tweetinde ise “ak koyun kara koyun” ifadesini kullanmaktadır. Bu ifade “kimin ne olduğu önemli bir deneyimde anlaşılır” anlamına gelen “ak koyun kara koyun geçit başında belli olur” atasözüne¹²⁰ göndermede bulunmaktadır. 02601 numaralı tweetinde AKP'nin muhafazakar demokrasi ideolojisinin temel bileşeni “aile” vurgusu dile getirilmektedir. Aynı gün içinde Elitaş da 39 tweet atmıştır. Bu tweetlerin çoğu mentionla konuşma/yanıt şeklindedir. 03593, 03594, 03595 numaralı tweetlerde Elitaş, AKP iktidarının çeteleri, çeşitli vesayet rejimini tasfiye ettiğini, “milleti BİDON KAFALI” diye etiketleyenlerin 12 Haziranda tasfiye edileceğini iddia etmektedir. Burada “bidon kafalı” deyişiyle “kafasının içi boş olan kişi/seçmen” imlenmektedir.¹²¹ Aynı gün Erdoğan da 2 tweet atmıştır. Bu tweetlerin dilinden, gönderilerin Erdoğan için yazıldığı, seçim kampanyasını duyuran gönderiler olduğu görülmektedir. 03975 numaralı tweette Erdoğan için “Türkiye kadar bir yürek” betimlemesi kullanılarak Türkiye'nin çoğul kimliği ile Erdoğan'ın kişiliği ve ideolojik kapsayıcılığı arasında parça bütün ilişkisi kurulmuştur.

¹²⁰ https://tr.wiktionary.org/wiki/Ak_koyun_kara_koyun_ge%C3%A7it_ba%C5%9F%C4%B1nda_belli_olur, (Erişim tarihi: 21 Kasım 2012).

¹²¹ “Bidon kafa...” ifadesi ilk olarak Yılmaz Özdil tarafından 13 Ağustos 2007 tarihinde Hürriyet Gazetesi'ndeki köşesinde kullanılmıştır. Yazı için: <http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/7074842.asp?yazarid=249&gid=61&a=364933>, (Erişim tarihi: 21 Kasım 2012).

Salih Kapusuz da aynı gün tek tweet atmış ve Ankara'daki seçim çalışmaları hakkında bilgi vermiştir.

6 Haziran 2011

Abdülkadir Aksu her zaman yaptığı gibi seçim çalışmalarıyla ilgili bilgi vermektedir. Attığı tweet sayısı 30 olup, 2 tweeti “istikrar sürsün, Türkiye büyüsün” ve “Türkiye hazır, hedef 2023” sloganıdır. Ekrem Erdem de aynı gün 11 tweet atmıştır. 01676 numaralı tweeti AKP'nin İstanbul mitingine ilişkin yorumdan oluşmaktadır. Bu mitingin tarihi bir nitelik taşıdığı, 01676 numaralı tweette iddia edilmektedir. İsmail Karaosmanoğlu da 6 tweet atmıştır. Elitaş, 36 tweet atmıştır. 03645 numaralı tweeti, CHP Genel Başkanı Kılıçdaroğlu'na yönelik hakaret ve sataşma niteliği taşımakta, Kemal Kılıçdaroğlu'nun boyunun Erdoğan ile kıyaslandığında kısa olduğunu imlemektedir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
03645	Mustafa Elitaş	Kemalciğim Başbakan'a "Senin boyunun ölçüsünü alacağım" demiş. Önce bir tabure bulup üstüne çıkman lazım Kemalciğim, malum boy farkı.

Burada Kemal Kılıçdaroğlu'na “Kemalciğim” diye hitap, hem onu değersizleştirmekte, hem de bu üslup kullanımı Elitaş'ı halk nezdinde samimi/içten kılmaktadır. 03659 numaralı tweetinde ise İstanbul, İzmir ve Diyarbakır mitinglerine katılım rakamlarını, bir haber sitesine link vererek açıklamaktadır. Erdoğan 03981 numaralı tweetinde bir televizyon kanalında canlı yayın konuğu olacağını duyurmaktadır. Salih Kapusuz ise 3 tweet atmıştır. 04270, 04271 numaralı tweetleri CHP Kılıçdaroğlu'na yönelik sözcüklerin dikkatli kullanılması uyarısıdır: “bu ne perhiz, bu ne lahana turşusu” atasözü¹²² de gönderiyi samimi ve inandırıcı kılmaktadır.

¹²² Bu ne perhiz bu ne lahana turşusu (Atasözü): Sözleri ve davranışları birbirini tutmuyor, çelişiyor (<http://tdkterim.gov.tr/atasoz/?kategori=atalst&kelime=bu+ne+perhiz&hng=tam>, Erişim tarihi: 01 Aralık 2012).

11 Haziran 2011

Abdülkadir Aksu seçim ziyaretleriyle ilgili 19 tweet atmış, bu gönderilerden 2'si AKP'nin 2011 Genel Seçimi sloganının dolaşıma sokulması işlevini görmektedir. Ekrem Erdem de 8 tweet atarak seçim çalışmalarını duyurmaktadır. İsmail Karaosmanoğlu da 32 tweet atmıştır. Bu tweetlerinde çok sayıda mention kullanımı vardır. 02737 numaralı tweetlerle 02747 numaralı tweetler arasında işlevsel ilişki vardır ve İsmail Karaosmanoğlu 2011 Genel Seçim kampanyasını değerlendirmekte, Erdoğan'ı "dünya lideri" olarak konumlandırmaktadır. 02745 numaralı tweette ise Genel Seçim sonucu değerlendirmesi yapmaktadır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
02739	İsmail Karaosmanoğlu	Terörist saldırılarda yaralanan iki polis ağabeyimede Rabbimden acil şifalar diliyorum.
02740	İsmail Karaosmanoğlu	60 küsür il, 80 küsür miting, yüzlerce saat hava yolculugu, yüzlerce saat kara yolculugu, milyonlarca vatandaşımızla meydanlarda buluşma...
02741	İsmail Karaosmanoğlu	Ve en keyifli tarafı, 58 gün boyunca hergün sabahtan akşama kadar Dünya lideri ile beraber çalışmak...
02742	İsmail Karaosmanoğlu	İste secim kampanyasının, benim adıma özeti bu...

02760 numaralı tweetinde "göreceğiz darıyı da ambarı da" ifadesini¹²³ kullanmakta, Genel Seçim sonucunda muhalefet partilerinin hezimete uğrayacağını iddia etmektedir. 02761 numaralı tweetle bu tweet işlevsel bir ilişkiye sahiptir. Özellikle, "başka kapıya, avucunu yala, çatla patla, millet tokatladi" vb. sözcüklerin kullanımı ile gönderi popülerleştirilmektedir.

02762 numaralı tweetinde mentionla hitap ettiği kişiyi "blok (engelleme) yapacağımı" duyurmakta, mentionla hitap edilen kişiye "edepsiz herif" denilmektedir. Devamında "benim

¹²³ Bu ifade, "aç tavuk kendini buğday (arpa/darı) ambarında sanır" atasözüne gönderme yapmaktadır. Bu atasözünün anlamı TDK'ya göre, "insanlar, yokluğunu, yoksulluğunu çektikleri şeyler için olmayacak hayaller, düşler kurar" şeklindedir (Kaynak: <http://tdkterim.gov.tr/atasoz/?kategori=atalst&kelime=a%E7+tavuk&hng=tam>, Erişim tarihi: 01 Aralık 2012).

terbiyemin zekatı sanada, yedi sülalenede yeter” diyerek mentionlanan kişinin ailesine yönelik hakaret ve sataşma üretilmektedir. Elitaş da aynı gün 56 tweet atmıştır. Bu tweetlerin çoğu mentionlıdır. 03755 numaralı tweetinde Erdoğan’ın “durmak yok, yola devam” sloganını kullanarak takipçilerini selamlamaktadır. 03759 numaralı tweetinde CHP Genel Başkanına sataşma devam etmektedir. Aynı tweet içinde “unutmazsa CHP’nin oy sayısının bir adet artacağı kesin :))” diyerek 2009 yerel seçimlerinde, CHP Genel Başkanının aday olduğu kentte seçmen kaydı olmadığı için oy verememesi durumuna referansal bağ kurulmaktadır. 03760 numaralı tweetinde “#secim2011” hashtagi kullanılmıştır. 03762 numaralı tweetinde “SÖZ DE MİLLETİN, KARAR DA MİLLETİN” diyerek millet kavramı adı altında Genel Seçim sonucunu belirleyecek olan unsura, diğer bir deyişle halka referans verilmektedir. Bu cümle, Demokrat Parti’nin 1950 Genel Seçimi’ne yönelik olarak hazırladığı afişlerde bulunan “Yeter! Söz milletindir!” sloganıyla¹²⁴ referansal bağa sahiptir.

03772 numaralı tweetiyle AKP gençlik kollarının seçim kampanyasındaki katkısı övülmektedir. Burada, gençlik kolları iyi ve etkin olan partilerin etkileri de güçlü olur şeklinde parti gençlik kollarının misyonuna ve rolüne dikkat çekmektedir. 033787 numaralı tweetinde “biz hepimiz Türkiye’yiz” şarkı sözünü gönderi yapmaktadır. 03793 numaralı gönderi ise doğrudan oy verme edimi ile ilgilidir. Oy pusulasının nasıl kullanılacağıyla ilgili seçmenlere uyarı yapılmakta, nasihat verilmektedir. Zelkif Kazdal, aynı gün 7 tweet atmıştır. 04332 numaralı tweetinde, Yüksek Seçim Kurulu’nun MHP’li milletvekili adaylarının istifalarını işleme koymadığını duyurmakta, ancak bu gönderide MHP milletvekili adaylarını “kasetçi” diye etiketlemektedir. Burada, “kasetçi” milletvekili sıfat tamlaması, 2011 Genel Seçimleri sırasında MHP’yi yeniden tasarımlamaya yönelik, özel yaşamın gizliliğini ihlal eden ve medyada ve siyasetçilerin dilinde “seks kasetleri” olarak etiketlenen siyasi komplo

¹²⁴ Demokrat Parti’nin 1950 seçim kampanyasında kullandığı bu slogan, Türkiye’de sağ siyasetin en popüler sloganlarından biridir. Bu nedenle de defaten bu slogan gündeme getirilmektedir. Bu sloganda Demokrat Parti, CHP iktidarının ömrünü tamamladığını ve devletin baskısını azaltacak şekilde sistemi dönüştürmenin zamanının geldiğini söylemektedir. Bu söyleme koşut bir şekilde AKP de askeri vesayet rejiminin artık sona erdiğini/ereceğini ve yeni bir rejimin tesis edileceğini söylemsel pratiklerinde belirtmektedir. Demokrat Parti’nin söz konusu sloganı ve 1950’deki seçim kampanyasıyla ilgili ayrıntılı bir çalışma için bkz. Aynur Köse ve Mustafa Yılmaz (2012), Seçimler ve Değerler, Trabzon: Serander Yayınevi, s.31-46. Yine 1950 seçimlerinde Demokrat Parti’nin seçim kampanyasında kullandığı “Milletin partisi olma” metaforu benzer bir şekilde AKP tarafından da “milletin iradesinin tecessüs etmesi” şeklinde benzer bir bağlamda kullanılmaktadır. Bu izlekte Demokrat Parti’nin kurucu liderlerinden biri olan Celal Bayar’ın “Milletin mukadderatına hakim olduğunu ispat edeceğimiz zaman gelmiştir” (Cumhuriyet Gazetesi, 29 Nisan 1955’den aktaran Köse ve Yılmaz, 2012: 43) sözü ile Başbakan Erdoğan’ın “millet iradesi” ve “milletin iradesinin tecessüs etmesi” söylemleri arasında yakın bir ilişki vardır.

olayıdır. Zelkif Kazdal, söz konusu tweetinde URL kısaltmasıyla link vererek, söz konusu gönderinin inandırıcılığını sağlamakta ve pekiştirmektedir. Kazdal'ın diğer gönderileri CHP ve Kemal Kılıçdaroğlu'na sataşma ve seçim öncesi hazırlıklar ile ilgilidir.

12 Haziran 2011

Seçim günü Abdülkadir Aksu 6 tweet atmıştır. 01392 numaralı tweetinde seçim sonuçlarının Türkiye için hayırlı olmasını temenni etmiştir. Ekrem Erdem tek tweet atıp, 01722 numaralı bu tweetinde seçim sonuçlarının ülkeye hayırlı olmasını dilerken AKP 2011 Genel Seçim sloganını yinelemiştir. İsmail Karaosmanoğlu da gün içinde farklı zaman dilimlerinde toplam 57 tweet atmıştır. İlk grup, 11 Haziran'ı 12 Haziran'a bağlayan gece yarısıdır. 02768 numaralı tweette “teheccüt namazı kılınıp”¹²⁵, “hak davanın hizmetkarlarına başarı nasip etmesi için dua” edilmesi gönderisini içermektedir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
02767	İsmail Karaosmanoğlu	Yarınki secimler icin, bu saatten sonra yapabileceklerimizi yazıp aranızdan ayrılıyorum.
02768	İsmail Karaosmanoğlu	1. Bu gece teheccud namazına kalkıp, Alemlerin Rabbinden Hak davanın hizmetkârlarına basari nasibetmesi icin dua edebiliriz.

¹²⁵ “Arapça bir kelime olan teheccüd, hem uyumak, hem de uyanmak manalarına gelmektedir. Dinî bir kavram olarak teheccüd namazı ise, gece kılınan namaz demektir. Yatsı namazından sonra, terâvîh ve vitir namazının dışında, uyumadan veya bir süre uyuduktan sonra kalkılıp kılınan gece namazlarının tamamı için teheccüd ifadesi kullanılmaktadır.Hz. Peygamber'in sürekli olarak devam ettiği teheccüd namazı, sevabı çok bir ibadet olup müminler için menduptur. Kur'ân-ı Kerim'de, "Gecenin bir kısmında uyanarak, sana mahsus bir nafîle olmak üzere namaz kıl. (Böylece) Rabbinin, seni, övgüye değer bir makama göndereceğini umabilirsin." buyurulmaktadır (İsrâ, 17/79). Hz. Peygamber de, "Kim gece uyanır, hanımını da uyandırır ve iki rekat namaz kılsa, Allah'ı çok zikreden erkekler ve kadınlardan yazılır." buyurmuştur (Ebû Dâvûd, Salât, 307).

Teheccüd namazı dört veya sekiz rekat kılınabileceği gibi, iki rekat da kılınabilir. İki rekatta bir selam verilerek kılınması daha faziletlidir. (İ.P.)”
(<http://www.diyaret.gov.tr/yayin/basiliyayin/yardinikavramlaryazdir.asp?id=1858>, Erişim tarihi: 21 Kasım 2012).

02769	İsmail Karaosmanoğlu	2. Yarın sabah erkenden sandık baslarına gidip oyumuzu kullanalım ve sandıklara sahip çıkalım. Sandıkta hile bir CHP klasigidir unutmayalım
-------	----------------------	---

Burada AKP ideolojisinin “hak davası” olarak betimlenmesi dikkat çekicidir. Gerek “hak” gerekse “dava” sözcükleri çok anlamlı sözcüklerdir. Dolayısıyla “hak davası”, “doğru sav” olarak okunabileceği gibi, “Hakk” sözcüğüyle olan bağlantısı nedeniyle “Tanrı’nın desteklediği, Tanrı’ya ait” anlamlarına da gelebilmektedir. 02769 numaralı tweetle bu tweet işlevsel ilişkiye sahiptir ve 02769 numaralı tweette İsmail Karaosmanoğlu, seçim sandıklarına sahip çıkılmasını öğütlemektedir. 02770, 02771, 02772, 02773, 02774 ve 02775 numaralı tweetlerle de bu tweetler işlevsel ilişkiye sahiptir. İsmail Karaosmanoğlu, 02773 numaralı tweetle sonuçlar belli olur olmaz “dünya lideri Erdoğan’ın balkon konuşmasının dinlenmesini” önermektedir. 02774 numaralı tweetle de İsmail Karaosmanoğlu “rabbimize şükredelim” demektedir. Böylece 12 Haziran Genel Seçimleri öncesi dua ve temenni ile başlayarak şükür eylemi ile gönderileri sonlandırmaktadır. Seçim günü içinde atılan tweetlerinde İsmail Karaosmanoğlu yine samimi bir dil kullanmaktadır. Mentionla hitap ettiklerine “ablacığım”, “eyvallah” vb. hitaplar kullanmaktadır. İlk sandıkların açılmasını takiben İsmail Karaosmanoğlu, seçim tahminlerinin tutacağını iletmektedir: “50,5/24/11,8” (02796). 02798 numaralı tweette İsmail Karaosmanoğlu; AKP’li seçmenleri AKP genel merkezine davet etmektedir. AKP genel merkezi önünde adeta bir kutlama olduğu, “dönerler soğumasın :))” sözcüklerinden anlaşılmaktadır. Daha sonraki tweetlerinde İsmail Karaosmanoğlu, balkon konuşmasının başlangıcını duyurmuştur. Sonra seçim sonuçları yorumuna başlayan İsmail Karaosmanoğlu, muhalefet partilerinin genel başkanlarına “Devletçiğim”, “Baykalcığım” (02805) şeklinde hitap ederek, onları değersizleştirmektedir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
02805	İsmail Karaosmanoğlu	Anlaşılan MHP kasetlerini Baykalcığımın kasetinden daha başarılı bulan CHP’li seçmenler Devletçiğimin partisine teveccüh göstermiş.

Bu tweette özellikle “MHP kasetleri”, “Baykalcıgımın kasetleri”¹²⁶ isim tamlamasıyla kaset sözcüğü üzerinde her iki partideki medyada ve kamuoyunda “seks skandalı” olarak etiketlenen özel yaşamın gizliliğinin ihlali ve kişilik haklarının zarara uğraması olayıyla metaforik bağ kurulmuş, ardyöre (bu olaylar) takipçilere bir kez daha anımsatılmıştır. 02811 numaralı tweette Başbakan’ın balkon konuşması üzerine “coşkuyla ve edeple eğleniyoruz”, 02812 numaralı tweetinde ise Allah’a (“alemlerin rabbine”), 02813 numaralı tweette millete (“aziz millete”); 02814 numaralı tweette ise gençlik kollarına ve tüm teşkilata teşekkür etmektedir. 02815 numaralı tweet ise Erdoğan’a artık “büyük usta” hitap edildiği bir gönderidir. Bu gönderide İsmail Karaosmanoğlu, “hak davası”nı millete anlatıp zafer yaşattığı için Erdoğan’a teşekkür etmektedir. Burada hak davası isim tamlaması, AKP ideolojisinin metaforik konumlandırmasına göndermesidir. 02817 numaralı tweetinde ise İsmail Karaosmanoğlu, AKP’li seçmeni “tevazu”ya davet etmektedir. 02819 numaralı tweette AKP’nin üçüncü kez iktidar olmasıyla AKP’nin önemli bir sorumluluk üstlendiği, “aziz millete mahcup olmaktan” kaçınma vurgusu yapılmıştır. 02820-02821 numaralı tweetler, 02819 numaralı tweetle işlevsel ilişkiye sahiptir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
02819	İsmail Karaosmanoğlu	Aziz milletimiz bize üçüncü kez çok önemli bir sorumluluk yükledi. Bize güvenen bu Aziz milleti mahcup edecek tavırlardan kaçınalım...
02820	İsmail Karaosmanoğlu	Şeyh Edebali'nin Osman Bey'e yaptığı nasihatleri bir an olsun aklımızdan çıkarmayalım...
02821	İsmail Karaosmanoğlu	Tabii ki sevinelim ama Musluman Turk genclerine yakışır şekilde, aşırıya kaçmadan..

¹²⁶ 6 Mayıs 2010 tarihinde CHP eski Genel Başkanı Deniz Baykal’ın yer aldığı iddia edilen cinsel içerikli bir video, video paylaşım ağları üzerinden dolaşıma girmiştir. 7 Mayıs 2010’da başta habervaktim.com olmak üzere bazı çevrimiçi haber portalları da bu videoyu yeniden dolaşıma sokarak gündeme taşımışlardır. 10 Mayıs 2010’da ise Deniz Baykal, CHP’deki Genel Başkanlık görevinden istifa etmiştir. (<http://www.hurriyet.com.tr/gundem/14678573.asp>, <http://www.hurdusunce.com/index.php?action=printpage;topic=6057.0>, <http://img192.imageshack.us/img192/9426/habervaktim.jpg>, Erişim tarihi: 21 Kasım 2012).

02822	İsmail Karaosmanoğlu	Bugün sevinelim, eğlenelim... Bir hafta dinlenelim, sonra kongre sürecimizin startını vereceğiz inşaallah...
-------	----------------------	--

Burada Şeyh Edebalî'nin¹²⁷ Osman Bey'e öğütlerinin anımsanması istenmekte ve Müslüman Türk gencinin eğlenirken, kutlama yaparken nasıl davranması gerektiği açıklanmaktadır. 02820 numaralı tweette verilen iki tarihi referans önemlidir. Birisi Osmanlı devletinin ilk kurucusu, diğeri de onun manevi rehberidir. Elitaş da 47 tweet atmıştır, bunların çoğu mention içermektedir ve 11 Haziran'ı 12 Haziran'a bağlayan gece atılmıştır.

Tweet Numarası	Hesap Sahibi	Tweet
03828	Mustafa Elitaş	Yarın oyumu kullanmadan önce pusulayı önce göbeğime sürücem ardından bidon kafa sürücem sonra sandığa atıcam

Özellikle 03828 numaralı tweetle Elitaş "bidon kafa" isim tamlamasını yenilemiştir. Yine aynı tweetle Mustafa Elitaş, "pusulayı önce göbeğime sürücem" diyerek Bekir Coşkun'un 3 Mayıs 2007 tarihli "Göbeğini kaşıyan adam..." başlıklı köşe yazısına¹²⁸ gönderme (referansal ilişki) yapmaktadır.¹²⁹

¹²⁷ Şeyh Edebalî (1206 - 1326), Osmanlı Devleti'nin kuruluş yıllarında yaşamış bir İslam ilahiyatçısı-din bilgini, Ahi şeyhi, Osman Gazi'nin kayınbabası ve hocası, Orhan Gazi'nin dedesi, bir anlamda da sonradan imparatorluk olacak Osmanlı Devleti'nin fikir babasıdır.

Rivayete göre, Osman Gazi'nin dergahta bulunduğu bir gece, rüyasında Şeyh Edebalî'nin göğsünden bir ayın çıkıp kendi göğsüne girdiğini ve göğsünden bir büyük ağaç bitip dallarının alemleri kapladığını, altından birçok nehirlerin çıkıp insanların bu sularından geçtiklerini görmüştü. Sabah olup rüyayı anlatınca, Şeyh Edebalî rüyayı şöyle tabir etmiştir:

"Sen, Ertuğrul Gazi oğlu Osman, babandan sonra bey olacaksın. Kızım Malhun Hatun ile evleneceksin. Benden çıkıp sana gelen nur budur. Sizin soyunuzdan nice padişahlar gelecek ve nice devletleri bir çatı altında toplayacaklar, Allah nice insanın İslam'a kavuşmasına senin soyunu vesile edecektir." (https://tr.wikipedia.org/wiki/%C5%9Eeyh_Edebalî, Erişim tarihi: 21 Kasım 2012).

¹²⁸ <http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/6449176.asp?yazarid=2>, Erişim tarihi: 21 Kasım 2012.

¹²⁹ "Bidon kafa" ile "Göbeğini kaşıyan adam" arasında benzer bir ilişki, Salih Memecan'ın 2 Ocak 2008 tarihinde Aktüel Dergisi'nde yayınlanan "2007Yılın Adamı" başlıklı karikatürde de görülebilir: <http://www.haberaktuel.com/karikaturist-salih-memecan-yilin-karikaturunu-cizdi-haberi-104361.html>, (Erişim tarihi: 21 Kasım 2012).

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
03834	Mustafa Elitaş	Yarın Türk demokrasi tarihinin sınav günü. Bu millet zulme karşı 14 Mayıs 1950de;YETERRR SÖZ MİLLETİN" demişti yarın; YETERRR karar milletin.

03834 numaralı tweette seçim günü Türk demokrasisinin sınav günü olarak, 14 Mayıs 1950 Genel Seçimi'yle işlevsel ve nedensel bağ kurulmakta ve 1950 Genel Seçimi'nde milletin "YETERRR SÖZ MİLLETİN" dediği, 12 Haziran Genel Seçimleri'nde de "yeter karar milletin" denileceği belirtilmektedir. Burada "yeter" sözcüğünün hem büyük harf hem de "r" harfinin üç kez tekrar edilmesi dikkat çekicidir. Bu yazım tarzıyla Elitaş, hem iletisine dikkat çekmekte hem de sanal ses (eko) eklemektedir. 03835 numaralı gönderi de bir önceki iletiyle nedensel ilişkiye sahiptir. 03836 numaralı gönderide Elitaş, Erdoğan'ın Twitter hesabına mention yaparak, "söz de karar da milletin" cümlesiyle önceki tweetlerin bağlamını pekiştirmektedir. Burada millet iradesine saygı gösteren kişi/lider AKP Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan olarak üretilmektedir. Daha sonraki tweetlerinde Elitaş, CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'na yine "KK" şeklinde hitap edilerek onu güçsüz, erksiz ve küçük göstermekte, kinayeli bir şekilde Kemal Kılıçdaroğlu'nun 12 Eylül 2010 tarihinde gerçekleştirilen Anayasa değişikliği referandumunda oy kullanamamış olmasına¹³⁰ 2009 yılı yerel seçimlerinde Büyükşehir Belediye Başkanı Adayı olduğu kentte kendine oy verememesi durumuna gönderme yapılmaktadır. Ancak bu göndermenin "kendine oy vermeyi" cümlesiyle yapılmış olması, Kılıçdaroğlu'nun, kendisinin de aday olduğu 29 Mart 2009 tarihinde yapılan yerel seçimlerde oy kullanamamış olduğu izlenimini yaratmaktadır.

¹³⁰ Kemal Kılıçdaroğlu, 2009 yılında yapılan yerel seçimlerde İstanbul'un Kağıthane ilçesine kayıtlı adresinde ikamet etmiş ve bu adresi seçmen kütüğünde yer aldığı için oyunu İstanbul'da kullanmıştır. Kılıçdaroğlu'nun referandumda oy kullanamamış olmasıyla ilgili olarak CHP tarafından yapılan açıklamada, "Daha sonra Emniyet yetkililerinin tuttuğu tutanakla Sayın Genel Başkanın bilgisi dışında bu adresten ayrıldığı bildirilmiş ve sandık seçmen listesinden kaydının düşürülerek isminin çıkarılmış olduğu anlaşılmıştır" denilmiştir (Kaynak: <http://www.milliyet.com.tr/kemal-kilicdaroglu-oy-kullanamadi/siyaset/sondakika/12.09.2010/1288046/default.htm>, Erişim tarihi: 01 Aralık 2012).

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
03844	Mustafa Elitaş	Sayın Basbakan KK ya sen acemisin diye bosuna söylemiyordu. Kendine oy vermeyi bilmeyene çırak ta denmez ancak çömez denir

03844 numaralı tweette Kemal Kılıçdaroğlu'na “çömez”¹³¹ diye hitap edilmektedir. Kemal Kılıçdaroğlu'nun oy verme olayı üzerine alay, 03846 numaralı tweette devam etmektedir. 03847 numaralı tweette, Elitaş seçmenlere teşekkürlerini iletirken, “kanaat önderi” kavramını kullanmakta ve siyasi partilerin ve kanaat önderlerinin “milletin hassas terazisini iyi değerlendirmeye” davet etmektedir. 03854 numaralı tweet, İsmail Karaosmanoğlu'na mentionla hitaptır ve gençlik kolları başkanının seçimdeki çalışmasından dolayı kutlanmasıdır. 03855 numaralı tweet, @akpartimesaj'a mention'lı “Gülümse Türkiyem” diye başlamaktadır. Burada “Türkiyem” hitabı ile biz dili ile sahiplenme birlikte kurulmaktadır. 12 Haziran günü, Erdoğan adına 4 tweet atılmıştır. Bu tweetlerde “#turkiyekazandi” ile “#bizbirlikteturkiyeyiz” hashtagleri kullanılmıştır (Örneğin 03985).

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
03985	Recep Tayyip Erdoğan	#TürkiyeKazandi çünkü #BizBirlikteTürkiyeyiz
03986	Recep Tayyip Erdoğan	Ak Parti'ye oy versin vermesin, seçimlerin galibi hiç ama hiç şüphesiz Türkiye'dir, bu aziz millettir. Bugün bir kez daha #TürkiyeKazandi
03987	Recep Tayyip Erdoğan	Adnan Menderes'in, canını feda ettiği demokrasi, sarsılmaz bir güce ulaşıyor. Turgut Özal'ın hayalleri artık yerini buldu. #TürkiyeKazandi
03988	Recep Tayyip Erdoğan	Bugün hesaplaşma günü değil helalleşme günüdür. #TürkiyeKazandi

¹³¹ TDK'ya göre “çömez”: “Medreselerde müderrisin hizmetine bakan ve ondan ders alan öğrenci”, “Birinin kendi işini öğretmek yetiştirmeye başladığı kimse” ve “Acemi” anlamına gelmektedir. (http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.50ac5ed0634d47.90948709, Erişim tarihi: 21 Kasım 2012).

Türkiye'nin diğeri bir deyişle AKP'nin kazanması, "birlikte Türkiye" olmaya yani AKP'nin millet kavramı altında inşa ettiği "Sünni Türk ve Sünni etnik azınlıkların renkli birlikteliği"ne göndermeyle bağlanmaktadır. 03986 numaralı tweette "aziz millet" sözcüğü kullanılmıştır, AKP'nin ideolojisindeki ana bileşen böylece dile getirilmiştir. 03987 numaralı tweetinde ise Erdoğan, Türk sağ siyasetindeki iki önemli lider Adnan Menderes ve Turgut Özal'a referans verilmiş, ideolojisinde sağ siyaset ve köklerden beslenme ile böylece referansal bağ kurulmuştur. AKP'nin 2011 Genel Seçim sonucu ile bu iki liderin arzu ettiği "Türk demokrasisi" hayalinin gerçekleştiği belirtilmiştir. 03988 numaralı tweette ise "helalleşme günü" sözcüğü ile seçmenleriyle Erdoğan simgesel bir anlamda helalleşmektedir.¹³² Diğeri bir deyişle, yönetim hakkını kendisine verdiği için seçmenlere teşekkür etmektedir. Bu noktada seçilen kelimenin dini değerlere referans veren "helal"¹³³ sözcüğünden türemiş bir kelime olması da dikkat çekicidir. Her 4 tweette de "#turkiyekazandi" hashtagi dolaşıma sokulmakta, yayılmaktadır. Salih Kapusuz 11 tweet atmıştır. İlk tweetinde seçimin ülkeye ve Türk demokrasisinin gelişimi için hayırlı olmasını dilemektedir. 004281 numaralı tweetinde Ankaralı seçmenine teşekkür etmektedir. Salih Kapusuz'un özellikle yerel seçim bölgesiyle ilişkisi, diğeri adaylara göre daha fazladır. Salih Kapusuz da 04286 numaralı tweetinde 2011 Genel Seçim sonucunu değerlendirmekte ve seçimi "demokrasi sınavı" olarak anmakta, "milletin iradesinin" sandıkta ortaya çıktığını belirtmektedir. 04283 numaralı tweet bir önceki tweetle nedensel ilişkiye sahiptir. Milletın iradesi sandıkta "AK Parti'den" yana tezahür etmiştir. Daha sonraki tweetlerinde Salih Kapusuz, genel merkezden görsel paylaşmış, seçim şarkısından sözcükleri paylaşarak 04287 numaralı tweetinde "çoşkusunu paylaşan Twitter dostlarına" teşekkür etmektedir. 04290 numaralı son tweetinde, Salih Kapusuz, halkın istikrarı seçtiğini belirtmiştir. 2011 Genel Seçimleri'nde AKP'nin "istikrar sürsün" seçim sloganı oldukça önemli rol oynamıştır. AKP'nin ideolojisindeki "hedef 2023" için mevcut AKP rejiminin devam etmesi gerekmektedir. Zelkif Kazdal, 4 tweet atmıştır. Bunlarda seçim sonucu temennisi ve ilk sonuçların (04342) değerlendirmesi yer almaktadır.

¹³² TDK'ya göre "helalleşmek": "Alışverişte veya ayrılma sırasında hakkını birbirine bağışlamak" anlamına gelmektedir.

(http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.50ac610702dfa4.70907176, Erişim tarihi: 21 Kasım 2012).

¹³³ TDK'ya göre "helal": "Dinin kurallarına aykırı olmayan, dinî bakımdan yasaklanmamış olan, haram karşıtı" anlamına gelmektedir.

(http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.50ac6127714e58.40490098, Erişim tarihi: 21 Aralık 2012).

▪ Değerlendirme

AKP milletvekilleri adaylarının ve MYK üyelerinin, 2011 Genel Seçim süreci boyunca Twitter'ı özellikle seçim etkinliklerini duyurmak için kullandıkları görülmüştür. Ancak AKP'lilerin Twitter hesaplarında yoğun mention kullanımı, hesaplar üzerinden etkileşime girildiğini göstermektedir. Örneğin Salih Kapusuz 6 Aralık 2012 tarihinde e posta dolayımı ile kendisi ile yapılan görüşmede “Ayrıca Twitter bir siyasetçi için kitlelere ulaşma açısından daha avantajlı bir alan yani çift yönlü iletişimin daha kolay sağlandığı bir platform. Bir konuda vereceğiniz herhangi bir mesajı daha geniş kitlelere duyurabiliyorsunuz ki siyasetçinin temel amacı da daha geniş kitlelere sesini duyurabilmektir” saptamasında bulunmuştur. Yine AKP'nin incelenen hesaplarında hashtag kullanımı ve özellikle bu hashtaglerin AKP'nin “Hedef 2023” politikasına uygun bir şekilde üretildiği görülmüştür. Özellikle farklı kentlerden milletvekilleri adayı olsalar dahi, tüm kullanıcılar AKP'nin asli siyasal söylemiyle tutarlı ve bütünlüklü bir söylem üretmişlerdir. Özellikle 12 Haziran günü gerek Başbakan'ın hesabından atılan gerekse AKP'nin incelenen diğer hesaplarından “#TürkiyeKazandı çünkü #BizBirlikteTürkiyeyiz” atılan ortak hashtagli gönderiler, AKP'nin ürettiği “biz” söylemini bir kere daha meşru kılmakta, güçlendirmektedir. Ayrıca tüm hesaplarda AKP'nin lider partisi olduğu, Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın kişiliğine, liderliğine ve siyasal-toplumsal veyahut ekonomik icraatlarını olumlayarak söylemsel düzlemde somutlanmıştır. Başbakan Recep Tayyip Erdoğan kendisi Twitter hesabı kullanmasa hatta daha önce yukarıda açıklandığı üzere sosyal medya ortamlarının siyasal iletişim sürecinde kullanımına önem vermese dahi, Twitter'da varoluşu önemlidir. Takipçi sayısı oldukça fazla olan bir hesaptır. Dolayısıyla Başbakan'ın siyasal iletilerini sosyal medya ortamına aktaran Twitter hesabı, Başbakan'ın “güçlü ve tek lider olarak”, sosyal medya ortamında varolan diğer AKP hesapları arasında egemen konumunu bir kere daha üretmektedir.

AKP'nin incelenen hesaplarında özellikle Salih Kapusuz'un milletvekili adayı olduğu Ankara'nın sorunlarına ilişkin, yerel gündem ile ilgili içerik ürettiği görülmüştür. Kapusuz bu konuya ilişkin de şu açıklamayı yapmıştır:

“Mesela ben Ankara milletvekiliyim. Ankaralı seçmenlerimle gerek giderek gerekse onlar gelerek görüşme imkanı bulabiliyoruz. Ancak aynı şehirde olmama rağmen görüşemediğimiz zamanlar da oluyor. İşte burada imdada sosyal medya yetişiyor. Sosyal

medya aracılığı ile seçmenlerimizle aramızda bir bağ oluyor. Sosyal medya aynı zamanda bizim aynamız. Teknolojiyi kullananlar merak ettikleri siyasetçileri takip etme yoluyla ne yaptığımızı görebiliyorlar. Aktif bir Twitter kullanıcısı olarak genelde nerede olduğum, hangi konuya yorum yaptığım, hangi olaya mesaj verdiğimi takipçilerim görebiliyor. Hatta bazen randevularını bile burdan alanlar olabiliyor. Taleplerini iletiyorlar, bilgilenmek istedikleri konuları danışmanlarım araştırarak gerekli bilgiler veriliyor...İnternetin yaygın bir şekilde kullanılmasıyla birlikte yani sosyal medya aracılığıyla daha geniş seçmen kitlelerine yerel meseleler hakkında mesaj verme şansınız var. Yani internet kullanımı yaygınlaştıkça sosyal medyayı kullanma oranı da artıyor ve yerel siyaset için de kullanılabilir bir mecra ortaya çıkıyor.”

Özellikle bu araştırma projesi döneminde AKP Gençlik Kolları Başkanı olan İsmail Karaosmanoğlu'nun sosyal medya hesabını gündelik rutini içinde, popüler bir dil ve üslupla kullandığı görülmüştür. AKP'nin incelenen tüm hesaplarında AKP'nin ideolojik bileşenleri olan “aile-millet-din ve iman”, söylemsel pratiklerinde tutarlı bir şekilde dolaşıma sokulmuştur. Özellikle Karaosmanoğlu ve Elitaş'ın Twitter hesaplarındaki söylemsel pratiklerde muhalefet parti ve liderlerine yönelik olarak kışkırtıcı, sataşan, yer yer de hakaretamiz bir dilin kullanıldığı da görülmüştür. Elitaş'ın hakaretamiz üslubu ile özellikle muhalefet partileri liderlerine küçümseyen, küçük düşüren veyahut değersizleştiren bir dille, BDP milletvekili Hasip Kaplan'a yönelik olarak ise kışkırtıcı bir dille sataştığı somut bir şekilde Twitter gönderilerinde görülmüştür. Elitaş'ın tweetlerinde MHP milletvekili adaylarının ve MYK üyelerinin özel yaşamının gizliliğini ihlâl eden gizli kamera görüntülerinin İnternet mecrasında yayınlanması olayına da göndermeler amaçlamaktadır. Bu tür siyasal içerik üretimi, siyasi rakiplerin değerinin düşürülmesine, siyasal ve toplumsal olarak itibarsızlaştırmalarına yönelik kampanyalara katkı sağlamaktadır. Karaosmanoğlu'nun özellikle 2011 Genel Seçim sürecinde Hopa olayları sırasında Emniyet Kuvvetleri'nin orantısız biber gazı kullanımıyla ölümüne yol açtıkları Metin Lokumcu ile ilgili olarak Twitter ortamında yazdıkları siyasi nefret söylemi örneğidir. Salih Kapusuz ise söylemsel pratiklerinde netikete uygun bir üslup sahibidir. Kapusuz'un kendisi de şu açıklamayı yapmaktadır: “Mesajlarımızı yazarken önce düşünüp sonra yazarız. Söz ağızdan bir kere çıkar çıktıktan sonra da siz onun esiri olursunuz. Zaten silinse bile başkaları çoktan arşivlemiş ya da tekrar yayınlamış olacağından silmenin anlamı yok. Bugüne kadar ne yazdıysak ne dediysek biz de arkasında olduk” (6 Aralık 2012 tarihli e-posta dolayımı görüşmeden). Kapusuz siyasal aktörlerin sosyal medya ortamlarında söylemsel pratiklerinin nefret söylemi

üretmemesi, ayrımcı, kışkırtıcı ve küçümseyen sözcükler kullanmaması gerektiğini de önermektedir: “Sosyal medya üzerinden vereceğiniz mesajlar önem taşımaktadır. Çünkü büyük bir kitleye hitap ediyorsunuz. Söz uçar, yazı kalır misali orada yazdıklarınız kitleleri harekete geçirebilir. Mesela terör konusunda yazacağınız herhangi bir mesajın algısı tahrik edici olmamalıdır. Germekten ziyade toplumsal sağduyu, birlik, beraberlik ekseninde olmalıdır. Stratejimizi saygı ve mantık üzerine kurduk. Mesajlarımızı direkt, net, açık ve anlaşılır şekilde vermeye özen gösteriyoruz. Kimseyle bir derdimiz yok dolayısıyla sosyal medyayı da bu amaç için kullanmıyoruz. Toplumsal olaylar karşısında vereceğimiz mesajlarımıza dikkat ediyoruz. Siyasetçi toplum üzerinde etkisi olan insanlardır. O yüzden mesajlarımızın amacına ve yerine ulaşması için büyük çaba sarfediyoruz” (6 Aralık 2012 tarihli e-posta dolayımı görüşmeden).

Yukarıda da görüldüğü üzere, Kapusuz sosyal medya ortamında Habermas’ın tartışma etiği ilkelerine de uygun bir tavra sahiptir. “Sosyal medyanın demokratik bir platform olduğunu düşünüyorum. Dolayısıyla yazılan mesajlara karşı yapılan yorumları da sindirmek demokrasinin bir gereğidir. Herkes düşüncesinde hürdür. Buna tahammül edemeyeceksiniz o platformlarda yer almayacaksınız. Şahsen gelen yorumlara karşı hoşgörülü olduğumu söyleyebilirim” (6 Aralık 2012 tarihli e-posta dolayımı görüşmeden). Kapusuz’un bu açıklaması oldukça önemlidir: sosyal medya ortamında özellikle farklı siyasi görüşlerden yurttaşlara etkileşime girmek, tartışma etiği ilkeleri çerçevesinde bir e-müzakere ortamı yaratmak siyasi parti mensuplarının özellikle dikkat etmesi gereken bir husustur. Bu durumun 2011 Genel Seçim sürecinde AKP’nin incelenen hesaplarında çok olmadığı görülmüştür. Hesaplarda yoğun mention kullanılsa bile, e-müzakere açısından gönderilerde rasyonel bir kamusal alan dilinin üretilmediğini, farklı siyasi görüşlere sahip yurttaşlardan ziyade AKP’nin ideolojisini ve ideolojik bileşenlerini destekleyen veyahut sempati duyanlarla etkileşime ve iletişime girildiği görülmüştür. Bu da sosyal medya ortamlarında herkesin kendilerine benzer olanlarla aynı kompartmanlarda var olmayı yeğlediği savını doğrulamaktadır. Bu konuda istisnalardan biri İsmail Karaosmanoğlu’dur. Karaosmanoğlu kendisi ile 10 Ocak 2013 tarihinde yapılan görüşmede şu açıklamayı yapmıştır: “Yani şimdi bugüne kadar yılda onbin tane ileti paylaşmışım ben twitter’da, belki onbin kişiye ekstradan cevap yazmışım. Yani bazıları var, yazıyo ve kapatıyor, belki yorumlarını okuyo veya okumuyo. Bilmiyosun ama biz muhatap da oluyoruz insanlarla, muhalifimle de konuşuyorum, taraftarımla da konuşuyorum.”

Özetle söylem çözümlemesi kapsamında incelenen tüm AKP hesaplarında, AKP'nin muhafazakâr demokrasi ideolojisi ve temel bileşenlerini olan aile, millet, din ve imanla tutarlı ve bütün bir söylem üretilmiştir. 12 Haziran 2011 günü, seçim sonucu belli olduktan sonra İsmail Karaosmanoğlu'nun “*Tabii ki sevinelim ama Musluman Turk genclerine yakışır şekilde, aşırıya kaçmadan.*” (Tweet numarası: 02821) gönderisi bu bağlamda anlamlıdır.

3.2.1.2. CHP Söylem Çözümlemesi

▪ Makro Yapı İncelemesi

Çalışma kapsamında incelenen Twitter hesaplarından 7 tanesi, CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu ve 2011 Genel Seçimlerinde CHP'den milletvekili adayları olan Ayten Kayalioğlu, Cem Seymen, Gürsel Tekin, Mustafa Balbay, Sencer Ayata ve Sezgin Tanrıkulu'na aittir.

<i>Kişi</i>	<i>Hesap Tanımı</i>	<i>Twitter Adresi</i>
Ayten Kayalioğlu	Ayten Kayalioğlu	@akayalioglu
Cem Seymen	cem seymen	@cemseymen
Gürsel Tekin	gursel tekin	@ gurseltekin34
Kemal Kılıçdaroğlu	Kemal Kilicdaroglu	@kilicdaroglu
Mustafa Balbay	Mustafa BALBAY	@mbalbay35
Sezgin Tanrıkulu	Sezgin Tanrıkulu	@MSTanrikulu
Sencer Ayata	Sencer Ayata	@sencerayata

Hesap tanımı, Twitter hesabı oluştururken ad ve soyadın belirtmesi için ayrılmış olan alana, kullanıcı tarafından girilen isimden oluşmaktadır. Bu alana girilen küçük/büyük harfler veya farklı karakterler, sisteme kullanıcının yazdığı şekilde tanımlanmakta, Twitter tarafından herhangi bir düzeltme yapılmamaktadır. Twitter adresi ise yine kullanıcı tarafından belirlenen ve hesap oluştururken “kullanıcı adı” olarak girilen isimden oluşmaktadır. Twitter adresi, kişinin hesap tanımında belirttiği isimden oluşabileceği gibi kullanıcının tercih edeceği başka bir isimden de oluşabilmektedir. Bu kullanıcı adı, Twitter üzerinden yapılan paylaşımlarda “@” işareti ile gösterilmekte ve kişinin tüm aktiviteleri bu isim üzerinden sürdürülmektedir.

CHP’li kullanıcıların hesap tanımlarına bakıldığında Cem Seymen ve Gürsel Tekin’in adlarının ve soyadlarının küçük harfle başladığı, Mustafa Balbay’ın ise soyadının tamamen büyük harflerle yazıldığı görülmektedir. Gürsel Tekin ve Kemal Kılıçdaroğlu, hesap tanımlarında Türkçe karakterlere yer vermemektedir. Twitter adresleri çoğu kullanıcı tarafından özelleştirilmiştir. Gürsel Tekin ve Mustafa Balbay aday oldukları illerin plaka kodlarını kullanıcı adlarına eklerken, Cem Seymen ve Sencer Ayata herhangi bir değişiklik yapmadan sadece adları ve soyadlarından oluşan kullanıcı adını kullanmayı tercih etmişlerdir. CHP’li adayların Twitter hesaplarında yer alan diğer bilgiler incelendiğinde, kullanıcıların unvan bilgilerine, kişisel bilgilere ve Türkçe dışı içeriğe yer vermediği görülmektedir. Şehir bilgisi Sezgin Tanrıku tarafından belirtilmezken, meslek bilgisi sadece Mustafa Balbay (Gazeteci, yazar) tarafından paylaşılmıştır. Parti içi görev ise Cem Seymen, Gürsel Tekin ve Mustafa Balbay dışındaki tüm kullanıcılarda tanımlanmıştır. Twitter hesabında web bağlantısı paylaşmanın yaygın olduğu göze çarpmaktadır. Hesabında herhangi bir bağlantı paylaşımında bulunmayan tek kullanıcı Cem Seymen’dir. Diğer kullanıcılar ise genellikle CHP’nin resmi İnternet sitesine (<http://www.chp.org.tr/>) bağlantı vermektedir. Ayten Kayalıoğlu, CHP’nin İnternet adresine ek olarak kendi resmi sitesine (www.aytenkayalioglu.com.tr) bağlantı vermekte ve mail adresini de takipçileri ile paylaşmaktadır. Sezgin Tanrıku ise diğer kullanıcılardan farklı olarak CHP’nin İnternet sitesine bağlantı vermemekte, sadece kendi adına açılan Facebook sayfasının (<http://www.facebook.com/chp.sezgin.tanrikulu>) adresini paylaşmaktadır. CHP’li kullanıcıların Twitter sayfalarının zeminleri incelendiğinde Cem Seymen, Kemal Kılıçdaroğlu ve Ayten Kayalıoğlu’na ait hesaplarda zeminin standart Twitter zemininden farklı olduğu görülmektedir. Bu üç kullanıcı da Twitter sayfasına kendi seçtikleri zemini yerleştirmiştir. Kemal Kılıçdaroğlu ve Ayten Kayalıoğlu kendi seçtikleri zemine partilerinin logosunu da ekleyerek Twitter’ı seçim çalışmalarının bir parçası olarak kullanmışlardır. Diğer 4 hesapta (Gürsel Tekin, Mustafa Balbay, Sezgin Tanrıku ve Sencer Ayata) ise herhangi bir zemin özelleştirme veya zeminde logo kullanımı bulunmamaktadır.

Mikro Yapı İncelemesi

1 Nisan 2011

Bu tarihte CHP’li Twitter kullanıcılarına ait hesaplardan herhangi bir tweet gönderilmemiştir.

6 Nisan 2011

6 Nisan 2011 tarihinde sadece Cem Seymen tarafından tweet gönderilmiştir. Gönderilen bu 6 tweetin hiçbiri gündemle ilgili değildir. Tweetlerin büyük bir kısmı, Yükseköğretime Geçiş Sınavı’nda (YGS) yaşanan sorunlarla ilgilidir. 04506 numaralı tweette hükümete yönelik bir eleştiri yapılarak, sınava yönelik iddialar bir “rezalet” olarak nitelenmekte ve bu durumun AKP’yi hezimete uğratacağı önce sürülmektedir. Ayrıca, bu konunun üstüne ısrarla ve inatla gidilmesi gerektiği konusunda görüş bildirilirken, yaşanan olay da yine bir “adaletsizlik” örneği olarak görülmektedir. Tweette yer alan cümleler kısa ve basit yapıdadır. 04508 numaralı tweetinde Cem Seymen, yine YGS ile ilgili iddialar konusunda bir değerlendirme yaparak, “acemiliğimize geldi” açıklamasını ve sorumluluğun ticari firmaya atılmasını eleştirmektedir. Tweetin devamında ise YGS’de yaşanan sorunlardan dolayı mağdur olan ve çeşitli illerde toplanarak eylem yapan öğrencilere ünlem cümleleri ile seslenmekte ve onları desteklediğini vurgulamaktadır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
04510	Cem Seymen	http://video.cnnturk.com/2011/haber/4/6/ygsdeki-sifre-iddialari-meclisi-de-gerdi Hic kimse genclerin gelecek hakkini elinden alamaz.

04511 numaralı tweet de YGS ile ilgili yapılan acemilik açıklamalarına ilişkindir. Bu açıklamayı bir çözüm olarak kabul etmediğini “Bu nasıl açıklama böyle? Acemilik açıklaması kanayan yarayı iyileştirmez” sözleri ile ortaya koyan Cem Seymen, iletisini, AKP’nin söylemine “olgunluk dönemi ???” şeklinde kinayeli bir gönderme yaparak sonlandırmaktadır. Arka arkaya yazılan 3 soru işareti, alaycı bir dil oluştururken, üretilen söyleme inanılmadığı

da yansıtılmaktadır. Cem Seymen'in YGS ile ilgili son tweeti (04510) ise bir standart URL ve bir yorum cümlesinden oluşmaktadır. Verilen URL, YGS ile ilgili bir videoya gönderme yapmaktadır. Yorum cümlesinde ise mağdur olan gençlerin gelecek hakkı savunulmaktadır.

11 Nisan 2011

11 Nisan 2011 tarihinde de sadece Cem Seymen'in tweet gönderdiği görülmektedir. Cem Seymen, bu tarihte toplam 8 tweet göndermiştir. Bu tweetlerden 04537, 04538 ve 04539 numaralı tweetler, Yüksek Seçim Kurulu'na sunulacak olan CHP milletvekili aday listeleri ile ilgilidir. Cem Seymen, bu tweetlerde liste konusundaki kişisel görüşlerini ve heyecanını aktarmaktadır. Tweetler arasında nedensel, işlevsel ve referansal ilişki bulunmaktadır. 04537 numaralı tweet, bu tarihte arka arkaya gelen CHP istifalarına da gönderme yapmaktadır. CHP'yi yücelten bir dil kullanan Cem Seymen, tweeti oluştururken, görüşlerini güçlendiren ve destekleyen deyimlerden yararlanmakta, listeye giren isimlerin “ses getireceğine”¹³⁴ inandığını söyleyerek, istifalara rağmen CHP'nin “yolunun açık olduğunu”¹³⁵ vurgulamaktadır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
04537	Cem Seymen	Bu secimde herseye ve herkese ragmen CHP. Listeye giren isimlerin toplumda ses getireceğine inaniyorum. Istifalara ragmen CHP'nin yolu acik.

Cem Seymen'in 04538 numaralı tweetinde yaşanan heyecan aktarılırken kullanılan “tüm aday adayları gibi” ifadesi ile genelleme yapılmış ve herkesin aynı heyecanı yaşadığı ima edilerek diğer aday adaylarını temsilen bir görüş bildirilmiştir. Hissedilen heyecanın boyutu ve değeri ise “Yaşamaya değer!” ünlem cümlesiyle desteklenmiştir. 04539 numaralı tweette de CHP'ye yönelik bir övgü söz konusudur. Cem Seymen, CHP'nin “yeni” isimleri listesine almasını ise cesur bir adım olarak değerlendirilmektedir.

¹³⁴ Ses getirmek (Deyim): Yaptığı işle, söylediği sözle dikkatleri çekmek ve kitleleri harekete geçirmek. (<http://tdkterim.gov.tr/atasoz/?kategori=atalst&kelime=ses&hng=tam> , Erişim tarihi: 11 Aralık 2012).

¹³⁵ Yolu açık olmak (Deyim): Bir iş, önünde engel olmamak. (<http://tdkterim.gov.tr/atasoz/?kategori=atalst&kelime=yol&sayfa=120&hng=tam> , Erişim tarihi: 11 Aralık 2012).

Cem Seymen'in 04540, 04541 ve 04543 numaralı tweetlerinde mention (@) kullanımı vardır. Mention yapılan kişilere cevap niteliğinde olan bu tweetler, yine aday listelerinin açıklanmasına yönelik heyecanı ve temennileri yansıtmaktadır. 04541 numaralı tweette, açıklanacak listeye ilişkin “gazamız mübarek olsun” temennisi yer almaktadır.

Cem Seymen, 04542 tweetinde sorumluluk almayla ilgili cümleler kurmaktadır. Bu cümleler birbirini tamamlar niteliktedir ve aralarında hem işlevsel hem de nedensel ilişki bulunmaktadır. Cümlede “elini taşın altına koymak”¹³⁶ deyiminden yararlanılarak anlatım güçlendirilmeye çalışılmıştır. 04544 numaralı tweet, kim olduğu açık bir şekilde belirtilmemiş olan, belirsiz bir özneye hitaben yazılmıştır ve bu kişiye duyulan özlemi yansıtmaktadır. Bu tweetteki cümleler kısa ve devriktir, tweette yan anlam kullanımına da başvurulmuştur.

18 Nisan 2011

Cem Seymen, 18 Nisan 2011 tarihinde 7 tweet göndermiştir ve bu tweetlerin hiçbiri gündemle ilgili değildir. 04560 numaralı tweet, tırnak içerisinde alıntılanan şiirsel cümlelerden oluşmaktadır. 04561 numaralı tweette “dostluk”, 04562 numaralı tweette ise Ralph Waldo Emerson'a ait olan, “risk” ile ilgili bir özdeyiş paylaşılmıştır. 04562 numaralı tweetin dili İngilizce'dir.

04563 ve 04564 numaralı tweetinde Cem Seymen, Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın YGS'de yaşanan sorunlardan dolayı mağdur olan ve Taksim'de yürüyüş yapan gençlere karşı takındığı tavrı ve yaptığı açıklamayı eleştirmiştir. Cem Seymen, 04563 numaralı tweetine şaşkınlığını belirtmek için “kulaklarıma inanamıyorum”¹³⁷ deyimini ile başlamış ve Başbakanın yürüyüş konusunda umursamaz davrandığını öne sürmüştür. Tweeti “10 bin kişi yürütürsek görürsünüz demeye getirdi” cümlesi ile sürdüren Cem Seymen, 04564 numaralı tweetinde bu cümleyi açık bir tehdit olarak nitelendirmekte ve gençleri de bu konuda uyarmaktadır. Cem

¹³⁶ Elini taşın altına koymak (Deyim): Bir konuda sorumluluk üstlenmek. (<http://tdkterim.gov.tr/atasoz/?kategori=atalst&kelime=taş&sayfa=40&hng=tam> , Erişim tarihi: 11 Aralık 2012).

¹³⁷ Kulağına inanmamak (Deyim): Duyduklarının doğruluğundan şüphe etmek. (<http://tdkterim.gov.tr/atasoz/?kategori=atalst&kelime=kulak&sayfa=20&hng=tam> , Erişim tarihi: 11 Aralık 2012).

Seymen, uyarısını ise “ayağınızı denk alın”¹³⁸ deyimi ile pekiştirmektedir. Bu iki tweet arasında referansal, işlevsel ve nedensel ilişki bulunmaktadır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
04563	Cem Seymen	Kulaklarima inanamiyorum. Basbakan Taksim yuruyuslerini umursamadi, biz 10 bin kisi yurutursek gorursunuz demeye getirdi.
04564	Cem Seymen	Basbakan acikca tehtid etti. Ayaginizi denk alin gencler!

04565 numaralı tweet, bir haber başlığı ve bu başlığı tırnak içindeki alıntıyla destekleyen bir açıklamadan oluşmaktadır. Cem Seymen, kişisel görüşlerine yer vermediği bu tweetinde, Erzincan eski Cumhuriyet Başsavcısı İlhan Cihaner’in, MİT görevlilerinin gözaltına alınma nedenine ilişkin öne sürdüğü bir iddiaya referans vermektedir.

26 Nisan 2011

Cem Seymen, 5 tweet göndermiştir ve bu tweetlerin hiç biri gündem ile ilgili değildir. 04606, 04607 ve 04608 numaralı tweetlerde mention kullanımı vardır ve bu tweetler, Cem Seymen’in kişisel görüşlerinden oluşmaktadır. 04606 numaralı tweette Cem Seymen, “Cem bunu beğendi:)” ifadesiyle Facebook’taki “beğen” butonuna gönderme yapmaktadır. Mesajın sonuna eklenen gülme ikonu, takipçi tarafından yazılan iletinin onaylandığını belirtmektedir. Cem Seymen’in gönderme yaptığı “beğen” butonu, Facebook’ta sıklıkla kullanılmakta ve oluşturulan tüm Facebook içeriklerinin altında bulunmaktadır. Facebook kullanıcıları, karşılaştıkları içeriğe tepki vermek amacıyla “beğen” butonuna tıklamakta ve böylece içeriği gördüklerini, onayladıklarını, beğenerek desteklediklerini göstermektedir. Bu buton, bazen olumsuz bir olaya tepki vermek amacıyla da kullanılabilir. Cem Seymen, 04607 numaralı tweette yanıt yazdığı başka bir takipçisine, Facebook mesajlarını cevapladığını söylemekte ve “sosyal medya tutsağı oldum” ifadesini kullanmaktadır. 04608 numaralı tweet, Facebook ile ilgili değildir. Cem Seymen, bu tweette Türkiye’nin halk tarafından farklı,

¹³⁸ Ayağını denk almak (Deyim): Başkalarının kendisine yapma ihtimali bulunan kötülöklere karşı uyanık davranmak; dikkat etmek. (<http://tdkterim.gov.tr/atasoz/?kategori=atalst&kelime=ayak&sayfa=20&hng=tam> , Erişim tarihi: 11 Aralık 2012).

kendileri tarafından ise çok farklı bir şekilde algılandığını anladığını belirtmektedir. Burada “halk” ve “biz” ayrımı yapılmaktadır. “Biz dili” ile temsil edilen ise CHP’li adaylardır. Üç tweet arasında bir ilişki bulunmamaktadır.

Cem Seymen’e ait diğer iki tweette ise İngilizce (04609) ve Türkçe (04610) özdeyişler paylaşılmaktadır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
04609	Cem Seymen	What lies behind us and what lies ahead of us are tiny matters compared to what lives within us.
04610	Cem Seymen	O yonde gitmeyi dusunmuyorsanız asla geriye donup bakmayın.

Gürsel Tekin, 26 Nisan 2011’de 4 tweet göndermiştir. Tweetler, gündem ile ilgili değildir. 04746 ve 04747 numaralı tweetler, Gürsel Tekin’in İstanbul’daki seçim çalışmaları ve gerçekleştirdiği ziyaretler ile ilgilidir. 04747 numaralı tweette, Üsküdar seçim bürosunun açılışına ilişkin fotoğraflara ve açıklamalara yönelik kısa URL kullanımı vardır. Bu URL ile yazılan ileti arasından işlevsel ve referansal ilişki bulunmaktadır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
04747	Gürsel Tekin	Üsküdar Burhaniye Mahallesiinde secim buromuzu açtık. http://bit.ly/e6uyXh Resimler ve açıklamalarım burada. Salı Pazarı da müthişti.

Gürsel Tekin’in 04748 numaralı tweeti bir yanıt tweetidir. Gürsel Tekin, mention kullanımı ile bir takipçisinin sitemine yanıt vermekte, seçim ziyaretlerinden dolayı her iletiyi yanıtlayamadığını ve bu konudaki eleştirilere alıştığını belirtmektedir. Tweetin diğer cümlesinde görevinin kendisini eleştiren kişileri de ikna etmek olduğunu ifade eden Gürsel Tekin, tweetini takipçisine sunduğu saygı ve gülme ikonu ile bitirmektedir. 04749 numaralı tweette ise “adam gibi adam” benzetmesi ile CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu’na mention yapılmaktadır. Tweette paylaşılan URL Kemal Kılıçdaroğlu’nun seçim otobüsünden AKP İlçe Başkanlığı penceresinden bakanları selamladığı bir fotoğrafa gönderme yapmaktadır.

Aynı tarihte Kemal Kılıçdaroğlu, 2 tweet göndermiştir. 04844 ve 04845 numaralı bu tweetler sadece URL kısaltmalarından oluşmaktadır. Kılıçdaroğlu, URL ile ilgili herhangi bir açıklama metnine ya da kişisel görüşe yer vermemiştir. URL kısaltmaları CHP'nin resmi İnternet sitesine (<http://www.chp.org.tr/>) ve Facebook içeriklerine (04845) gönderme yapmaktadır ve içeriklerin gündemle ilgisi bulunmamaktadır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
04844	Kemal Kılıçdaroğlu	http://goo.gl/IIWxf
04845	Kemal Kılıçdaroğlu	http://goo.gl/qNjfd

Ayten Kayalıoğlu, 8 tweet göndermiştir. 12230, 12232, 12236 ve 12237 numaralı tweetlerde mention kullanımı vardır. 12230, 12236 ve 12237 numaralı tweetlerde “biz dili” yoğun olarak kullanılmaktadır. Burada “biz dili”, “CHP’li” olmaya, “Onlar” ise diğer parti adaylarına ve seçmenlerine gönderme yapmaktadır. Ayten Kayalıoğlu, bu tweetlerde, verilen mesajların Twitter dışına da ulaşması için çok çalışmaları ve diğer bir partiyi destekleyenleri geçmeleri gerektiği şeklinde görüş bildirmektedir. 12232 numaralı tweette, Türkiye’deki kadın milletvekili adayları ile ilgili bir makale duyurusu yapılmış ve TBMM’deki kadın temsilcilerin sayısının artmasına destek olunması ile ilgili bir de ileti paylaşılmıştır. Tweetin dili İngilizcedir ve tweette makalenin bulunduğu Hürriyet Daily News İnternet sitesine kısa URL ile gönderme yapılmaktadır. Bu URL ile yazılan ileti arasında işlevsel ve referansal ilişki bulunmaktadır.

Ayten Kayalıoğlu’nun 12231, 12234 ve 12235 numaralı tweetleri Kemal Kılıçdaroğlu ile ilgilidir. 12231 numaralı tweette Kemal Kılıçdaroğlu’nun seçim çalışmaları kapsamında ziyaret edeceği ilçeler duyurulmakta ve Kılıçdaroğlu’nun bu ilçelerde “halk” a hitap edeceği bilgisi verilmektedir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
12231	Ayten Kayalıoğlu	G.Baskan Kemal Kılıçdaroğlu, bugün Ereğli, Karapınar, Seydişehir ve Beyşehir ilçelerinde seçim çalışmalarına katılarak, halka hitap edecek.

Ayten Kayalıoğlu’na ait 12234 numaralı tweet, “K. Kılıçdaroğlu, yaratılan yapay karışıklığa açıklık getirdi” cümlesi ve kısa bir URL’den oluşmaktadır. Bu kısa URL, Kemal

Kılıçdaroğlu'nun yaptığı bir açıklamanın haber metnine gönderme yapmaktadır. Tweetin ardalanını Kemal Kılıçdaroğlu'nun 25 Nisan 2011 tarihinde, Zonguldak'ta yaptığı miting konuşması oluşturmaktadır. Kılıçdaroğlu, miting sırasında Başbakan Erdoğan'a yönelik yaptığı bir konuşmayı yarıda kesmiş ve bu hareket, medya tarafından değişik şekillerde yorumlanmıştır. Kendisinin yanlış anlaşıldığını ve bu yorumların doğru olmadığını öne süren Kılıçdaroğlu, daha sonra konuşmayı neden tamamlamadığı ile ilgili açıklamalarda bulunmuştur.¹³⁹ Ayten Kayalıoğlu, 12235 numaralı tweetinde, Kemal Kılıçdaroğlu'nun YGS ile ilgili sözlerini alıntılamış ve tırnak içinde paylaşmıştır. Kemal Kılıçdaroğlu, yaptığı açıklamada sınav sorularının ve uygulama şeklinin ilk kez şaibeli bir hale geldiğini öne sürerek hükümeti eleştirmekte ve YGS'yi “Yandaş Giriş Sınavı” olarak nitelendirmektedir. 12233 numaralı tweet ise İnsanlık Anıtı'nın yıkımına başlandığını duyurmakta ve URL kullanımı ile yıkıma ilişkin bir habere gönderme yapılmaktadır. Gönderme yapılan haber sitesi, İnsanlık Anıtı'nın yıkılışını izleme olanağı da sunduğu için duyuru ile URL arasında işlevsel ve referansal bir ilişki bulunmaktadır. Ayten Kayalıoğlu tarafından gönderilen bu tweetler, gündemle ilgili değildir.

27 Nisan 2011

Cem Seymen, 6 tweet göndermiştir. Tweetlerin hiçbiri gündemle ilgili değildir. 04611 numaralı tweette Cem Seymen, gençleri övmekte ve onları “aydınlık yürekler” olarak betimlemektedir. Seymen, gençler sayesinde içinde oluşan yeni duygu ve umutları ise yeşeren filizlere benzeterek, hissettiği duyguyu güçlendirmektedir. Cem Seymen, bu tweetinde yan anlam ve metafor kullanımına başvurmuştur. Cem Seymen'in 04612, 04613 ve 04614 numaralı tweetleri, Haiku¹⁴⁰ adı verilen Japon şiir türünden örnekler içermektedir. Seymen, diğer iki tweetinde ise Türkçe (04615) ve İngilizce (04616) özdeyişlere yer vermektedir.

Aynı tarihte Gürsel Tekin 4 tweet göndermiştir. Gürsel Tekin, 04750 numaralı tweetinde seçim afişleri için fotoğraf çektiğini ve daha sonra gittiği bir kahvehanede Recep Tayyip

¹³⁹ <http://www.milliyet.com.tr/kilicdaroglu-a-nin-devamini-acikladi/siyaset/sondakika/26.04.2011/1382610/default.htm> (Erişim tarihi: 12 Aralık 2012).

¹⁴⁰ Haiku (Japonca - Türkçesi eğlenceli mısra) bugün tüm dünyada meşhur olan geleneksel bir Japon şiir türüdür. Dünyanın en kısa şiir türü sayılır. (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Haiku> , Erişim tarihi: 14 Aralık 2012)

Erdoğan'ın İstanbul Kanal Projesi ile ilgili açıklamasını izlediğini belirtmektedir. Tweette kısa URL kullanımı vardır. Gürsel Tekin, yorumlarının ekte olduğunu söyleyerek, URL'nin Kanal Projesi ile ilgili yaptığı yorumlara ulaşmak için kullanılabileceğine işaret etmektedir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
04750	Gürsel Tekin	Bugun afişlerimiz için resim çektirdik ve bir kahvehanede çılgın projeyi izledik..Yorumlarım da ekte.. http://bit.ly/eUT53r

04571 ve 04572 numaralı tweetler, yine gündemdeki Kanal Projesi ile ilgilidir. Gürsel Tekin, 04571 numaralı tweette Projeyi maliyeti ve etüdü yapılmamış bir hayal ürünü olarak tanımlamaktadır. Kemal Kılıçdaroğlu (@kilicdarogluk) ve CHP'ye ait çeşitli Twitter hesaplarına (@CHPKadinKollari, @CHP_online, @CHPGenc) mention yapılarak oluşturulan tweette, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan'ı Kadir Topbaş'a da gönderme yapılarak, projeyi onaylayıp onaylamadığı sorgulanmıştır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
04751	Gürsel Tekin	Maliyeti ve etudu yapılmamis hayal urunudur..Peki Sn. Topbaş bu projeyi onaylıyor mu? @CHP_online @kilicdarogluk @CHPKadinKollari @CHPGenc

Gürsel Tekin, 04752 numaralı tweette ise Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın ulaşım, deprem ve imar gibi gerçek sorunlara eğilmesini beklediğini ifade etmiş ve sitemkar bir eleştiride bulunmuştur. Projenin maliyetli olacağına gönderme yapan Gürsel Tekin, biz dilini kullanarak CHP'nin tüm projelerinin hesaplı projeler olduğunu öne sürmüştür. Gürsel Tekin'in 04753 numaralı tweeti gündemle ilgili değildir. Bu tweette, Gürsel Tekin'in çıkacağı televizyon programının saati ve kanalı duyurulmaktadır.

Kemal Kılıçdaroğlu, 1 tweet göndermiştir ve bu tweet gündemdeki Kanal Projesi ile ilgilidir. Kılıçdaroğlu, 04846 numaralı tweetinde “çocukları köyden okula götüren yollar yokken, İstanbul'u kazmak sorumsuzluktur” şeklinde projeyi eleştirmiştir. Projenin “Çılgın Proje” olarak adlandırılmasına da gönderme yapan Kılıçdaroğlu, “Çılgın oldukları belliydi ama deli olduklarını bilmiyorduk” cümlesi ile de AKP'yi alaycı bir dille eleştirmiştir.

Ayten Kayalıoğlu 4 tweet göndermiştir ve bu tweetlerden 12238 ve 12240 numaralı tweetler gündemle ilgilidir. Bu tweetlerde Ayten Kayalıoğlu alaycı bir dil kullanmış ve özellikle projenin maliyeti ile ilgili eleştirilerde bulunmuştur. 12240 numaralı tweette birkaç takipçisine mention yapan Kayalıoğlu, tüm kanal projelerinin çok maliyetli olduğunu belirtirken, İstanbul için düşünölen kanalı Süveyş Kanalı ile karşılaştırarak küçümsemiş ve İstanbul Kanalı'nın gerekli olmadığını öne sürmüştür. 12239 numaralı tweette mention kullanılarak, bir takipçiye yanıt verilmekte ve AKP'nin daha önceki yol projelerine gönderme yapılmaktadır. Ayten Kayalıoğlu 12241 numaralı tweetinde ise Kemal Kılıçdaroğlu'nun 2011 Seçim Bildirgesi'nde yer alan "CHP varsa herkes için var" söylemini dolaşıma sokmakta ve CHP'nin sloganı olan "Herkes için CHP"ye yönelik bir hashtag (#herkesicinCHP) kullanmaktadır. Bu slogan ile CHP'nin toplumdaki her kesimi kapsadığına vurgu yapılmaktadır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
12241	Ayten Kayalıoğlu	CHP varsa herkes için var! #herkesicinCHP

29 Nisan 2011

29 Nisan 2011 tarihinde Cem Seymen, Gürsel Tekin ve Kemal Kılıçdaroğlu 1'er tweet göndermiştir. Tweetler, gündem ile ilgili değildir. Cem Seymen, 04621 numaralı tweette, 1 Mayıs'ın kutlanmasının gereğini ve önemini vurgulamaktadır. Gürsel Tekin, 04754 numaralı tweetinde @CHPHalk'a mention yapılan bir iletiyi retweet etmiştir. Tweette CHP yüceltilerek CHP'nin esnaf, emekli, genç ve çiftçinin sorunları ile ilgilenen tek parti olduğu vurgulanmıştır. Tweette kullanılan "bizim projelerimiz" ifadesi ile CHP'nin seçim döneminde vadettiği projelere işaret edilmekte ve bu projelerin insanlara ve insanların yaşadıkları sorunlara yönelik olarak üretildiği öne sürölerek, Başbakan'ın Kanal Projesine eleştirel bir gönderme yapılmaktadır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
04754	Gürsel Tekin	RT @CHPHalk: Esnafın, emeklinin gencin, çiftçinin sorunlarıyla bir tek CHP ilgileniyor. Bizim projelerimizde insan var

Kemal Kılıçdaroğlu 04848 numaralı tweetinde hşkşmeti yardım değil sşmşrş yaptığı konusunda eleştirmektedir. Anaokuluna giden çocukların dağıtılan şekerden zehirlenmeleri ile ilgili yapılan eleştiri, daha şnce de yoksullara verilen malların bozuk olması ile ilişkilendirilerek, eleştiri gşçlendirilmiştir. Bu tweette işlevsel ve referansal ilişki bulunmaktadır.

1 Mayıs 2011

Cem Seymen tarafından gşnderilen 3 tweet de “1 Mayıs Kutlamaları” ile ilgilidir. 04628 numaralı tweetinde Cem Seymen, 1 Mayıs kutlamalarına katıldığını “1 Mayıs için meydanlardayız” paylaşımı ile duyurmaktadır. 04629 numaralı tweette eski 1 Mayıs kutlamaları ile karşılaştırılan kutlama betimlenmekte ve katılımın çokluğundan dolayı CHP’ye takdir ve şvgş sunulmaktadır. Cem Seymen tarafından gşnderilen 04630 numaralı tweette yine kutlamanın gşzelliğinden sşz edilmekte ve unutulmayacak bir bayram yaşandığı ifade edilmektedir.

Aynı tarihte Gşrsel Tekin 2 tweet gşndermiştir. 04759 numaralı tweet gşndemle ilgilidir. 1 Mayıs’a yşnelik temenni ve kutlama mesajı içermektedir. 04760 numaralı tweet ise gşndemle ilgili değildir. Gşrsel Tekin, çıkacağı televizyon programının saatini ve kanalını duyurduktan sonra programda soruları cevaplayacağını ifade ederek gşlme ikonu kullanmıştır.

Kemal Kılıçdaroğlu 1 tweet gşndermiştir. 04850 numaralı bu tweet, 1 Mayıs’la ilgili bir kutlama mesajıdır. Mesaj, “işçi kardeşim” seslenişi ile başlamaktadır. Tweette kısa URL kullanımı vardır. URL, CHP’nin resmi İnternet sitesine yşnlendirme yapmaktadır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
04850	Kemal Kılıçdaroğlu	İşçi kardeşim, bayramın kutlu olsun. http://goo.gl/LevGU

Ayten Kayalıoğlu’nun gşnderdiği 2 tweet birbiriyle ilişkilidir. 12252 numaralı tweet, 1 Mayıs kutlama mesajı ile başlamaktadır. Tweeti oluşturan diğer cşmlede ise işçilerin çalışma ortamları ve emeklilik hayatlarının daha iyi bir hale getirilmesi istendiği belirtilmektedir. Tweette “biz dili” kullanılmaktadır. 12253 numaralı tweette ise daha şnce yaşanan iş

kazalarında zarar gören işçilerin unutulmadığı vurgulanarak, iş güvenliği ile ilgili alınması gereken tedbirler konusunda önerilerde bulunulmuştur.

28 Mayıs 2011

Cem Seymen 2 tweet göndermiştir. 04686 ve 04687 numaralı bu tweetler gündemle ilgili değildir ve bu tweetlerde sadece özdeyişlere yer verilmiştir.

Aynı tarihte Gürsel Tekin 3 tweet göndermiştir. 04802 numaralı tweette, Gürsel Tekin Malatya’da gerçekleştireceği seçim ziyareti ile ilgili duyuru yapmaktadır. 04804 numaralı tweette mention yapılmıştır. Demiryol-iş Sendikası’nın kongresinden çıktığını duyuran Gürsel Tekin, açıklamanın ajanslar tarafından yapacağını belirtilmiştir. 04803 numaralı tweet ise Bülent Arınç’a hitaben yazılmıştır. Arınç’a bir cevabı olduğunu söyleyen Gürsel Tekin, “Sayın” ifadesini kullanmıştır. Ancak tweette bu cevabın ne olduğu belirtilmemiştir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
04803	Gürsel Tekin	Sn. Bulent Arinc'a bir cevabim var.

Kemal Kılıçdaroğlu 1 tweet göndermiştir. 04864 numaralı bu tweette, CHP’nin yeni seçim şarkısı olan “sen iste bayram olsun” şarkısına yönelik bir hashtag kullanılmıştır. Tweette kullanılan kısa URL ise CHP’nin resmi İnternet sitesine gönderme yapmaktadır. Tweet, doğrudan gündemle ilgili olarak oluşturulmamıştır. Ancak “yeni” seçim şarkısı olarak adlandırılan bu şarkı “ilk kez İzmir mitinginde”¹⁴¹ seçmene dinletildiği için gündemdeki CHP İzmir Mitingi ile de ilişki kurulmaktadır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
04864	Kemal Kılıçdaroğlu	#senistebayramolsun şarkısı http://goo.gl/FRwB5

Mustafa Balbay’a ait hesaptan gönderilen 3 tweet gündemle ilgili değildir ve Mustafa Balbay’ın yazılarından yapılan alıntılardan oluşmaktadır. Alıntılar tırnak içinde verilirken, yazıların kendisine ait olduğunu belirtmek için ileti sonuna “Mustafa Ali Balbay” adı

¹⁴¹ <http://www.chp.org.tr/?p=27955> , Erişim tarihi: 14 Aralık 2012

eklenmektedir. 04909 numaralı tweette ben dili kullanılmaktadır. Yazdığı yazıları, “halk” ve “vatan” için yazdığını belirten Mustafa Balbay, bu kelimeleri birinci tekil şahıs iyelik eki ile birlikte kullanmış ve sahiplenme anlamı oluşturmuştur. Ergenekon Davası kapsamında yargılanan ve Silivri Cezaevinde tutuklu bulunan Balbay, yazısında bu duruma gönderme yapmakta ve vatanını sevmesinin bedelini de ne olursa olsun ödeyeceğini, ünlem cümlesi ile vurgulamaktadır. Bu tweette metonimi ve metafor kullanımı vardır. 04910 numaralı tweet “biz dili” ile yazılırken, “demir parmaklıklar” ifadesi ile yine Mustafa Balbay’ın tutukluluk durumuna ve Ergenekon davasına gönderme yapılmıştır. Balbay’ın tweetinde üstünde durduğu bir başka nokta da “yurt sevgisi”dir.

04911 numaralı tweet ise geçmişte suikast sonucu ölen Abdi İpekçi ve Uğur Mumcu’dan yola çıkarak gazeteciler ile ilgili olaylara gönderme yapılmakta ve referansal ilişki kurulmaktadır. Seçim sonucuna gönderme yapan ve “Haziranda buluşacağız” ifadesini kullanan Balbay, aday olduğu İzmir’i bir güneşe benzetmiş ve kendisi ile ilişki kurarak “karanlığın üzerine İzmir gibi doğacağız” demiştir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
04911	Mustafa Balbay	" Ben Abdi İpekçi'lerden, Uğur Mumcu'lardan gelenim! Haziranda buluşacağız, karanlığın üzerine İZMİR gibi doğacağız!" Mustafa Ali BALBAY

Ayten Kayalıoğlu 5 tweet göndermiştir. Bu tweetlerin hiçbiri gündemle ilgili değildir. 12368 numaralı tweet, CHP’nin İstanbul adaylarından İhsan Özkeş’ ile birlikte yapılan kahvaltı ile ilgili bilgi vermekte ve kullanılan URL ile yine kahvaltıya ilişkin bir fotoğrafa gönderme yapmaktadır. 12371 numaralı tweet benzer şekilde Bağdat Caddesindeki stantta seçmenlerle buluşulduğu konusunda bilgilendirme yaparken, Ayten Kayalıoğlu’nun seçmenlerle çekilen bir fotoğrafına gönderme yapan URL ile desteklenmektedir. Bu tweetler ile tweetlerde yer alan URL’ler arasında işlevsel ilişki bulunmaktadır. 12369 numaralı tweette bir muhtarın, Beykoz’da bulunan boş bir eve kayıtlı bir seçmen olduğunu söylediği öne sürülmektedir. Tweette herhangi bir kişisel yorum ya da URL kullanımı bulunmamaktadır. 12370 ve 1372 numaralı tweetlerde AKP’li belediyelerin yanlı tutumu sitemkar bir dille eleştirilmektedir. 12370 numaralı tweette “pankartlarımızı, bayraklarımızı toplatıyorlar ama kendileri (akp) belediyelerin tüm nimetlerinden yararlanıyorlar” cümlesi ile AKP’nin belediyelerin tüm

imkanlarından rahatça yararlandığı ancak CHP'nin kendine ait malzemeleri kullanmasına engel olduğu öne sürülmektedir. Burada, tweetin sonunda kullanılan #ileridemokrasi hashtagi ile AKP'nin "ileri demokrasi" kavramına da kinayeli bir gönderme yapılmıştır. 12372 numaralı tweette AKP'li belediyeler, kendi partilerine yeni reklam alanları yarattığı için eleştirilmiş, diğer partilerin bu alanları kullanamadığı konusunda yine bir sitemde bulunulmuştur.

31 Mayıs 2011

Cem Seymen, 1 tweet göndermiştir. 04690 numaralı bu tweet, gündemle ilgili değildir. Tweette YouTube'a mention yapılmış ve URL kullanımı ile Fransızca bir şarkıya gönderme yapılmıştır.

Aynı tarihte Gürsel Tekin 4 tweet göndermiştir. 04808 numaralı tweette, mention yapılan bir ileti retweet edilmiştir. Tweet, haber sitesine referans veren bir URL kısaltmasından ve haberin başlığından oluşmaktadır. Haberin başlığında Kemal Kılıçdaroğlu'nun NTV'de katıldığı programda reyting rekoru kırdığı belirtilmektedir. İletiyi oluşturan Twitter kullanıcısının yine kelimesi ile birlikte kullandığı gülme ikonu, başlıkta öne sürülen durumun sürekli tekrarlandığını ima etmektedir. 04809 ve 04810 numaralı tweetler, gündemdeki Hopa Olayı ile ilgilidir. Gürsel Tekin, 04809 numaralı tweetinde hayatını kaybeden Metin Lokumcu'ya rahmet, yaralanan polise de şifa dilemiştir. Yaşanan olayları bir sınav olarak değerlendiren Gürsel Tekin, 04810 numaralı tweetinde insan hayatının kutsallığının her şeyin üstünde olduğunu belirtmiş ve tüm siyasetçiler olarak bu konu ile ilgili sorumluluk almaya ve gerginliği bitirmeye mecbur olduklarını vurgulamıştır. Bu tweetler arasında işlevsel ve referansal ilişki bulunmaktadır. 04811 numaralı tweet ise gündem ile ilgili değildir. Bu tweette bir takipçiye mention yapılarak teşekkür edilmiştir.

Kemal Kılıçdaroğlu 1 tweet göndermiştir ve 04866 numaralı bu tweet, gündem ile ilgili değildir. Ben dili ile yazılan tweet, "Halkıma söz veriyorum" seslenişi ile başlamış ve işsizlik ile ilgili sorunların çözüleceği konusunda vaatte bulunulmuştur. İletide yer alan "ölümü göze

almak”¹⁴² deyimi ise, işsizlik sorununa gönderme yaparak, iş bulmanın ne kadar büyük bir sorun haline geldiğinin ve bunun da hükümet tarafından kullanıldığının altını çizmektedir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
04866	Kemal Kılıçdaroğlu	Halkıma söz veriyorum: Vatandaşın bakan ve başbakan kapısında iş aramak için ölümü göze almadığı bir ülke yaratacağım.

Ayten Kayalıoğlu 5 tweet göndermiştir. 12403 numaralı tweette, havacılık konusundaki sorunları çözdüğünü ve uçmayı kolaylaştırdığını iddia eden Türk Hava Yolları, soru cümleleri ile kinayeli bir dille eleştirilmektedir. Bu iddiaların doğru olmadığı ise THY'nin 2011 yılının ilk 3 ayına ait zarar oranları açıklanarak kanıtlanmaya çalışılmaktadır. Bu tweette iddiaların doğru olmadığını kanıtlamak için sayısal verilerden yararlanılmış ve referansal ilişki kurulmuştur. 12404 numaralı tweette “İstanbul’a Kemal geliyor!” sloganı ile Kemal Kılıçdaroğlu'nun 4 Haziran'daki İstanbul mitinginin duyurusu yapılmış ve seçmenler “4 Haziran Cumartesi saat 15'te Kazlıçeşme'de buluşalım” cümlesiyle mitinge katılıma davet edilmiştir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
12404	Ayten Kayalıoğlu	Istanbul'a Kemal geliyor! 4 Haziran Cumartesi saat 15te Kazlıcesme'de bulusalim

12405 ve 12406 numaralı tweetler gündemdeki Hopa olayı ile ilgilidir. 12405 numaralı tweet Hopa'da hayatını kaybeden Metin Lokumcu'nun ailesine hitaben yazılan bir taziye mesajıdır. 12406 numaralı tweette de yine Hopa olayları sırasında yaralanan koruma polisine şifa dilenmektedir. Ayten Kayalıoğlu'nun 12407 numaralı tweeti, katılmış olan bir toplantıyı duyurmakta ve URL kullanımı ile toplantıya ait bir fotoğrafa gönderme yapılmaktadır.

¹⁴² Ölümü göze almak (Deyim): Elde etmek istediği sonuç uğruna ölüm de dâhil her türlü tehlikeye açık olmak. (<http://tdkterim.gov.tr/atasoz/?kategori=atalst&kelime=ölüm&sayfa=20&hng=tam> , Erişim tarihi: 12 Aralık 2012)

1 Haziran 2011

Bu tarihte, Gürsel Tekin 4 tweet göndermiştir. 04812 numaralı tweette CHP Gençlik Kolları Başkan Yardımcısı Deniz Demir'in, Kemal Kılıçdaroğlu'nun Yozgat mitingine katıldığı belirtilmiştir. Tweette @kilicdarogluk, @CHP_online ve @gurseltekin34 hesaplarına mention yapılmıştır. Tweette mitingi ifade etmek için kullanılan "halkın iktidar yolu" ifadesi Kemal Kılıçdaroğlu'nun 2011 Seçimleri öncesinde sıklıkla dile getirdiği "halkın iktidarını kuracağız" sözüne gönderme yapmaktadır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
04812	Gürsel Tekin	G.K.Gen.Baş.Yard.Deniz Demir Halkın iktidar yolunda Genel Başkanımız @kilicdarogluk nın Yozgat mitinginde..@CHP_online @gurseltekin34

Gürsel Tekin, 04813 numaralı tweetine "Kaçıranlar için:" seslenişi ile başlamaktadır. "Sayın Emine Erdoğan'dan rica ediyorum" ifadesi ile sürdürülen tweet, "eşini acilen bir doktora götürsün." sözleriyle, alaycı bir dil kullanılarak sonlandırılmıştır. 04814 numaralı tweet, bir yanıt tweetidir ve mention barındırmaktadır. Gürsel Tekin, yanıt verdiği takipçisine hafif alaycı bir dille "canınızı vermeyin...:) Oyunuzu ve güveninizi verin" tavsiyesinde bulunmuştur. 04815 numaralı tweet ise Kemal Kılıçdaroğlu ve Başbakan Erdoğan arasındaki bir miting atışmasına gönderme yapmaktadır. Kılıçdaroğlu'na yapılan mention ile Kılıçdaroğlu'nun davranışının kibar bulunduğu belirtilmiş ve Kemal Kılıçdaroğlu tarafından Başbakan'a hitaben söylenmiş olan söz tırnak içerisinde aktarılmıştır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
04815	Gürsel Tekin	Sayın Genel Başkan @kilicdarogluk tabii kibar davranmış. Mitingde "Başbakan kendisini tanımlamış.Insanda edep terbiye olur" demiş.

Kemal Kılıçdaroğlu 2 tweet atmıştır. 04867 numaralı tweette Başbakan Erdoğan'a alaycı bir dille sataşma söz konusudur. Başbakan Erdoğan için "9 yıldır ülkenin hiçbir sorununa cevap bulamayan biri" ifadesi kullanılırken, çarpma işlemindeki 1 ve toplama işlemindeki 0 rakamlarına referans verilmiş ve bu rakamlarla Başbakan arasında bir bağlantı kurularak "etkisiz eleman" benzetmesi yapılmıştır. Bu benzetme küçültme ve değersizleştirme amacı da

taşımaktadır. 04868 numaralı tweette seçmenlere seslenilmekte ve “12 Haziran’da ülkenin gerçek sahibinin kim olduğunu göster” ifadesi ile halkın seçme hakkına/iradesine gönderme yapılarak, seçmenin gücüne de vurgu yapılmaktadır. Bu tweetin ardağını CHP’nin 2011 Seçimleri için hazırladığı reklam filmi oluşturmaktadır. Twitter’da paylaşılan cümle CHP’nin reklam filminde Kemal Kılıçdaroğlu’nun kendi sesinden duyulmaktadır. Tweette kısa URL kullanımı vardır ve bu URL, CHP’nin resmi İnternet sitesinde yer alan bir içeriğe referans vermektedir. Tweetler gündemle ilgili değildir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
04867	Kemal Kılıçdaroğlu	9 yıldır ülkenin hiçbir sorununa çözüm bulamayan biri ancak çarpma işlemindeki 1, toplama işlemindeki 0 eşdeğerindedir. Yani etkisiz elamandır
04868	Kemal Kılıçdaroğlu	12 Haziran'da bu ülkenin gerçek sahibinin kim olduğunu göster http://goo.gl/zPv7e

Ayten Kayalıoğlu 9 tweet atmıştır. 12408 numaralı tweet, RTÜK’ün bir televizyon kanalına verdiği ceza ile ilgilidir. Tweette, Medya Mahallesi programına katılan Hürriyet Gazetesi yazarı Mehmet Yılmaz’ın, Başbakan hakkında yaptığı eleştirilerin bu cezaya neden olduğu öne sürülmektedir. 12409 ve 12415 numaralı tweetler seçim çalışmaları ve ziyaretler ile ilgilidir. 12415 numaralı tweette kullanılan URL ile tweette duyurusu yapılan toplantıya ait görsel paylaşılmaktadır. 12410 numaralı tweette AKP’nin Kayseri’de kendi partisine ait bayrakları, itfaiye araçları ile astırdığı öne sürülmektedir. 12411, 12412, 12413 ve 12414 numaralı tweetler birbiri ile ilişkilidir ve bu tweetlerde Egemen Bağış eleştirilmektedir. 12411 numaralı tweette Egemen Bağış’ın artık bakan değil bir milletvekili adayı olduğu hatırlatılarak, yetkilerinin kanunla kısıtlı olduğu belirtilmekte ve Egemen Bağış’ın Sultanbeyli’de kanunsuzca yol kapattığı iddia edilmektedir. 12412 ve 12413 numaralı tweetler Egemen Bağış’a ait seçim otobüsünün yolu kapatmasını eleştirmekte ve kullanılan URL’ler ile tweetler de iddia edilen durumun fotoğraflarına gönderme yapmaktadır. 12413 numaralı tweette, @herkesicinCHP’ye mention yapılmıştır. Ayten Kayalıoğlu, 12414 numaralı tweette ise @herkesicinCHP, @kilicdarogluk, @gurseltekin34 ve @CHP_online hesaplarına mention yaparak, Egemen Bağış’ı yolcu eden AKP’li seçmenlerin CHP otobüsünü yumrukladığını aktarmaktadır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
12414	Ayten Kayalıoğlu	Bakani yolcu eden akp'liler arabamizi yumrukladi @herkesicinCHP@kilicdarogluk@gurseltekin34@C HP_online

Ayten Kayalıoğlu'nun 12416 numaralı tweeti, halkın iktidardan “çok dertli” ve “bunalmış” olduğu yönünde görüş bildirmektedir. Tweete eklenen URL ile bu görüşün geçerliliği kanıtlanmak istenmekte ve toplantıda görüş bildiren bir dinleyicinin fotoğrafına referans verilmektedir. Ayten Kayalıoğlu, bu tweette, “haramilerin iktidarı” ifadesini kullanarak AKP'lilere de olumsuz bir gönderme yapmaktadır.

4 Haziran 2011

Bu tarihte sadece Mustafa Balbay (1) ve Ayten Kayalıoğlu (6) tweet göndermiştir. Bu tweetler gündemle ilgili değildir. Mustafa Balbay'ın 04918 numaralı tweeti, “Sevgili kardeşlerim” seslenişi ile başlamaktadır. Tweet, 12 Haziran seçimlerine gönderme yapmakta ve Mustafa Balbay'ın seçim sonrasında milletvekili seçilerek, özgürlüğüne kavuşacağı umudu taşıdığını yansıtmaktadır. Diğer tweetlerde olduğu gibi cümle sonlarına eklenen isim, bu “Silivri” adresi ile tamamlanmıştır. Burada yine Mustafa Balbay'ın tutukluluk durumuna bir vurgu söz konusudur.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
04918	Mustafa Balbay	Sevgili kardeşlerim;Güneş ufuktan haziranda dogacak.O güzel,özgür günde buluşmak kucaklaşmak umuduyla. Mustafa Ali BALBAY-Silivri

Ayten Kayalıoğlu, 12428 numaralı tweetinde NTV'den tırnak içinde bir alıntı paylaşmıştır. Ayten Kayalıoğlu'na ait kişisel görüşlerin bulunmadığı tweet, mayıs ayı itibariyle yıllık enflasyon oranlarına ilişkin bilgiler içermektedir. 12429, 12430 ve 12431 numaralı tweetler, CHP'nin İstanbul mitingi ile ilgili paylaşımlar içermektedir. Ayten Kayalıoğlu'nun daha önce yerini ve saatini duyurduğu bu miting Kazlıçeşme'de gerçekleştirilmektedir. Bu tweetlerde açık bir şekilde mitingden söz etmeyen Ayten Kayalıoğlu, tweetlerinde “Kazlıçeşme” ifadesini kullanarak CHP'nin İstanbul Mitingine gönderme yapmaktadır. Ayten Kayalıoğlu,

12429 numaralı tweetinde miting meydanına yönelik izlenimlerini aktarmakta, URL kullanımını ile miting meydanına ait bir fotoğrafı da paylaşmaktadır. 12430 numaralı tweette, yine “halkın iktidarı” ifadesi ile Kemal Kılıçdaroğlu’na ait söyleme gönderme yapıldığı ve bu söylemin dolaşıma sokulduğu görülmektedir. Tweete eklenen URL ile de mitinge katılanların bir fotoğrafına referans verilmektedir. Ayten Kayalıoğlu, 12431 numaralı tweetinde ise “vakit varken haydi Kazlıçeşme’ye!!!” ünlem cümlesi ile takipçilerini miting alanına davet etmektedir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
12429	Ayten Kayalıoğlu	Kazlıcesme'de sahne arkasındayız. Meydandaki cosku muhtesem! http://yfrog.com/73ti1cj
12430	Ayten Kayalıoğlu	Halkın iktidarını kuracağız! http://yfrog.com/h0v4dqkj
12431	Ayten Kayalıoğlu	Vakit varken hadi Kazlıcesme'ye!!!

Ayten Kayalıoğlu’nun 12432 numaralı tweetinde CHP’nin İstanbul Üçüncü Bölge milletvekili adaylarından Sabahat Akkiraz’ın seçmenlerle yaptığı sohbet duyurulmakta ve URL ile bu sohbele ilişkin bir fotoğraf aktarılmaktadır. 12433 numaralı tweet ise CHP Esenler Gönüllüleri tarafından hazırlanan bir pankart ile ilgili olup, kullanılan URL ile bu pankartın fotoğrafı paylaşılmaktadır.

6 Haziran 2011

6 Haziran 2011 tarihinde Sezgin Tanrıku, 2 tweet göndermiştir. 00135 ve 00136 numaralı bu tweetler gündemle ilgili değildir. 00135 numaralı tweette, CHP Sarıyer İlçe Başkanlığının düzenlediği piknikle ilgili bilgi verilmekte ve bu etkinliğe ilişkin bir habere gönderme yapan kısa URL’den yararlanılmaktadır. Piknikte “Roman vatandaşlar” ile buluşulduğunun vurgulanması “herkes için CHP” söylemi açısından da ayrı bir önem taşımaktadır. Sezgin Tanrıku, 00136 numaralı tweetinde ise “CHP’nin çılgın projesi” ifadesi ile Recep Tayyip Erdoğan’ın Kanal Projesi’ne gönderme yapmaktadır. Projenin, CHP’nin 2011 Seçim Bildirgesinde de üzerinde durduğu konulardan “barış” ve “insan hakları” ile ilgili olduğu belirtilmektedir. Tweette kullanılan kısa URL ise Sezgin Tanrıku’nun Facebook hesabındaki Notlar kısmında yer alan ve bu proje ile ilgili detaylı bilgiler içeren bir sayfaya

yönlendirme yapmaktadır. Bu açıdan tweet ve URL arasında referansal ve işlevsel ilişki bulunmaktadır

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
00135	Sezgin Tanrıkulu	CHP Sarıyer İlçe Başkanlığı'nın düzenlediği piknikte, İstanbul'un dört bir yanından gelen Roman vatandaşlarla buluştuk. http://bit.ly/iQX391
00136	Sezgin Tanrıkulu	CHP'nin 'çılgın projesi', Türkiye'nin bölgesel ve küresel ağırlığını, barış ve insan hakları konusunda bir merkez... http://on.fb.me/ip7tGB

Gürsel Tekin 1 tweet göndermiştir. 04825 numaralı bu tweet, El Cezire'nin yaptığı bir haberle ilgilidir. Gürsel Tekin, "bizimle ilgili" ifadesi ile haberin CHP ile ilgili olduğunun altını çizmiştir. Retweet edilen ve mention barındıran bu tweet, kısa URL ile El Cezire'nin sitesinde yer alan habere gönderme yapmaktadır. Tweette yer alan ve #Turkey hashtagini barındıran haber başlığı "Türkiye'nin en eski partisinin yeni yüzü" şeklindedir. Bu başlık, CHP'nin "yeni" vurgusuna da gönderme yapmaktadır.

Aynı tarihte Ayten Kayalioğlu tarafından gönderilen 1 tweet de gündemle ilgili değildir. Ayten Kayalioğlu, 12441 numaralı tweetinde CHP milletvekili adayı Bahar Özay'ın seçim günlüğünü video çekerek tutuşunu duyurmuştur. Tweette kullanılan URL ise seçim günlüğü için yapılan bu video çekimini gösteren bir fotoğrafa gönderme yaparak tweetle işlevsel ilişki kurmuştur.

11 Haziran 2011

11 Haziran 2011 tarihinde Sencer Ayata 1 tweet göndermiştir. Bu tweet gündemle ilgili değildir. Sencer Ayata, 00149 numaralı tweetinde CHP'yi överek, partinin çalışkanlığına ve üretkenliğine vurgu yapmıştır. Tweetin ikinci cümlesinde ise bu üretkenliği ve çalışkanlığı devam ettirmeye kararlı olduklarını belirterek, tüm CHP'li adayların kendisi ile aynı fikirde olduğunu ima etmiş ve biz dili ile genelleme yapmıştır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
00149	Sencer Ayata	Seçimler CHP'nin çalışan ve üreten parti olduğunu ortaya koydu. Bu çizgiyi devam ettirmeye kararlıyız!

Cem Seymen tarafından gönderilen 1 tweet, gündem ile ilgili değildir. 04705 numaralı tweette @Dailymotion hesabına mention yapılmakta ve kısa URL kullanılmaktadır. Bu URL, Dailymotion İnternet sitesinde yer alan ve AKP'ye ait olduğu iddia edilen, Ataşehir'deki mühürlü oy pusulaları ile ilgili bir videoya gönderme yapmaktadır

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
04705	Cem Seymen	Dailymotion - ATAŞEHİR'DE AKP MÜHÜRLÜ OY PUSULALARI HAVADA UÇUŞUYOR dai.ly/lq6621 via @Dailymotion

Aynı tarihte, Mustafa Balbay 4 tweet göndermiştir. Mustafa Balbay, 04924 ve 04925 numaralı tweetlerinde kendi tutukluluk haline gönderme yapmakta, “özgürlük”, “İzmir” ve “aile” konusundaki kişisel görüşlerini ve özlemini vurgulamaktadır. Milletvekili adayı olduğu İzmir’i, ailesi ve yuvası olarak nitelendiren Balbay, anlatımlarında sıklıkla metonimi ve metafor kullanımına başvurmaktadır. 04926 numaralı tweette, @mbalbay35 mentionı ile Mustafa Balbay’a yazılan, onunla haberleşmeye ve karşılıklı konuşmaya duyulan özlemi vurgulayan bir mesaj paylaşılmaktadır. 04927 numaralı tweet, Mustafa Balbay’ın 28 Mayıs 2011 tarihindeki 04911 numaralı tweeti ile aynıdır.

Ayten Kayalıoğlu 4 tweet göndermiştir. 12459 numaralı tweette CHP Genel Başkan Yardımcısı Süheyl Batum’un yaptığı yazılı açıklamadan tırnak içinde bir alıntı yapılmış ve kısa bir URL paylaşılmıştır. Söz konusu açıklama, sözleşmeli personelin kadroya alınmasının iptaline karşı açıldığı iddia edilen davaya ilişkindir. Batum burada biz dilini kullanarak CHP’liler adına bir açıklama yapmış ve böyle bir dava açmadıklarını öne sürmüştür. Burada işlevsel ve referansal ilişki kurulmaktadır. 12460 numaralı tweet, “Hakkını yiyene gününü göster, oyunu kullan gücünü göster.” sloganından oluşmakta, CHP’nin 2011 Seçimleri için hazırladığı reklam filmlerinde Kemal Kılıçdaroğlu’nun kendi sesi ile verilen “sandığa git, oyunu kullan, gücünü göster” söylemine gönderme yaparak, bu söylemi pekiştirmektedir. Ayten Kayalıoğlu, 12461 numaralı tweetinde oy kullanacak seçmenlere seslenmiş ve seçim sonuçlarının denetimine vatandaşların da katılabileceği bildiriminde bulunmuştur.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
12461	Ayten Kayalıoğlu	SEÇİM SONUÇLARININ DENETİMİNE VATANDAŞLARIMIZ DA KATILABİLİRLER.

Bu tweet, büyük harflerle yazılmış ve büyük harf kullanımı ile yapılan duyurunun önemi vurgulanmıştır. 12462 numaralı tweet ise biz dili ile yazılmıştır ve CHP’li adayların seçim otobüsü ile seçim bölgesini gezdiği bilgisini aktarmıştır.

12 Haziran 2011

12 Haziran 2011 tarihinde Cem Seymen 10 tweet göndermiştir. Bu tweetlerde URL kullanımı bulunmamaktadır. 04706, 04707, 04708, 04709, 07410 ve 07411 numaralı tweetler birbiri ile ilişkilidir. Cem Seymen bu tweetlerinde adaylık sürecine ve CHP’ye yönelik duygu ve düşüncelerini paylaşmış, kendisine destek olanlara teşekkürlerini sunarak, seçim ile ilgili temennilerde bulunmuştur. 04706 ve 04707 numaralı tweetler şiirsel bir dille yazılmıştır ve kafiyeli cümlelerden oluşmaktadır. Cem Seymen, bu iki tweette seçim döneminde yaşadıklarının ve yeni tanıştığı insanların kendisinde uyandırdığı duyguları paylaşmıştır. Seçim dönemini unutulmayacak bir serüven olarak niteleyen Cem Seymen, 04708, 04709 ve 04710 numaralı tweetlerinde, önceki iki tweete ek olarak CHP’nin kendi siyaset hayatındaki katkısından bahsetmekte ve CHP’yi övmektedir. CHP’yi kendisine güzel duygular tattıran bir “yuva” olarak nitelendiren Cem Seymen, CHP’lileri ise “aynı hayale inanan bir parti emekçileri” olarak adlandırmaktadır. Cem Seymen, seçim çalışmaları için harcanan çabaya ise “alın teri dökmek” deyimini ile gönderme yapmaktadır. Cem Seymen’in 04711 numaralı tweetinde insan sevgisinden ve insanların daha iyisini hak ettiğinden söz edilmekte, seçim dönemi için teşekkürler sunularak “Yolumuz açık olsun!” temennisinde bulunmaktadır. Cem Seymen, 04712, 04713 ve 04714 numaralı tweetlerinde ise seçim otobüsündeyken, 5 yaşındaki yeğeni ile yaptığı telefon konuşmasını aktarmakta ve bu telefon konuşmasının kendisine hissettirdiği duyguları takipçileri ile paylaşmaktadır. Özellikle 04713 ve 04714 numaralı tweetler, Cem Seymen’in verdiği mücadelenin, yeğenin aydınlık bir ülkede yaşayabilmesi için olduğunu vurgulamaktadır. 04715 numaralı tweet, bir yanıt tweetidir. Mention kullanılarak yazılan bu tweette Cem Seymen, umutlu olduğunu belirtirken, “örgütlü

mücadele etmenin tadını almak lazım” cümlesi ile de ortak amaçlar için CHP’lilerle birlikte çalışmaktan aldığı keyfi aktarmış ve bu birlik duygusunun önemini vurgulamıştır.

Mustafa Balbay 1 tweet göndermiştir. 04928 numaralı bu tweet, Mustafa Balbay’ı milletvekili adayı olarak değil, CHP İzmir 2. Bölgeden Milletvekili olarak sunmakta ve seçim sonucuna gönderme yapmaktadır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
04928	Mustafa Balbay	Cumhuriyet Halk Partisi İzmir 2.Bölge Milletvekili Mustafa Ali BALBAY

Ayten Kayalıoğlu 1 tweet göndermiştir. 12463 numaralı tweette Ayten Kayalıoğlu, kendisini destekleyen ailesine, dostlarına, komşularına ve “partidaşlarım” diye hitap ettiği CHP’lilere teşekkür etmektedir.

▪ Değerlendirme

CHP’li adaylar tarafından yazılan tweetler çoğunlukla öne çıkan gündem konuları ile ilgili değildir. Gönderilen tweetlerin dil biçimi daha çok konuşma dilidir. Kemal Kılıçdaroğlu, tweetlerinde kendi seçim vaatlerini ya da reklam filmlerinde kullandığı sloganları yeniden üretmektedir. İktidar partisine yönelik eleştirilerini ise alaycı bir üslup ve sataşma dili ile oluşturmaktadır. Kelime ve kelime gruplarından metafor ve metonimi en çok Cem Seymen ve Mustafa Balbay’ın gönderdiği tweetlerde bulunmaktadır. Cem Seymen, genellikle kendi duygu ve düşüncelerini içeren şiirsel anlatımlara başvurmakta, sözlerini deyimler ile desteklemekte ve çok sayıda özdeyiş paylaşmaktadır. Tweetlerin üslubu incelendiğinde, CHP ve/veya Kemal Kılıçdaroğlu’na yönelik “övme” tüm hesaplarda gözlenmektedir. Sencer Ayata, yazdığı tweetlerde CHP’yi yüceltirken, kullandığı “biz dili”yle partisinin temsilciliğini yapmakta ve tüm CHP adayları adına konuşmaktadır. İktidar partisi AKP’ye yönelik eleştirel değerlendirmelerin yapıldığı tweetler daha çok kinayeli ya da sitemkar bir dille yazılmakta, eleştirilerde, hakaret ya da sataşma çok tercih edilmemektedir. Öne çıkan günlerde gönderilen tweetlerde MHP’ye, bağımsız adaylara ya da BDP’ye yönelik bir tweet gözlenmemektedir. CHP’nin seçim çalışmalarına ve ziyaretlerine ilişkin tweetler, Ayten Kayalıoğlu ve Gürsel

Tekin’de daha yoğundur. Gürsel Tekin, katılacağı TV programlarının duyurusunu yaparken, Ayten Kayalıoğlu kendi katıldığı etkinliklerin yanı sıra Kemal Kılıçdaroğlu ve diğer CHP’li adayların etkinlik duyurularına yönelik tweetler de göndermektedir. URL kullanımını yine Gürsel Tekin ve Ayten Kayalıoğlu tarafından sıkça kullanılmakta, bu URL’ler ile yorumlara, açıklama metinlerine, duyurusu yapılan etkinliklere ya da iddia edilen olaylara yönelik fotoğraf paylaşımlarına yönlendirme yapılmaktadır. Bu açıdan URL kullanımının kanıt ya da örnek göstermeyi desteklediği de söylenebilmektedir. Benzer bir kullanım Sezgin Tanrikulu’nda da vardır. Sezgin Tanrikulu, katıldığı etkinlikleri ya da CHP’nin projelerini duyururken paylaştığı URL’ler yardımıyla konu ile ilgili detaylı metinlere de gönderme yapmaktadır.

3.2.1.3. MHP Söylem Çözümlemesi

▪ Makro Yapı İncelemesi

@dbdevletbahceli

1997’den bu yana MHP’nin genel başkanlığını yapan Devlet Bahçeli’nin kişisel hesabında yer bilgisi olarak “Türkiye” ibaresi geçmektedir. Partinin ideolojisiyle birebir örtüşen bu yapı, parti bayrağı önünde çekilmiş profil görseliyle tamamlanmıştır. Hesapta, parti içi görev bilgisi ile parti web adresi haricinde herhangi bir ilave bilgi paylaşılmamıştır. Kişisel hesabında takip ettiği kişi bulunmayan Bahçeli’nin takipçi sayısı 210973’tür. Bu sayı, Twitter’daki MHP hesapları arasında en yüksek oranı simgeler. Hesabın toplam tweet sayısı 576, örnekleme dahil edilen tweet sayısı ise 88’dir. Bu oran ile örneklem ortalamasının altında bulunan @dbdevletbahceli hesabı, MHP’nin toplam tweet sayısında %5 paya sahiptir. Hesapta retweet, hashtag ve mention kullanımı bulunmamaktadır. Bağlantılara ise nadiren rastlanmıştır. Tamamı Türkçe olan içeriğin yaklaşık yarısı Türkiye gündemi, %22’si ise MHP hakkında yazılmıştır. Genel seçim gününde hesabın Twitter aktivitesi yoktur.

@omerkanburoglu

MHP milletvekili adayı Ömer Lütfü Kanburoğlu, genel seçim öncesinde Rize milletvekilliği için üçüncü sıradan aday gösterilmiştir. Aslen gazetecilik kimliğiyle öne çıkan Kanburoğlu'nun MHP ile ilişkisi, Yeni Forum Dergisi'nin 2001 ekonomik krizi dolayısıyla kapanmasının ardından Başbakanlık Kriz Yönetim Merkezi'nde çalışmasıyla kurulmuştur. Kanburoğlu, Twitter hesabında kişisel bilgiye yer vermemekle beraber öz tanımlama yapmış ve kişisel web adresini paylaşmıştır. 154 takipçisi bulunan @omerkanburoglu, 1070 kişi ile en fazla kişiyi takip eden MHP hesabıdır. Hesaba ilişkin 1134 tweetin 255'i örnekleme dahil edilmiştir. Bu rakam, MHP'de örnekleme alınan tweetlerin %14'ünü temsil etmektedir.

Hesabın diğer kullanıcılara kıyasla ileri seviyede Twitter bilgisi ile yönetildiğine ayrıca değinmek gerekir. Çünkü hesapta Twitter üzerinde kullanıcıya sunulan retweet, yanıt tweeti, hashtag gibi araçların yanı sıra kısa bağlantıların da sıklıkla kullanıldığı göze çarpmıştır. MHP örneklemindeki en yüksek retweet yüzdesi bu hesaba aittir. Kanburoğlu'nun paylaştığı tüm içeriğin %14'ü retweetlerden oluşmaktadır. Mention oranı ise %15'tir. Bu değer, Yusuf Günay'ın hesabı dışarıda bırakılırsa MHP ortalamasının üzerindedir. Hesapta verilen tüm bağlantıların %11'i kısaltılmıştır. İleri seviyedeki kullanım düzeyini belirten bir diğer gösterge, hesabın Twitter dışında sosyal medya ile ilişkilendirilmiş olmasıdır. Twitter'ın uzantısı olarak addedilebilecek Twitturk adlı sosyal medya hesabına ait adresin paylaşılması, Twitter'ın sınırlarını tayin etmek anlamında önemlidir.

Kanburoğlu, MHP örnekleminde İngilizce metin kullanan tek kişidir. Dış kaynaklardan haber retweet etmesinin yanı sıra Kanburoğlu'nun doğrudan İngilizce yazdığı tweetler de bulunmaktadır. Bütün olarak hesaplandığında tweetlerde %15'i bulan İngilizce'nin ağırlığı, paylaşılan çok sayıda bağlantı ile açıklanabilir. Nitekim Kanburoğlu, tweetlerinde kendisi tarafından üretilmeyen çok sayıda içeriğe bağlantı vermiştir. Toplam tweetlerinin %43'ünü bu bağlantılar teşkil etmektedir. Hesapta işlenen konuların %60'ı Türkiye gündemi, %22'si başka parti ve %11'i dünya gündemine ilişkindir.

@profzualtopcu

Prof. Dr. Zühal Topçu, 24. dönem Ankara milletvekilidir. Toplam 265 tweeti bulunan Topçu, 245 tweetiyle örnekleme dahil edilmiştir. Bu rakam, MHP evreni içinde %13'e tekabül

etmektedir. 2367 takipçisi bulunan hesapta takip edilen kişi sayısı 39'dur. @profzuhltopcu, incelenen tüm hesaplar arasında Twitter'da kişisel bilginin yanı sıra unvan ve mesleğine dair bilgi veren nadir hesaplardan biridir.

Topçu'nun bağlantı kullanımında kendisine ait içeriğin miktarı oldukça fazladır. Gönderdiği tweetlerin %65'inde kendisi tarafından İnternet'e yüklenen içeriğe bağlantı verilmiştir. Bunların büyük çoğunluğu, Twitter'da paylaşılan fotoğraf ve videolara ev sahipliği yapan Yfrog platformuna yüklenen fotoğraflardan oluşmaktadır. Paylaştığı içeriğin yarısından fazlası (%53) kendi partisine ait referanslar içerirken, %26'sı kültürel etkinlikler, %7'si ise Türkiye gündemi hakkındadır. Paylaşımının %9'unda mention bulunan hesapta retweet sayısı oldukça düşük, hashtag kullanımı ise hiç yoktur.

@ruhsardemirel

24. dönem Eskişehir milletvekili Ruhsar Demirel, aynı zamanda Genel Başkan Yardımcısı sıfatıyla Başkanlık Divanı üyesidir. Toplam 329 tweetinin 207'si örnekleme alınan Demirel'in hesabında bu sayı, incelenen MHP hesapları genelinde %11 paya tekabül eder. 360 takipçisi bulunan hesap, 76 kişiyi takip etmektedir.

@ruhsardemirel, incelemeye konu olan MHP hesapları arasında bağlantı kullanılmayan tek hesaptır. İçeriğinin %35'i kültürel etkinliklerden oluşan hesapta, Türkiye gündemi %29, MHP ise %15 oranında işlenmiştir. Diğer partiler ile duyuruların da bu kapsamda görece düşük oranda anıldığını belirtmek gerekir. Retweet butonunun hiç kullanılmadığı hesapta, hashtag kullanım oranı %3.38'dir. Düşük gibi görünen bu değer, diğer MHP hesaplarıyla kıyaslandığında yüksektir. Yine de Twitter'ın temel fonksiyonlarından biri olması ve bu sosyal ağın kullanımında hizmet ettiği amaç göz önüne alındığında, özellikle gündemdeki konulara dair hashtaglerin takip edilme oranının MHP geneli itibarıyla düşük olduğu vurgulanmalıdır. Öte yandan, Demirel'in hesabında mention kullanım oranı (%3) düşüktür. Bu bulgu, hesaptaki etkileşimin düşük seviyede olduğunu göstermektedir.

@tuncatoskay

24. dönem Antalya milletvekili Tunca Toskay, Genel Başkan Yardımcısı sıfatıyla Başkanlık Divanı üyesidir. 1298 tweeti bulunan @tuncatoskay hesabında 860 tweet incelenmiştir. Bu

rakam MHP örneğine oranlandığında, söylem analizine tabi tutulan tweetlerin yaklaşık yarısının (%46) Tunca Toskay'a ait olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Toskay'ın hesabı, diğer MHP örneğiyle karşılaştırıldığında en fazla etkinlik seviyesine sahip olmanın yanı sıra, zamansal çizgide paylaşımları en düzenli olan hesaptır. Takip ettiği kişi sayısı 8 olan hesapta 2222 takipçi gözlenmiştir.

Tunca Toskay'ın hesabında %37 oranında bağlantı kullanımı kaydedilmiştir. Bunların büyük bir bölümü kendisine ait olmayan içeriğe, geriye kalan kısmı ise kendi yüklediği içeriğe yönlendirmektedir. Söz konusu bağlantıların %75'i kısaltılmıştır. Bu yöntemle 140 karakterlik yazı alanında daha fazla yer kazanmak mümkün olduğundan, aynı tweette kısaltılmış bağlantıdan önce veya sonra kişisel yorumlara yer açılmaktadır.

Hesapta bağlantı kullanımı neticesinde oluşan özel bir duruma ayrıca değinmek gerekir. Toskay'ın gönderileri arasında aslen Twitter'da paylaşmak niyetiyle yazılmayan iletiler de bulunmaktadır. Bunun nedeni, Twitter'da @tuncatoskay'ın Facebook'ta TuncaToskay hesabına bağlı olarak kullanılmasıdır. Bu noktada, Facebook'ta üretilen bir içeriğin Twitter'a aktarılması durumunda, gönderinin içinde yer alan bağlantı adresinin türü belirleyicidir. Konunun anlaşılması için iki örneğe ayrıca değinmekte fayda vardır. İlk, Toskay'ın hesabında yaygın olarak görülen ve "<http://fb.me>" ile başlayan adresler (örneğin; <http://fb.me/VmRjSmSk>), dış kaynaklı gönderilerin Twitter'a aktarımı sırasında Facebook bünyesinde kısaltılan bağlantılara işaret etmektedir. İkinci türün kapsamına giren "<http://on.fb.me>" ile başlayan adresler (örneğin; <http://on.fb.me/kE1aJ1>) ise, Facebook ağı içinde paylaşılan içeriğin kısaltılmış URL ile sunulan bir versiyonudur. Hesaplar arasında bu türden bir bağın kurulması, sosyal medyayı bir bütün olarak görme eğiliminin sonucu olmakla beraber, söz konusu hesap örneğinde paylaşılan bir kısım içeriğin Twitter'ın doğasına uygun olmadığı düşünülebilir. Özellikle çoklu tweet örneklerinde cümlelerin ters sıralama düzenine (*reverse chronological order*) uygun olmayan biçimde bölünmesi okuma edimini güçleştirmektedir.

Toskay'ın hesabında Facebook'a bağlantı veren kısaltılmış URL'lere yaygın olarak rastlanmıştır. Bu tür kullanımlarda, bazı tweetler – 140 karakter sınırı dolayısıyla – sonuna üç nokta (...) eklenmek suretiyle tamamlanmadan bırakılmıştır. Bu metinlerin bütününe görebilmek için takipçiler Facebook duvarına yönlendirilmiştir. Öte yandan, fotoğraf

paylaşımı için de aynı tür kısaltmalara başvurulmuş, takipçiler yine Toskay'ın Facebook hesabına kanalize edilmiştir. Buradan hareketle Toskay'ın sosyal medya hesaplarına genellenebilecek bir yorum, Twitter'ın Facebook'u destekleyen ikincil bir araç olarak işlev gördüğü yönündedir. Netice itibarıyla Twitter'ın buradaki fonksiyonu, ayrı bir temsil alanı teşkil etmesidir.

Hesabın diğer makro niteliklerine bakıldığında, %6 oranında retweet yapıldığı, hashtag ve mention kullanımının ise oldukça sınırlı olduğu anlaşılmaktadır. Toskay'ın hesabında Türkiye gündemi ve MHP ilişkili içerik ön planda tutulurken, diğer partiler de tweetlere kayda değer miktarda konu edilmiştir. Bunların yanı sıra hesabın duyuru amaçlı kullanıldığı ve zaman zaman kültürel etkinliklere yer verildiği gözlenmiştir.

@Yusuf_Gunay

MHP'nin genel seçim öncesi YSK'ya sunduğu listede İstanbul 2. Bölge'den milletvekili adayı gösterilen Yusuf Günay, MHP Merkez Yönetim Kurulu üyesidir. @Yusuf_Gunay, incelenen MHP hesapları arasında en fazla tweet gönderimini yapan hesaptır. Hesapta 202'sinin incelemeye konu olduğu 2600 tweet bulunmaktadır. MHP örneğinde incelemeye alınan oran ise toplamın %11'ini teşkil etmektedir. 2150 takipçisi bulunan hesapta 262 kişi takip edilmektedir. İncelenen MHP hesapları arasında 12 Haziran'da en fazla tweet gönderimi yine Yusuf Günay'a aittir.

Günay, hesabında Twitter'ın sunduğu çoğu olanağı kullanmakla beraber, hesapta yer/şehir bilgisi dahil çoğu kişisel bilgiyi paylaşmamıştır. Kullanılan bağlantı, retweet ve hashtag sayılarının düşük olduğu gözlenmiştir. Buna karşılık hesapta mention sayısı çok fazladır. %55 oranındaki yanıt tweeti, Günay'ın sürekli bir etkileşim içerisinde olduğuna işaret etmektedir. Bu veri, aynı zamanda düşük bağlantı sayısına da kısmen açıklık getirmektedir. Anlaşılacağı üzere, Günay'ın hesabında asıl olan karşılıklı iletişimidir. Öte yandan, yüksek mention oranına bağlı olarak kodlanamayan tweet temalarının oranı (%48) oldukça yüksektir. Ancak verinin kodlanabilen kısmından çıkarsamada bulunulduğunda, yazılan tweetlerin çoğunlukla Türkiye gündemi (%34) hakkında olduğu kavranabilir. MHP bağlantılı konular ile duyuru ve kültürel etkinlikler diğer tweet temaları olarak sıranabilir.

▪ Mikro Yapı İncelemesi

1 Nisan 2011

Yazdığı tweetlerde gündem konularına bağlı kalmakla birlikte, Kanburoğlu'nun Twitter üzerinde kendi bakış açısı üzerinden hareket alanını çizdiği söylenebilir. Diğer bir ifadeyle, araştırmaya konu olan tarihlere ardalan bilgisi teşkil eden siyasi gelişmelerden bağımsız olmaksızın, belli konular odağındaki gelişmeler @omerkanburoglu hesabına konu edilmiştir. Örneğin, hükümeti yermek için ekonomik duruma ilişkin yapılan değerlendirmeler bu kapsamda ele alınabilir. Bir tweetinde kişi başına düşen gelirdeki artışı alaya alan Kanburoğlu, konuya nükte yapmıştır (00166 numaralı tweet). İlerleyen tarihte gönderdiği başka bir tweet ile bu yaklaşımını desteklemiş, bu doğrultuda vatandaşın verdiği vergilerin nereye harcandığını konu alan bir dış bağlantı paylaşmıştır (05132 numaralı tweet). Buradaki yaklaşımın Kanburoğlu'nun en sık vurguladığı "hak" kavramıyla ilişkilendirilmesi mümkündür. Ekonominin gidişatında hükümet politikalarının sorgusu çoğunlukla bu kavram üzerinden yapılmıştır.

Kanburoğlu'nun siyasi gündemdeki belirgin gelişmelere ilave olarak yazdığı tweetler çoğunlukla haber kaynaklarından paylaştığı bağlantıları içermektedir. Bu kapsamda, aşağıdaki örnekte görüldüğü biçimiyle ulusal ve uluslararası haber kaynaklarından çok sayıda retweet yaptığı gözlenmiştir. Söz konusu haber kaynaklarının çeşitlilik arz ettiğini ayrıca belirtmek gerekir.

- RT @FRANCE24 [BREAKING] #SYRIA: At least 3 protestors killed in #Damascus suburb <http://f24.my/i3sebJ> (00170 numaralı tweet)

6 Nisan 2011

Ruhsar Demirel, mevcut siyasi gündemin konularına ortak olmak yerine belli odaklarda kendi gündemini oluşturmuştur. Bunlar arasında Yükseköğretime Geçiş Sınavı (YGS) şifre iddiası başta gelmektedir. Kinayeli bir üslupla yazdığı 6 Nisan tarihli tweetinde yargı sistemini YGS

üzerinden eleştiren Demirel, şu ifadeyi kullanmıştır: “YGS konusunda SAVcılara havale edildi. Demek ki burada baştan SAVacaklar” (00185 numaralı tweet). Burada yargı sisteminin güvenilirliğini sorgularken, hükümetin Ölçme, Seçme ve Yerleştirme Merkezi’nin (ÖSYM) faaliyetleri bazında ortaya çıkan sonuçlarda izlediği yöntemin örtbas etmek olduğunu ortaya koymuştur. Ancak takip eden tweetten anlaşıldığı üzere, asıl hedef yargı mekanizmasının işleyişi değil, ÖSYM’dir: “Başbakan ABD elçisine acemi dedi diye ÖSYM ‘acemiliği’ muteber birşey zannetti herhalde” (00186 numaralı tweet). Örnekte, ÖSYM’yi alaya alan söyleme temel teşkil eden nedenler, kurumsal işleyişteki sorun ve kurumun çalışma prensibidir.

Söylemlerin detaylarına inildiğinde ortaya çıkan tablo, MHP’nin seçim beyannamesinde öngörülen çizgiye paraleldir. Örneğin, Toskay’ın gündemdeki konulara yaklaşımında çoğu zaman parti ideolojisinin yansımaları gözlenmiştir. Bir örnekte anayasa tartışmalarına dahil olan Toskay’ın konu hakkında aktardıkları arasında, AKP tarafından hazırlanacak bir anayasanın “Küresel güçlerin Türkiye’ye dayattığı yeni bir biçimlendirme”yi (05747 numaralı tweet) beraberinde getireceği düşüncesi yer almaktadır. Takip eden tweetlerinde anayasa çalışmaları konusunda yargının bağımsızlığı ile tarafsızlığını ön plana çıkarmıştır: “MHP’nin önerdiği anayasada, yargı tam anlamıyla bağımsız ve tarafsız olacak. Kimsenin arka bahçesi olmayacak!” (05748 numaralı tweet). Bu söylemler, aynı zamanda MHP’nin AKP karşısındaki duruşunu belirleyen temel vaatleri içermektedir.

Toskay’ın MHP’yi temsil eden duruşu bazı örneklerde daha açık biçimde görülmektedir: “Biz iktidara en hazır partiyiz. MHP seçime inançla, bütün gücüyle asılıyor! Tek başına iktidar hedefiyle yola devam ediyoruz!” (05753 numaralı tweet) Çoklu tweetin bir parçası olan bu metinde, MHP’nin hedefi net bir söylemle ortaya konulmuştur. Öte yandan, cümledeki birinci çoğul şahıs kullanımı Toskay’ı partinin resmi bir temsilcisi olarak onamaktadır.

Benzer biçimde, “AKP’nin alternatifi MİLLİYETÇİ HAREKET PARTİSİ’dir!” (05752 numaralı tweet) şeklindeki bir iddia, MHP’nin parti içinden bir bakış ile kendini nerede konumlandığına işaret etmesi açısından önemlidir. Bu hususta, iki partinin siyasal ideolojisinde “halk”, “vatan”, “din” gibi benzer kavramları kullandığı, fakat bu olguların içini farklı şekilde doldurduğu görüşü ağırlık kazanmaktadır.

Yukarıdaki örneklerden görüldüğü üzere, Toskay'ın tweetleri MHP ideolojisini temsil etmenin yanı sıra, AKP karşıtı söylemlere ev sahipliği yapmaktadır. İncelenen günler bazında bunun çok sayıda örneği ile karşılaşılmıştır. Bunlar arasında öne çıkan bir örnek YGS'dir. Çünkü YGS, MHP cephesinden değerlendirildiğinde AKP iktidarının doğru politikalar sürdüremediği, diğer bir tabirle başarısız olduğu bir konudur. Toskay, bu konuda diğer MHP örneğine (özellikle Ruhsar Demirel'in Twitter hesabına) paralel bir tutum sergilemiştir: "YGS sınavı vd. sınavlardaki şüpheler, yolsuzluk ve sorunlar Polis Koleji sınavları ile başladı. Demek ki bu iktidar imtihanlarda sabıkalı!" (05754 numaralı tweet). Devam eden tweet, sorunu dramatize ederken belli bir vurguyu da ödünç almaktadır: "Aziz Türk Milleti'nin bütün çocukları büyük fedakarlıklarla yetişiyor!" (05755 numaralı tweet). "Aziz Türk Milleti" ifadesinde geçen kelimelerin her biri MHP vizyonunda ayrı değere sahiptir. Çoklu tweetin son örneğinde ise emir kipiyle uyarı yapılmıştır: "Yetenekli çocuklarımızın hakkını vermekten kaçınan, haklarını gasp eden bir iktidara yüce milletimiz 12 Haziran'da gereken dersi versin!" (05756 numaralı tweet). Bu son tweetin "hak" ve "gasp" kavramlarına yaptığı vurgunun altı ayrıca çizilmelidir. Çünkü MHP örneği genelinde çok kez anılan "hak" sözcüğüne burada özel anlam yüklenmiştir. Hak ile ilişkilendirilebilecek diğer sözcük tercihleri de bu anlamda önemlidir.

Gündeme dair yorumların yanı sıra duyuru niteliğinde gönderilen çok sayıda tweet'in paylaşıldığı Günay'ın hesabında ise partinin çalışmaları konusunda bilgilendirmeye gidilmiştir. Bu tür gönderilerde takipçilerden alınan karşılıklar genellikle cevapsız bırakılmamıştır. Örneğin, planlanan bir basın toplantısını duyuran tweet sonrasında dört farklı hesap ile etkileşimde bulunulmuş, bunların üçüyle birden fazla kez yazışma yapılmıştır (06586 numaralı tweet). Yazışmaların içeriğini şükran dilekleri ile selamlamalar teşkil etmiştir. Bu durumda, geribesleme kanallarının açık olduğu bir kullanım pratiği gözlenmekle beraber, bunun partiyle olan ilişkisi bağlamında ne gibi bir paralellik sunduğu tartışılabilir. En nihayetinde, tweet içeriğinde gözlenen bu gibi gündelik konuşma biçimlerinin siyasi referanslar barındırmadığı açıktır.

11 Nisan 2011

Belli tarihlerde öne çıkan gelişmelere özellikle eğilen Kanburoğlu, Twitter'ı güncel haberleri aktarmak için kullanmıştır. Bilgilendirici içerik olarak addedilebilecek olan bu tür içeriğin bir kısmı bireysel duyular, diğer bir kısmı ise haber kaynaklarına yapılan göndermelerdir. Örneğin, 11 Nisan'da Bülent Arınç'ın Bursa'dan aday olması kişisel kaynağa dayalı bir paylaşım (05091 numaralı tweet) olarak sunulurken, CHP'nin aday listesini Hürriyet üzerinden paylaşması (05092 numaralı tweet) harici haber kaynağına yapılan bir referanstır. Öte yandan, salt bilgi paylaşımında bulunmakla yetinmeyen Kanburoğlu, gündemdeki siyasi konulara ilişkin tavrını yazdığı tweetlerde belli etmiştir. Bunu yaparken zaman zaman farklı bakış açılarını benimsemiştir. Örneğin yine 11 Nisan'da, milletvekili listelerinin Yüksek Seçim Kurulu'na (YSK) teslim edildiği gün, adaylığa dair gelişmeleri başörtüsü üzerinden yorumlamıştır (05087 ve 05088 numaralı tweetler). Milletvekilliği seçiminde başörtüsünün belirleyici bir etken olduğunu yazarken Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın kızı Sümeyye'nin adaylığını konu edinmiştir. Üst yönetim kadrolarındaki kişilerin ikinci dereceye kadar olan akrabalarının aday olamayacağına açıklanması üzerine sataşma içeren bir ifadeyle, "Sumeyye baskalarına değil 3. defa basbakan secilecek babasına kizsin" yazmıştır.

Toskay'ın Twitter hesabında çok sayıda gönderi bulunduğu belirtilmişti. Bunun bir nedeni MHP içinde üretilen çeşitli söylemlere hesapta sıklıkla yer verilmesidir. Günlük Twitter aktivitesi içinde oldukça fazla yer tutabilen bu söylemler, parti Genel Başkanı Bahçeli'nin yanı sıra partideki diğer yetkililerin ifadelerine de dayanmaktadır. Çoğunlukla çoklu tweetler aracılığıyla takipçilere ulaştırılan bu söylemler, belli açıklamalardan oluşturulan seçkileri içermektedir. Örneğin, 11 Nisan'da Bahçeli'den alıntılanan dokuz tweet paylaşılmıştır (5785 – 5794 numaralı tweetler). Bunların genelinde milliyetçi hareketin idealleri sıralanmakta ve MHP propagandası en yalın haliyle yapılmaktadır. Özellikle, parti genel başkanının söylemlerine dayandırılması bakımından buradaki alıntılamanın önemi büyüktür. Çünkü parti içi hiyerarşide temsil düzeyi en yüksek olan mevkinin hesaba olan geçişliliği söz konusudur.

Milletvekili aday listelerinin YSK'ya teslim edildiği 11 Nisan günü içerisinde Günay'ın hesabında gözlenen etkinlik, referansal ilişkiyi ortaya koymak anlamında önem taşır. Bu tarihte Twitter hesabında milletvekili aday listelerine değinmesi, Günay'ın partiyle olan ilişkisi neticesinde kaçınılmazdır. Çünkü, Günay'ın MHP içindeki konumunun tayin edilmesi,

söz konusu listelerde öngörülen koşullara bağlıdır. Nitekim, listelerin açıklanmasının ardından @emngvn hesabına yazdığı bir yanıt tweetinde (06618 numaralı tweet) asıl olanın MHP'nin başarısı olduğunu belirtmiş ve iyi dileklerini sunmuştur.

18 Nisan 2011

Toskay'ın Twitter hesabı, gündem konularıyla örtüşen çok sayıda örneğe ve aynı zamanda çeşitli vurgulara ev sahipliği yapan etraflı bir platformdur. Araştırmaya konu olan süre dahilinde temel atma töreni ve ziyaretlerden Toskay'ın konuk olarak katıldığı televizyon programlarına, MHP reklam filmlerinden miting haberlerine kadar yayılan geniş bir yelpazedeki etkinlikler tweetlere konu edilmiştir. Bu çeşitliliğin temel bir nedeni, hesabın açık biçimde seçim propagandası aracı olarak kullanılmasıdır. Nitekim, bu kapsam dahilinde değerlendirilebilecek içeriğin hesaptaki miktarı oldukça fazladır. Örneğin, Ülkü Ocakları İstanbul İl Başkanlığı tarafından hazırlanan “İlk Oyum MHP'ye” adlı Youtube videosunun linki (05842 numaralı tweet) veya MHP'nin “dert otobüsleri” hakkındaki haberler (05846 numaralı tweet) hesapta paylaşılan propaganda içeriği olarak etiketlenebilir.

26 Nisan 2011

Demirel, Twitter hesabını yaşanan gelişmeler konusunda seçmeni bilgilendirmek gayesiyle de kullanmıştır. Örneğin, 26 Nisan'da yazdığı tweetlerde bireysel gündemindeki gelişmeleri duyurmuştur (05520 – 05522 numaralı tweetler). Bunlar, günün programını içerisinde yaşanan ve de ertesi gün için planlanan gelişmeleri içermektedir.

Toskay, YGS gündemi neticesinde yaptığı ÖSYM eleştirisinde adalet çağrışımı olan sözcükleri kullanmıştır. Örneğin, ÖSYM Başkanı Ali Demir üzerinden ileri sürdüğü usulsüzlük iddialarını, “hile” ve “intihal” gibi kavramlar ile betimlenmiş ve bu iddiaları daha geniş ölçekte AKP iktidarının yolsuzlukları ile bağdaştırmıştır. Anlatının devamı niteliğindeki kısmında, yine hesap genelindeki kaygıyı paylaşan bir tweet yazmıştır: “Bu gençlerin aileleri, bu yolsuzluğu, sahtekarlığı görmeli! Seçimlerde AKP'yi, bu sahtekarlıklarını cezalandırmalı!” (05907 numaralı tweet).

26 Nisan'da öne çıkan bir gelişme, 18 Nisan tarihli YSK kararına AKP'nin gösterdiği tepkidir. Toskay, paylaştığı çoklu tweetinde (05891 – 05900 numaralı tweetler) konu hakkındaki düşüncelerini açıkça ortaya koymuştur. AKP iktidarının ülkeyi kaosa sürüklediği görüşünden hareketle yargının bağımsızlığını konu edinmiştir. YSK'nın verdiği kararlarda başvuru evrakının niteliğini dikkate aldığını ifade ederken Türk Ceza Kanunu'nun (TCK) soykırımı düzenleyen 76. maddesine gönderme yapmıştır: “TCK'nın 76. Maddesi hepimizin malumu. YSK, milletvekilliği başvurularında kendisine gelen evraka göre karar veriyor” (05893 numaralı tweet). Gelişmeye istinaden “terör yandaşları”nın sokağa inmesi ve iktidarın müdahalesi neticesinde YSK'nın geri adım atmak zorunda kaldığını yazmıştır. Bu hususta Başbakan Erdoğan'ı ikili oynamakla suçlamıştır. Erdoğan'ın Ergenekon konusunda yargının bağımsızlığını savunduğunu, YSK olayında ise yargıya müdahale ettiğini ileri sürmüştür.

27 Nisan 2011

Kanburoğlu'nun gündemde öne çıkan gelişmeleri, tweetlerine zaman zaman konu edindiği gözlenmiştir. 27 Nisan'da Başbakan Erdoğan'ın “Çılgın Proje”yi açıklamasının ardından gönderdiği tweetler bu duruma örnek olarak sunulabilir. Söz konusu tarihte Kanal Projesi üzerine yedi tweet (05157 – 05163 numaralı tweetler) yazan Kanburoğlu, kinayeli bir dille hükümeti eleştirirken mali sorunlara gönderme yapmıştır. Başbakan Erdoğan'ın Lozan Antlaşması hakkında bilgisiz olduğu eleştirisinde bulunurken, yazdığı çoklu tweette Montrö Boğazlar Sözleşmesi'nin maddelerini sıralamıştır. Boğaz trafiğini rahatlatmak fikrinin “hakikaten çılgın” olduğunu belirtirken bunun bir gerekçe olarak kullanılmasına karşı çıkmıştır. Kanburoğlu'nun burada yaptığı şey, ortak bilgiye dayanarak kişisel fikrini ortaya koymak ve bu suretle iktidarın projeyi sunarken yola çıktığı nedensel temelleri zayıflatmaktır. Temel hareket noktası ise projenin milyarlarca dolarlık maliyetidir.

Toskay, AKP'nin her adımında MHP'yi alternatif olarak sunmuştur. AKP'nin “Çılgın Proje”yi açıklamasının ardından Toskay'ın beyanında bunun örneğini görmek mümkündür: “İstanbul'a çılgın proje yerine Türkiye'ye gerçekçi çözümler, adres belli: MHP!” (05915 numaralı tweet). Kinayeli bir dille yazılan tweet, MHP'nin Türkiye ölçeğinde ihtiyaçlara yönelik gerçekçi çözümler önerdiğini bildirirken iktidar politikalarının belli odaklar ile sınırlı kaldığını ima etmektedir. Öte yandan, tweet metni içerisinde geçen “gerçekçi çözümler”in

neler olduğuna dair bilgi aktarılmamıştır. AKP'nin “Çılgın Proje” adı altında öne sürdüğü söylem, Toskay'ın bir başka tweetine de konu olmuştur. “Uçmuyoruz! Çılgın değiliz belki! Nerden bulduğumuzu biliyoruz! MHP 2011 Seçim Beyannamesi Mali Kaynaklar .. <http://bit.ly/frlTxC>” (05917 numaralı tweet). Kısaltılmış bağlantı eşliğinde MHP'nin mali kaynaklarına gönderme yapan tweette, AKP söylemleri yine dayanaksız bulunmuştur.

Gündem konularıyla örtüşen içeriğe verilebilecek bir örnek de yine “Çılgın Proje”nin duyurulmasıyla ilişkilendirilebilir. Günay, bu konuya dair yazdığı tweetlerde (06642 – 06646 numaralı tweetler) öncelikli olarak projenin öngördüğü çıktıyı eleştirmiştir. Sanal gösteride görüldüğü haliyle “sulama kanalı”na benzettiği proje ürününe alaylı bir yaklaşım sergilemiş, bu yaklaşımı bir diğer tweetinde paylaştığı dış bağlantı ile pekiştirmiştir. Verdiği Youtube bağlantısında, komedyen ve tiyatro oyuncusu Şahan Gökbakar'ın canlandığı Hayri Güle karakteri İstanbul projelerinden bahsetmekte ve çeşitli vaadlerde bulunmaktadır. Günay, tweetine eklediği yorumda bağlantının yönlendirdiği videonun projeyi çağırıldığını yazmıştır.

Öte yandan, Günay'ın söz konusu projeden hareketle Başbakan Erdoğan'ın üzerine gittiği gözlenmiştir. Bu tip projelerin “Tayyip Bey”in iktidarı kaybetme korkusundan kaynaklandığını ifade etmiştir. Diğer bir ifadeyle, iktidar partisinin söz konusu projeyi geliştirmek suretiyle kamuoyunun ilgisini kazanmaya ve bu suretle yönetim, uygulama ve benzeri alanlardaki yetersizliklerini gidermeye çalıştığını belirtmiştir.

Projeye istinaden değinilmesi gereken bir diğer konu, Günay'ın televizyon programlarına konuk olmak suretiyle projeyi değerlendireceği bilgisini Twitter'da duyurmasıdır. Diğer MHP örneğinde de görülen bu tür duyuru tweetlerinde gün, saat ve kanal bilgisi verilerek takipçilerin bir diğer mecraya yönlendirilmesi söz konusudur.

29 Nisan 2011

Demirel, 29 Nisan'da ele aldığı YGS konusunu, bu defa gündemdeki en popüler konu olan “Çılgın Proje” ile ilişkilendirmiştir (05528 numaralı tweet). Tartışmaların sonuçlanmadığı bir ortamda sınav sonuçlarının açıklanmasıyla uygulamada yapılan hatanın altını çizmiştir. Takip

eden tweette ise (05529 numaralı tweet) yaşanan gelişmelere mağdurların bakış açısından yaklaşmış ve halk ile hükümet arasında birincinin lehine keskin bir ayrım yapmıştır.

Toskay'ın hesabında dikkat çeken bir husus, 29 Nisan'da paylaştığı tweetlere istinaden ele alınabilir. Toskay, belli başlı konularda sessiz kalmayı tercih ederek parti genel başkanını referans göstermeyi yeğlemiştir. Örneğin, kaset skandalının ortaya çıktığı dönemde seçmeni Bahçeli'nin basın açıklamasına yönlendirmiş (05922 numaralı tweet), aynı yöntemi ileriki tarihlerde yine hassas bir konu olan Diyarbakır mitinginde de kullanmıştır (06421 numaralı tweet).

1 Mayıs 2011

İncelenen MHP hesaplarında söylem analizine konu olabilecek türden bir etkinlik gözlenmemiştir.

28 Mayıs 2011

Topçu, şehit aileleri çerçevesine bağlı olarak 28 Mayıs'ta Ankara'nın Mamak ilçesinde gerçekleştirdiği ziyaretleri gündeme getirmiştir. Politik içeriği bağlamında önem taşıyan bu ziyaretleri konu alan çok sayıdaki tweetinde (05475 – 05483 numaralı tweetler) öncelikli olarak katıldığı etkinlik hakkında bilgilendirme yapmış ve “Cenabi Mevla kimseye evlat kardes acisi yosatmasin” diyerek temennisini paylaşmıştır. Ardından Yfrog'a verdiği bağlantı ile ziyaret ettiği evde fotoğrafladığı şehit asker ve Türk bayrağını çerçeveleyen kareyi tweetlemiştir. Şehit ailelerinden “kutsal emanet” olarak söz ettiği takip eden tweetinde, bu ailelerin AKP hükümetinden şikayetçi olduklarını yazmıştır. Şehit ailelerinin söyledikleri üzerinden dolaylı aktarım yapan veya diğer bir ifadeyle bu ailelerin sözcüsü rolünü üstlenen Topçu, hükümetin devlet yardımlarını kestğini ve aileleri borçlu gösterdiğini belirtmiştir. “Allah'ın izniyle” ifadesiyle başladığı bir diğer tweette ise kendi iktidarları döneminde bu ailelerin tüm sorunlarını çözecekleri sözünü vermiştir. Çoklu tweet örneği içinde AKP hükümeti şehit ailelerinin karşısında ayrı bir cephe olarak konumlandırılmış ve emanete hıyanet etmekle suçlanmıştır. Ayrıca askeriye de bu denklemin parçası olarak metne dahil

edilmiştir. Anlatıda, AKP hükümetinin ilgilenmediği aileye yalnızca askeriye sahip çıkmaktadır. Topçu, çoklu tweetlerine Yfrog aracılığıyla görüşmelerden aktardığı fotoğrafların bağlantılarını ilave etmiş ve Halil Koçak isimli askere ayrı bir yer ayırmıştır. İsim vermek suretiyle kişiselleştirdiği anlatımını, tweetlerine konu olan askerin fotoğrafını paylaşarak sonlandırmıştır. Özetle, MHP örnekleminde çoğunlukla gözlendiği üzere, AKP hükümeti mevcut sorunların temel kaynağı olarak gösterilmiş ve MHP adına bir takım vaadlerde bulunulmuştur.

28 Mayıs'ta anayasa konusunu yeniden gündeme getiren Toskay, anayasanın ilk üç maddesinde değişiklik yapıp yapılmayacağı hususunda net olunması gerektiğini ifade etmiş ve bu maddelerin Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş felsefesi olduğuna işaret etmiştir:

- “Anayasamızın ilk 3 maddesinde değişiklik olacak mı? Bunun açıkça söylenmesi gerekmektedir! Sn Başbakan bunu Türk Milleti'ne söylemelidir!” (06360 numaralı tweet)
- “Anayasamızın ilk 3 maddesi Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş felsefesidir!” (06361 numaralı tweet).

Toskay'ın burada kullandığı dil, “Türk milleti”ne hesap verilmesinin zarurieti konusunda tehdit içermektedir.

Toskay, AKP'nin alternatifi olmak noktasından hareketle eleştiri alanını genişletmiştir. Medyanın AKP propagandası yaptığına değinirken (06341 numaralı tweet) “millet”in her zaman kendisini yönetecek alternatife sahip olduğu yazmış ve medyanın yaydığı bu tür söylemleri millete hakaret olarak yorumlamıştır (06342 numaralı tweet).

28 Mayıs, Toskay'ın Twitter hesabında öne çıkan tarihlerden biridir. Hesabın anılan gün içindeki görünümü, farklı konu başlıklarının bir araya getirildiği derleme formundadır. Aynı gün içersinde öncelikle Kürt sorunu üzerinden Başbakan Erdoğan'a yüklenen Toskay, “Bazı yerlerde Türkiye'de devlet yok” (06315 numaralı tweet) diyerek ülkenin kaosa sürüklendiğine işaret etmiştir. Takip eden bir tweette ise bu noktada sorumluluğun Başbakan Erdoğan'a ait olduğunu yazmıştır: “İnsanların mal ve can güvenliğinin olmadığı noktaya kendisi getirdi Sn Başbakan! O yönetiyor, ben yönetmiyorum Türkiye'yi!” (06317 numaralı tweet). Sonraki

tweetlerinde CHP eleştirisi yapan Toskay, söz konusu partinin Kemal Kılıçdaroğlu ile dönüşüm geçirdiğini ifade etmiştir. CHP Eski Genel Başkanı Deniz Baykal'ın 2009 yılında ikinci dil üzerine yaptığı açıklamaya¹⁴³ atıfta bulunurken, partinin benimsediği yeni politikalara bağlı olarak ülkenin bütünlüğü konusundaki hassasiyetini yitirdiği üstü kapalı olarak belirtmiştir. Bu konuda örneğin, CHP'nin Koma Ciwaken Kürdistan (KCK) üyelerinin tutuklanmasına karşı çıktığından bahsetmiştir. Gönderdiği çoklu tweette CHP içindeki bu dönüşümün planlı olarak gerçekleştirildiğine değinmiş ve Kılıçdaroğlu'nun parti genel başkanlığı makamına gelişini adım adım anlatmıştır (06319 – 06326 numaralı tweetler).

Toskay, aynı gün içinde AKP'nin oy talebinin tehdit üzerine kurulu olduğunu yazmış ve MHP tabanına “sokağa inmemek” konusunda ısrarla telkinde bulunmuştur:

- “AKP vatandaşımızı ‘Borçlarımız var, bize oy vermezseniz faizler patlar!’ diyerek tehdit ediyor! MHP kesinlikle sokağa inmeyecek! (06328 numaralı tweet)
- Türk Milliyetçileri Milleti ve Vatanı bütün tutmak misyonuna sahip. Bizi ne kadar tahrik ederlerse etsinler Türk Milliyetçileri sokağa inmez (06329 numaralı tweet)
- MHP sokağa inmeyecek! 41 yıldır burdayız! Tecrübeliyiz, bedel ödedik. Biliyoruz.” (06330 numaralı tweet)

Yukarıdaki alıntılardan anlaşıldığı üzere, Toskay geçmişteki örneklerle başvurarak öngörude bulunmuş ve seçmeni adına konuşarak sokak hareketlerine karışmayacaklarını ifade etmiştir. MHP gençlik hareketinin örgütlü formasyonu olan Ülkü Ocakları, geçmişte partinin temsil ettiği ideallerin sokağa taşınması konusunda önemli rol oynamıştır. Bu rolün beraberinde getirdiği bilinç MHP'nin 2011 seçimleri için öngördüğü politikalar ile bağdaşmamakla beraber, söz konusu potansiyelin halihazırda korunduğu bilinmektedir. Bunun farkındalığıyla hareket eden Toskay, her ne olursa olsun sokağa yayılmamak gerektiği konusunda uyarılarda bulunmuş, bunu yaparken geçmişte yaşananlardan çıkan sonuçlara referans vermiştir.

¹⁴³ Baykal, partisinin basın toplantısında yaptığı açıklamada “Bizi terör bölemez, bizi bölerse dil böler” şeklinde konuşmuştu.

Yine 28 Mayıs'ın takip eden tweetlerine konu olan AKP eleştirisi, bu defa ekonomi perspektifinden devam etmiştir. AKP'nin ekonomi alanındaki etkinliği istatistiki veriler eşliğinde sorgulanmış, buna karşılık MHP'nin olası iktidarında gerçekleştirmeyi planladığı hedefler sunulmuştur.

- “Özelleştirmeler, Türkiye'ye giren kaynaklarla 9 yılda 1 trilyon 295 milyar dolar geldi. AKP bu paralarla ne yaptı peki?” (06346 numaralı tweet)
- %11'den borçlanmışsa benim vatandaşım, aradaki farkı biz hazineden öderiz! Halkımız nefes almalıdır! Sosyal adalet bunu gerektirir. (06344 numaralı tweet)
- Bu MHP, Sn Devlet Bahçeli, Tunca Toskay'ın SÖZüdür bu! (06345 numaralı tweet)

Yukarıdaki tweet örneklerinde görüldüğü üzere, özelleştirmeler sonucunda elde edilen mali girdiler sorgulanırken, bunun karşısına MHP'nin seçim vaatleri yerleştirilmiştir. “Sosyal adalet” vurgusunun öne çıkarıldığı tweetlerin akabinde, AKP'nin rant peşinde koştuğu ve yabancı sermaye işlemlerine yatırım yaptığı görüşü sunulmuştur. Bu noktada her fırsatta olduğu gibi seçmenin MHP'nin seçim beyannamesine yönlendirildiği görülmüştür. Kasetlerin değil, 195 sayfalık seçim beyannamesinin üzerinde konuşulması gerektiği vurgulanmıştır (06355 numaralı tweet).

Toskay'ın bir başka odağı MHP'nin 2023 vizyonudur. Tweetlerinde söz konusu vizyonun nasıl ortaya çıktığını detaylı biçimde anlatırken, MHP'ye ait olan projenin Bahçeli tarafından bizzat ortaya konulduğunu savunmuştur. AKP bir kez daha emek hırsızlığı yapmakla suçlanmıştır: “2023 projesi mi var iktidarın? Bu iktidar intihalci!” (06350 numaralı tweet). Bu noktada, sosyal medya ile geleneksel medya arasında gerçekleşen bir transfer biçimine, diğer bir ifadeyle bu iki medyanın iç içe geçtiği bir deneyime işaret etmekte fayda vardır: “2023 YAZ, Boşluk bırak, mesajını yaz, 3969'a GÖNDER! TV8 Vizyon 2023 programı Erkan Tanla Prof. Dr. Tunca Toskay konuşuyorlar..” (06318 numaralı tweet). Tweette anılan televizyon programı tarafından desteklenen bu stratejinin sosyal medya aracılığıyla duyurulması sayesinde, sanal ortamdaki potansiyel seçmen kitlesinin programa kanalize edilmesi öngörülmüştür.

Demirel ise 28 Mayıs'ta İstanbul'un fethinin yıldönümünü bildirmiştir (05619 numaralı tweet). Hesabın aynı zamanda bilgilendirme/hatırlatma amacıyla da kullanıldığını gösteren bu örneğin önemi, tarihe ve milliyetçi ideolojinin sahip olduğu değerlere atıfta bulunması anlamında büyüktür. Çünkü takipçilerin bağlı bulunduğu siyasi ideolojiyi pekiştirmektedir.

Günay, söz konusu tarihte Twitter'ı kullanıcıyı bilgilendirmenin ötesinde davet etme amacıyla kullanmıştır: “Türkiye sevdalılarını 29 Mayıs büyük İstanbul mitingine bekliyoruz” (06714 numaralı tweet). MHP'nin İstanbul mitingine çağrı yapan tweette açıkça görüldüğü üzere, partinin adını anmak yerine daha bir çerçevede parti ideolojisinin bağdaştığı tüm kişi ve gruplara seslenilmiştir. Ulaşılmak istenen kitlede ırk, dil, din ayrımına gidilmemiş, “Türkiye sevdalıları” genellemesi yapılmıştır. Burada ileri sürülen ortak nokta, ülkeye atfedilen değerdir.

31 Mayıs 2011

Araştırmanın söylem çözümlemesi bölümüne konu olan günler arasında yalnızca 31 Mayıs 2011 tarihinde Twitter aktivitesi gözlenen Devlet Bahçeli, düşük etkinlik düzeyinin farkındalığıyla takipçilerinden uzak kaldığını belirten bir çoklu tweet yazmıştır (04992 – 05003 numaralı tweetler). Tweetlerde öncelikli olarak MHP'ye kurulan “tertip, tezgah ve tuzaklar”dan bahsetmiş, partisinin çizgisini kaybetmeyeceğine vurgu yapmıştır. Buradaki ardaan 27 Nisan'da ortaya çıkan kaset skandalıdır. Bahçeli, olaya yaptığı göndermede “kaset”, “skandal” vb. herhangi bir kavram kullanmayarak özneyi gizli tutmayı yeğlemiştir.

Çoklu tweetin devamında “inanç” ve “millet”e yaptığı vurguyla parti olarak çalışmalarına devam ettiklerini ifade etmiştir. Yine aynı çoklu tweet çerçevesinde bir yandan MHP karşıtı cephede buluşanları eleştirirken, diğer yandan “kutlu hedef”e ulaşmak için milletine olan güvenini vurgulamıştır. Bu söylemde doğrudan hedef alınan bir parti ya da siyasetçi bulunmamakla beraber, genel siyaset eleştirisi yapılmıştır. Devlet karşısında daha büyük bir güç olarak görülen “Cenab-ı Allah” öne çıkarılmış ve halktan 12 Haziran seçimi için destek istenmiştir. Bu anlamda, Bahçeli'nin mesajı talepkârdır. Aktif cümleler içeren çoklu tweet metninin anlamsal yoğunluğu fazladır. Daha çok soyut ifadelerden yola çıkılarak yazılan

tweetlerde inandırıcılığı artırmak üzere herhangi bir veri kullanılmamıştır. Anonim özlüsözlerin de yer aldığı metinde, metaforik kullanımlara rastlanmıştır.

Çarpıcı bir örnek, Kanburoğlu'nun Başbakan Erdoğan'ın Artvin mitingi öncesinde Hopa'da çıkan olaylara istinaden yazdığı tweetlerde görülebilir (05228, 05229 ve 05234 – 05236 numaralı tweetler). Hopa'da yaşanan gelişmeleri Twitter hesabında anbean haber olarak geçen Kanburoğlu, bunların sunumunda çeşitli haber kaynaklarına başvurmak yoluna gitmiştir. Buna ilaveten, aldığı bir duyumu da gözlem olarak aktarmıştır. Söz konusu tweetler kişisel yoruma dayalı olmayıp, daha çok duyuru niteliğindedir. Ancak bu noktada hesabın sadece haber aktarımı için kullanılmadığının, ayrıca Erdoğan'ın söyledikleri üzerinden eleştiri yapıldığının altını çizmek gerekir. Kanburoğlu, aynı kapsamdaki bir örnekte, Erdoğan'ın söylemindeki tutarsızlığa işaret etmek suretiyle bölge halkı için özel öneme sahip olan Çaykur'un durumuna ilişkin değerlendirmede bulunulmuştur. “Çaykur'u özelleştirmeyeceksen ne diye programında öyle yazıyor?” (05232 numaralı tweet) ifadesi, bir kamu iktisadi teşebbüsü olan kurumun istikbalini sorgulamaktadır. Takip eden tweet, bu gibi kurumların ranta dönüştüğünü betimler niteliktedir. Öte yandan, “Sayın Başbakan” sözleriyle başlayan tweet metni, doğrudan seslenme formunun bir örneğidir. Ancak, metnin “@” işaretinden yoksun oluşu, tweetin etkileşimli olma özelliğini ortadan kaldırmaktadır.

31 Mayıs, Demirel'in hesabının MHP altyapısından beslendiği en belirgin gündür. Diğer dönemlere kıyasla parti söyleminin arttığı bu tarihte, Eskişehir mitingine gönderme yapan sekiz tweet yazılmıştır (05627 – 05634 numaralı tweetler). Tweetlerin hemen her birinde partinin öne çıkardığı “ses ver” sloganı metnin içine gömülmüştür. Özellikle seçmeni özne olarak tayin eden ve “SES VER'di” ibaresiyle sonlandırılan tweetlerde ortaya çıkan edimler seçmene mal edilmiştir. Dilin bu şekilde kullanımı, seçmeni aktif özne olarak tanımlarken, aynı zamanda onu kurumsal parti çatısının altında konumlandırmıştır. Söz konusu tarihte, mitinge destek verenlere teşekkür hitabıyla başlayan çoklu tweet, önceki gün yaşananların kısa bir özetini sunmuştur. Bahçeli'nin söylemlerini aktarmada aracı rol üstlenen Demirel, üçüncü tekil şahıstan yaptığı aktarmalarda 140 karakter sınırına bağlı olarak detaylandırmaya gitmemiş, ancak mevcut sorun ve eleştiri noktalarının bir listesini vermiştir. İşsizlik, yoksulluk, yolsuzluk, terör, etnik bölücülük ve asayişsizlik konularına değinmiş, bunların bir kısmını gündemdeki gelişmelerden verdiği örnekler ile açmıştır. Bu kapsamda, örneğin YGS konusundaki tatminsizliği somut olarak ifade etmiştir. Öte yandan, işsizlikteki artışın istikrarlı

biçimde sürdürdüğünü belirtirken, yoksulluk olgusunun varlığını ülke ekonomisinin büyüklüğüne bağlı olarak sorgulamıştır. Hilal kart projesi, yine özel önem atfedilen konulardan biri olmuştur. Dini bakış açısıyla değerlendirdiği projede, hilal kartın “helal” olduğu vurgusunu yapmıştır. Son olarak AKP’ye yaptığı göndermede, parti mensupları ile destekçilerinin toplum genelinden farklı bir hayat sürdürdüğünü ifade etmiştir. Bunu yaparken Osmanlı Devleti’nde Lale Devri olarak bilinen döneme referans vermiş ve AKP içindeki örgütlenme biçimini eleştirmiştir. Burada, çoklu tweet kapsamında vurgulanan belli kelimelerin bütünüyle büyük harfler kullanılarak yazıldığını ayrıca belirtmek gerekir. Bunlar arasında parti söylemini temsil eden “ses ver” sloganı da bulunmaktadır.

1 Haziran 2011

@omerkanburoglu hesabında, hükümet muhalifliği konusundaki yaklaşımın ön planda olduğu açıktır. Örneğin, AKP Diyarbakır mitinginin yapıldığı 1 Haziran’da gönderdiği bir tweet (05241 numaralı tweet), potansiyel olaylara dair öngörülerin MHP bakış açısıyla değerlendirildiğini ortaya koymaktadır. Diyarbakır’da olay çıktığı takdirde hükümetin bunu ülkücü harekete mal etmeye çalışacağını ifade eden Kanburoğlu, yaptığı yorumda yine hükümet eleştirisinde bulunmuştur.

Demirel, Eskişehir özelindeki yerel meseleleri de hesabında sıklıkla işlemiştir. Altyapı sorunlarından olası yatırımlara kadar farklı konular bu kapsamda değerlendirilebilir. Aşağıdaki tweet, bu çeşit aktiviteyi örneklemektedir:

- “Gökmeydan mahallemizde meydana gelen asfalt çökmesi çok şükür cana zarar vermedi. Başta mahalle sakinleri olmak üzere hepimize geçmiş olsun.” (05635 numaralı tweet)

4 Haziran 2011

Demirel, yargı ve basın özgürlüğü meseleleri üzerine gittiği 4 Haziran tarihinde, “Yargı Meselesi Hallolundu! Yargıçların Eşekli Demokrasi ile İmtihanı” adlı kitabı takipçilerine

önermiştir (05649 numaralı tweet).¹⁴⁴ Bu tavsiye tweeti, AKP politikalarının en hassas olduğu dengeleri barındıran yargı konusu üzerine takipçileri bilgilendirmek amacını taşımaktadır. Takip eden tweetlerde basın özgürlüğünde Türkiye'nin dünya sıralamasındaki yerini kaynak göstermeksizin aktaran Demirel, Başbakanlık Küçükleri Muzır Neşriyattan Koruma Kurulu'nun "Harakiri" ve "Size" dergileri içeriğine sınırlama getirmesini eleştirmiştir (05650 numaralı tweet). Sonrasında gönderdiği tweette ise basın özgürlüğü ve yargı bağımsızlığı konularını sandık güvenliğiyle ilişkilendirmiştir:

- "Basın özgürlüğü hayal oldu. Yargı bağımsızlığı hayal oldu. Sandık güvenliği inşallah gerçek olur." (05651 numaralı tweet)

6 Haziran 2011

Demirel, her fırsatta masaya yatırdığı YGS gündemine genel seçimden hemen önce bir kez daha değinmiştir. Bu defa doğrudan yeni mezunlara seslenmek yoluna gitmiş, ancak ÖSYM'nin adını anmamıştır. Bunun yerine kurumun açtığı sınavların bir listesini vermiştir. Mezuniyet töreni dolayısıyla yaptığı kutlamanın ardından mezunlara iyi dileklerini aktardığı tweetinden sonra takip eden satırlarda şunları yazmıştır: "En önemlisi de gireceğiniz KPSS,KPDS,ÜDS,ALES'te şifresiz, hilesiz adil sınav geçirmeniz." (05665 numaralı tweet)

Demirel'in Twitter hesabında yerel sorunlar üzerinden ülkesel çaptaki genel kaygılar da paylaşılmıştır. Örneğin, dört vatmanın işten çıkarılması üzerine yazdığı tweette, sosyal haklara karşı taşeronlaşmanın durumunu sorgulamıştır: "Sendikal haklar, örgütlü toplum, iş güvencesi mi? Taşeronlaşma mı?" (05660 numaralı tweet). Bu noktada, Demirel'in paylaştığı iç politika perspektifi dahilinde sosyal devlet lehine bir tavır ortaya koyduğu, bunu yaparken de söz konusu işten çıkarma edimi üzerine kamuoyu görüşünü almak üzere bir tweet gönderdiği gözlenmiştir. Bu yaklaşımda Demirel'in tek taraflı iletişim akışını kırmaya çalışırken takipçileri ile etkileşime geçmeye çalıştığı anlaşılmaktadır.

¹⁴⁴ Yargıçların suskunluğu ve iktidarın simgesi olarak oynadığı rol üzerinden "ilginç anekdotlar" içermesi dolayısıyla tavsiye ettiği kitap, Orhan Gazi Ertekin tarafından yazılmıştır.

11 Haziran 2011

Kanburoğlu'unun hşkşmeti eleştiren tavrı yanıt tweetlerindeki Ėrneklere de mevcuttur. Ėrneđin, @MedyaGundem ile olan yazışmasında (05251 numaralı tweet), Başbakan'ın milliyetçilik sşylemine sadece seçim dşnemlerinde başvurmasına değinerek hoşnutsuzluğunu dile getirmiştir. Bu tweet iğeriğinde yapılan eleştiriye bağlı olarak MHP ideolojisine temel teşkil eden milliyetçilik sşyleminin AKP tarafından kullanılmasında oy kaygısının Ėn plana çıktığı anlaşılmaktadır. Oyların dağılımlında belirleyici etmenlerden biri olan milliyetçilik sşylemi, MHP'nin AKP'ye kaptırdığı oyların bir çeşit izahını içermesi anlamında Ėnem taşır.

Topçu'nun gşnderimleri genel seçim için yaptığı paylaşımları kapsamaktadır. 11 Haziran'da ilk olarak Osmaniye'den alınan iki karenin Yfrog bağlantıları paylaşılmıştır. Bu noktada belirtmek gerekir ki, MHP'nin kalelerinden biri olan ilde yaşanan coşkunun resmedildiği fotoğraflar, seçim Ėncesi MHP cephesini motive edici Ėzelliktir. "Osmaniye Ses Veriyor!! Ses Ver Turkiye! yfrog.com/h0xqnisj" (05505 numaralı tweet) tweetinden anlaşıldığı Ėzere, parti sloganı kullanılmış ve Osmaniye'den hareketle tşm Tşrkiye, MHP'ye destek olmak Ėzere davet edilmiştir.

Toskay'ın "Ses ver Tşrkiye" sloganına sıklıkla başvurması, hesabının kurumsal niteliğini pekiştirmektedir. 11 Haziran'da seçmen motivasyonu artırma kaygısıyla yazılan tweet buradaki savunuyu Ėzetler niteliktedir: "TEK DEVLET !!! TEK MİLLET !!! TEK DİL !!! TEK BAYRAK !!! diyorsan Tşrkiye Cumhuriyeti Devleti'nin bşlünmez břtřnlřđü için M.H.P. !!!" (06526 numaralı tweet).

Gşnay'ın hesabında gşndem ile bağdaşan bir tweet iğeriği de genel seçim gşnş ve Ėncesinde paylaşılmıştır. Ėncelikle genel seçimde MHP'yi destekleyeceğini açıklayan Sşleyman Efendi ve İskenderpaşa Cemaati'ne teşekkşr dileklerini aktaran Gşnay (06731 numaralı tweet), seçim gşnş gşnderdiği tweetlerde AKP karşıtı pozisyonunu Ėn plana çıkarmıştır. 11 Haziran'da gşnderdiği tweette kullandığı, "Millet iradesini hice sayıp balkon konusmamız hazır diyenler icin vatandaslariimiz sandik konusmasini yarin yapacak" (06730 numaralı tweet) ifadesiyle yetki ve sorumluluğu seçmene devretmiştir.

12 Haziran 2011

Kanburoğlu'nun 12 Haziran genel seçim günü yazdığı tweetlerde (05253 – 05256 numaralı tweetler) seçim öncesi dönemde takip ettiği çizginin dışına taşıdığı söylenemez. Yine AKP muhalefeti temelinde şekillenen bir söylem üretirken, oy kullanmanın gerekliliği üzerinde durmuş ve takipçilerini bu konuda uyarmıştır. Burada vurgulanması gereken bir husus, Kanburoğlu'nun AKP muhalefeti yaparken MHP'yi ön plana çıkarmamasıdır. Hesabın Twitter'daki genel görünümü de bu şekildedir, yani AKP muhalefetine yoğunlaşan, ancak MHP'yi övmeyen bir yaklaşım tercih edilmiştir. Bu durumun yansımaları tweet temalarının dağılımında açıkça gözlenebilir: Kanburoğlu'nun kendi partisi hakkında yazdığı tweetler, genel çerçevede içinde ancak %5 paya sahiptir.

Öte yandan, Kanburoğlu'nun mükerrer oy kullanımı ve sahte oy pusulalarına gönderme yaparak seçimlere hile karıştırıldığını yazarken Sol Portal'a verdiği (<http://haber.sol.org.tr/>) referans da ilgi çekicidir. Bu anlamda, MHP gibi sağ kanadın en temel parçasını teşkil eden bir siyasi partinin muhalefet esnasında sol görüşlü bir kaynağa başvurması, partiyi temsil etmeyen bireysel bir eylemin sonucu olarak addedilebileceği gibi, MHP bakış açısıyla AKP karşıtı cephenin sınırlarını tayin etmekte de yardımcı olabilir.

Günay, seçim gününde yazdığı tweetlerde önceki gün kullandığı benzer söylemleri devam ettirmek suretiyle millet ile iktidarı iki karşı cephede konumlandırmıştır. Bunun bir örneği takip eden tweette açıkça görülebilir: “Gunler oncesinden kendilerini secimin galibi gorerek milletin iradesine saygısızlık yapanlara umit ediyorumki bu millet iyi bir ders verecek” (06732 numaralı tweet). Bu yaklaşımı ödünç alırken seçmene geçmişte yaşananlardan iktidar aleyhine örnekler vermeyi ihmal etmemiştir. Örneğin, “Aklı selim vatandaşlarımız Turk tarihinin en kara gunu olan Habur goruntulerini unutmayacaklardır” (06733 numaralı tweet) şeklindeki bir tweet, AKP'nin iktidar dönemindeki en belirgin başarısızlıklarından biri olarak görülen Habur olayını hatırlatmak gayesiyle paylaşılmıştır. Bu arada açılım politikalarının bir sonucu olarak ortaya çıkan Habur olayının, bilhassa milliyetçi ideolojiyi benimseyen kitleler için tam bir hayal kırıklığı olarak algılandığını belirtmek gerekir.

Mikro Düzey İnceleme Özeti

Genel perspektifte @dbdevletbahceli, kelime ve kelime grupları itibariyle yananlam, metafor ve metonimiye en sık yer veren MHP hesapları arasındadır. Kişisel görüşlerini birinci tekil ağızdan aktaran Bahçeli, partideki pozisyonu gereği, MHP'yi temsilen dile getirdiği söylemlerde birinci çoğul şahıs kullanmıştır. Üslup bakımından ele alındığında ise kaset skandalına ilişkin kinayeli bir tavır takınılmış olsa da, genel çerçevede övme (%53), sataşma (%32) ve yüceltme (%15) Bahçeli'nin tweetlerindeki niteliksel özellikleri tayin eder. Son olarak belirtmek gerekir ki, Bahçeli'nin hemen tüm metinleri konuşma diliyle yazılmıştır.

Tweetlerinde dolaylı ifadeler kullanmaktan kaçınan Kanburoğlu, sataşma üslubunu ödünç almıştır. Öyle ki, yazdığı tweetlerin üslubu %93 oranında sataşmadır. Bu çizgi, MHP örnekleminde yer alan diğer hesapların pratiğinden farklıdır, çünkü övgü neredeyse hiç kullanılmamıştır. Ortaya çıkan bu durum, Twitter'ı bir muhalefet aracı olarak kullanmanın yanı sıra, muhalefet etme biçiminin de bir sonucudur. Diğer taraftan, Kanburoğlu'nun dilinde çoğunlukla birinci tekil şahıs hâkimdir. Bu anlamda yaptığı çıkışları tümünden MHP'ye mal etmek yerine bireysel paylaşımlar olarak değerlendirmek de mümkündür. Yazılarında konuşma dilinin ağırlığı hissedilse de, yazı dili kullanımının diğer MHP hesaplarına kıyasla daha fazla olduğu göze çarpmaktadır. Bunun bir nedeni haber kaynaklarından yapılan retweetlerdir.

Örnekleme olarak seçilen tarihler genelinde Topçu'nun hesabı iki aktivite ile incelemeye konu edilmiştir. Bunlardan ilki, gündem konulardan bağımsız bir gelişme olarak karşımıza çıkan polis ve asker şehidi ailelerinin ziyaretidir. İkinci konu ise seçim gündemine bağlı olarak ortaya çıkan 11-12 Haziran aktivitesidir. Hesaptaki diğer tweetler ise duyurulardan oluşmaktadır.

Topçu'nun Twitter hesabı anlık faaliyetlerinin duyurulduğu bir platform olarak da işlev görmüştür. Örneğin, 26 Nisan'da Ankara İl Başkanlığı'nın düzenlediği toplantı ve 31 Mayıs'ta NTV'de "Seçim Özel" programına olan katılımı Twitter üzerinden duyurulmuştur (05310 ve 05494 numaralı tweet). Diğer bir duyuruda ise, "Ses Ver Etimesgut" programı dahilinde AKP'den MHP'ye kayan seçmenlere rozet takılması konu edilmiştir (05484 – 05488 numaralı tweetler). Yine dış bağlantıları verilmek yoluyla fotoğraflar ile desteklenen

tweetlerde vatandaşın söylemine gönderme yapılmıştır: “Akp’deki aktif siyasi çalışmalarına son verip,kendi deyimleriyle ‘tovbe edip’, MHP diyen vatandaşlarımıza rozet taktik yfrog.com/h8v3zkpxj” (05487 numaralı tweet). Etkinlik, “Ses ver” programı dahilinde gerçekleştirilmesi bağlamında resmi bir parti girişimi olarak duyurulmuştur. Diğer bir ifadeyle, Topçu’nun buradaki rolü itibariyle hesabını MHP’yi temsil edecek şekilde kullandığı açıkça görülmektedir.

Nicel araştırmadan dilin kullanımına dair çıkan sonuçlara bakıldığında ise, birinci çoğul şahsın hakim olduğu tweetlerde aktif cümle yapılarının kullanıldığı görülmüştür. Tweetlerine konu olan kişi ve grupların ifadelerini yalın bir anlatımla aktaran Topçu, paylaşımına konu olan gelişmeleri Yfrog sitesine yüklediği görseller ile betimlemiştir. Övmenin hâkim olduğu üslubunda, %5 oranında sataşma kaydedilmiştir. Topçu’nun hesabında övme ve sataşma dışındaki diğer üslup özelliklerine rastlanmamıştır. Konuşma dilinin yaygın olduğu hesapta deyim, özlüsöz vb. kalıpların kullanımı çok azdır.

Hesap genelinde ortaya çıkan tabloyu özetlemek gerekirse, Demirel’in Aile, Kadın ve Engellilerden Sorumlu Genel Başkan Yardımcısı olarak görev yaptığı partide daha çok kültür içerikli konulara ağırlık verdiği, Eskişehir yerelindeki konulara eğildiği ve de toplumun belli kesimlerine ulaşmaya çalıştığı söylenebilir. Dilin kullanımı itibariyle değerlendirildiğinde ise, MHP hesaplarının ortak çizgisinde olduğu üzere, Demirel de üslubunda övmeye ağırlık vermiştir. Kısmen sataşma üslubuna da rastlanan metinlerin genelinde konuşma dili kullanılmıştır. Zaman zaman metonimi ve yananlama başvurulmuştur.

@tuncatoskay hesabı, araştırma örneklemini içinde en faal ve konu dağılımı itibariyle en kapsamlı olan hesaptır. Uzmanlaşmış moderasyon politikası dolayısıyla MHP’yi bir kurum olarak bütünüyle temsil etmektedir. Dahası, hesapta MHP referanslı içerik dışında bireysel kullanım örneği hemen hiç yoktur.

Toskay’ın üslubunda başlıca övme (%58) ve sataşma (%42) ön plana çıkmaktadır. Kelime ve kelime gruplarının dağılımı açısından incelendiğinde ise, deyim ve metonimlere yer verildiği gözlenmiştir. Bu kelime ve kelime gruplarının toplamı Toskay’ın tüm tweetlerine oranlandığında %15 gibi görece yüksek bir rakama ulaşılmaktadır. Dilin kullanım biçiminde yazı dilinin %11’lik payı dışarıda bırakılırsa, konuşma dilinin hakim olduğu ve doğrudan

ifadelere yer verildiği göze çarpmaktadır. Hesap yönetiminin Toskay'ın kendisi tarafından üstlenilmediği durumlarda dolaylamalar yapılmıştır. Örnekte “Sayın Toskay” şeklinde başlayan ve Toskay'ın görüşlerini ifade eden çok sayıda tweet bulunmaktadır. Doğrudan alıntı ve dolaylamaların yapılmadığı bazı durumlarda ise, iletilerin Toskay tarafından yazılmadığı belli edilmiştir. Örneğin, hesapta nadir rastlanan cevap tweetlerinde dahi parantez içinde “Site Yönetimi” ibaresi kullanılmıştır.

@Yusuf_Gunay hesabı, kullanım özellikleri itibariyle diğerlerinden farklı bir görünüm arz etmektedir. Geneli itibariyle İnternet aktarımlı söyleşilerde (Internet Relay Chat-IRC) ortaya çıkan türden anlık iletişim formunun kullanıldığı Twitter hesabında, gündem konularıyla örtüşen içeriğin miktarı oldukça sınırlıdır. Dolayısıyla, örneklem günleri dahilinde hesaptan edinilen verinin çoğu söylem analizine uygun değildir. Kalan içerik ise, Günay'ın gündem konularına ilişkin yorumları altında irdelenmiştir.

Tweet üslubuna bağlı kalınarak yapılabilecek değerlendirmede, Günay'ın metinlerinin övme ve sataşma üzerine kurulu olduğu söylenebilir. Ortaya çıkan yapı, bu haliyle Tunca Toskay'ın hesabında gözlenen üslup özellikleri ile örtüşmektedir. Kelime ve kelime gruplarının kullanımında deyim, yananlam ve metonimi görece yoğunluklu olmakla beraber, bunların toplamdaki payı düşüktür.

▪ Değerlendirme

Yukarıda genel olarak özetlenen tablo, MHP'nin siyasi arenada çizdiği imaj ve sunduğu siyasi fikirlere paraleldir. TBMM'de ileri sürdüğü tasarı ve verdiği yönergelerde, basın açıklamalarında, seçim beyannamesinde ve diğer görünürlük alanlarında MHP'nin varlığı, incelenen Twitter hesaplarında gözlenen bulgular ile örtüşmektedir. Elbette, MHP'nin sosyal medyadaki aurası, siyasetin bu gerçek alanlarından beslendiği oranla sınırlı değildir. Çünkü hesaplar genelinde bireysel görüşlerin de sunulması, MHP'nin siyasi arenada çizdiği çerçeveyi zenginleştirmektedir. Bu anlamda Twitter, MHP siyasi ideolojisinin sergilendiği bir alan veya parti ideolojisinin bir çeşit uzantısı olmanın ötesinde çok yönlü bir platform olarak değerlendirilebilir. Bu platform içinde etkileşimin rolü yeterli olmasa bile diğer geleneksel kanalların sınırlılıkları ortadan kalkmaktadır. Yine de ortaya konulan bakış açılarının belli

kavramlar etrafında şekillendiği gözlenmiştir. Örneğin, hesap özelinde farklılaşmakla beraber, en çok kullanılan kelimeler “millet”, “din”, “hak”, “terör” ve “birlik”tir. Buradan yola çıkarak partinin duruşu hakkında fikir edinmek mümkün olmakla beraber, seçim stratejilerinin doğru biçimde anlaşılması, ancak Twitter’ın hesaplar bazında düzenli biçimde takip edilmesiyle mümkündür.

3.2.1.4. BDP, EDÖB ve Bağımsız Adaylar Söylem Çözümlemesi

▪ Makro Yapı İncelemesi

BDP, EDÖP ve Bağımsız adaylar kapsamında 1 Nisan-30 Haziran 2011 tarihinde Twitter arayüzüne gönderilen tweetler, bu araştırma için geliştirilen ve niteliksel analizi mümkün kılan söylem çözümlemesi şablonu kullanılarak incelenmiştir. Bu kapsamda hesapları incelenen ve gönderileri söylem çözümlemesine tabi tutulan adaylar aşağıdaki gibidir:

- Bağımsız Aynur Bayram
- Bağımsız Selahattin Demirtaş
- Bağımsız Gültan Kışanak
- Bağımsız Ertuğrul Kürkçü
- Bağımsız Benal Yazgan
- Bağımsız Hasip Kaplan
- Bağımsız Muhlis Altuncuoğlu
- Bağımsız Murat Haznedar
- Bağımsız Hulki Cevizoğlu
- Bağımsız Özgür Akın
- Bağımsız Sırrı Sakık
- Bağımsız Sırrı Süreyya Önder
- Bağımsız Tuncay Özkan
- Bağımsız Sebahat Tuncel

Önceden belirlenen gündeme bağlı olarak, inceleme dönemi olarak belirlenen takvimde öne çıkan belirli günler kapsamında, ideolojik çerçeveyi oluşturan ve adayların politik görüşlerini ifade eden, yaklaşımlarını çerçeveleyen tweet örnekleri burada sunulmuş, yukarıda listelenen adayların tweet gönderilerine söylem çözümlemesi uygulanmıştır.

▪ Mikro Yapı İncelemesi

1 Nisan 2011

Selahattin Demirtaş güne kendisini takip eden herkesi Türkçe ve Kürtçe selamlayarak başlamaktadır. Partisinin gündemde tuttuğu çiftmillilik ve anadilde konuşma hakkı kavramlarının öne çıkması açısından bu gönderi önemlidir. Ayrıca seçmenleriyle birebir etkileşimde olduğunu gösteren mentionlar, seçmenlerinin de kendisini aynı şekilde selamladığı konusunda ipucu vermektedir (Örneğin Selahattin Demirtaş'ın 228-236 numaralı tweetleri).

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
00228	Selahattin Demirtaş	Danıştay'ın 'AND' la ilgili kararı da durumu değiştirmez.Mahkeme, kararında Türklüğü üst kimlik olarak tanımlamış ama ne uygulamada ne de
00229	Selahattin Demirtaş	yasalarda Türklük üst kimlik olamamıştır.zaten üst kimlik şeklinde olsaydı hiç bir etnik kimlik sorun yaşamazdı.Danıştay,yıllardır sürdürü-
00230	Selahattin Demirtaş	Surdurulen resmi ve zorlama tezleri tekrar etmiş
00231	Selahattin Demirtaş	Devlet boyle buyuruyor diye hic bir cocuk hic bir irka armagan edilemez.
00232	Selahattin Demirtaş	Bu ulkede bizleri birlestiren sey irk,ust alt kimlik vb. Seyler degildir.bunlar olmasa bir arada yasayamayiz gibi dusunmeye mecbur degiliz
00233	Selahattin Demirtaş	Biz bir arada yasamak İstiyorsak,bu yeterli ve gecerli bir nedendir.bunun icin her gun kizima yemin

		ettirmeniz gerekmez.kizlarimiz ve ogul-
00234	Selahattin Demirtaş	larimiz bu yemini etmeyecekler.danistay cok hevesliyse kendileri her sabah bu yemini ederek mesaiye baslarlar.
00235	Selahattin Demirtaş	Eger ille de bir yemin edilecekse,devlet bir daha da vatandaslarina ayrimcilik yapmayacagina yemin etsin ve
00236	Selahattin Demirtaş	Ozur dilesin,hepimizden herkesten

Tematik yapı itibariyle, Kürtçe konuşma özgürlüğünün vurgulandığı çoklu tweet yapısında olan bu tweetler, etnik kimliklerin BDP'nin hassasiyetle üzerinde durduğu siyasal ve kültürel bir konu olduğunu göstermektedir.

Şematik yapı itibariyle, 9'lu tweet seti, "And"la ilgili Danıştay'ın açıklamasından sonra güncel durumu yorumlayan yapıdadır. Türk olmayı üst kimlik olarak tanımlayan Meclisteki diğer partilere gönderme yapılmaktadır. Süregelen etnik kimlik sorununu, Türklüğü üst kimlik olarak algılamaya bağlayan yorumla devam etmektedir (229 numaralı tweet).

Sentaktik yapı itibariyle, ilk baştaki cümleler pasif, sonraki cümleler aktif, çoklu tweet olması nedeniyle de karmaşık yapıdadır. Kendi yurttaşlarına seslenirken, kendisini de içine katarak birinci çoğul şahıs, devlete seslenirken birinci tekil şahıs zamiri kullanılmaktadır. Bu da üzerinde durulması gereken bir husustur.

Bölgesel uyuma bakıldığında, nedensel ilişki "and" içme zorunluluğunu ortadan kaldıran "birlikte yaşarlık" kavramıyla kurulmaktadır. Ayrıca ırk, üst-alt kimlik gibi kavramların yurttaşları birleştiren öge olmadığı savunularak, bu görüş güçlendirilmektedir. Sivil itaatsizlik eyleminin başlangıç tarihi olması itibariyle, çift dilliliğin vurgulanması işlevsel bir nitelik taşımaktadır. And ve Danıştay kararıyla da bu gönderiler referansal ilişki kurmaktadır.

Kelime seçimlerinde, Demirtaş kendi kızı özelinde, sempatizanlarının çocuklarına işaret ederek, and içmenin gereksizliğine vurgu yapmaktadır. Ayrıca hiçbir çocuğun hiçbir ırka armağan edilemeyeceğini belirterek, andda yer alan atasözlerine ve deyişlere doğrudan karşı

çıkılmaktadır. Bu noktada gönderiler diğer partilerin, özellikle MHP'nin üniter devlet ve genel olarak tekçi anlayışına karşı eleştirel yaklaşım içermektedir. Devletin bir daha ayrımcılık yapmayacağına dair herkesten özür dilemesi gerektiğine işaret ettiği (235-236 numaralı tweet) tweetler buyurgan ve kışkırtıcı bir üsluptadır. Danıştay'ın kararı, resmi ve zorlama tezleri tekrar etme nedeniyle kınanmaktadır (230 numaralı tweet).

Retorik bağlamında, herhangi bir görsel kullanılmamakla birlikte, “And” olayına ve Danıştay kararlarına atfen kurduğu referansal ilişki ile partinin gündemindeki ideolojik kavramlarla kurduğu nedensellikten dolayı, gönderilerin inandırıcılığı yüksektir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
00271	Hasip Kaplan	Ozelyetkilisavcilik,Basbakanlik ve cankaya koskunu basmis,suc:orgut uyesi olmamakla birlikte orgut uyesi gibi olmak.

Aynı tarihte Hasip Kaplan takipçilerine yukarıda alıntılanan gönderisinde, özel yetkili savcılığın Başbakan ve Çankaya Köşkü'nü bastığını haber vererek Ahmet Şık'ın evinin basılması olayını ima etmektedir. “Örgüt üyesi gibi olmanın” da suç sayılabildiği durumuna gönderme yapan bu tweette, aynı zamanda özel yetkili savcılığın görev aşımıyla ilgili de iddiada bulunmaktadır. Kişisel haklara ve adalet kavramlarına gönderme yapılan bu tweette aktif ve pasif iki basit cümle bir arada kullanılmış, üçüncü tekil şahısla özel yetkili savcılık ifade edilmiştir.

Gönderide Başbakan ve Cumhurbaşkanı'nın dokunulmazlığına ve Ergenekon terör örgütüne referans verilmekte; gönderi kinaye ve eleştirel bir bakış içermektedir. Ayrıca “özgür birey ve örgütlü toplum” kavramlarının önemsendiği BDP açısından bakıldığında, Türkiye’de örgüt üyesi olmanın ne derece yanlış anlamalara ve suçlamalara neden olabileceğine dikkat çekilmektedir. Retorik açısından gayet net ve kesin bir üslup söz konusudur.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
00272	Hasip Kaplan	Basbakan biz yurutmeyiz Yarginin isine karismayiz demis.yasama ise bizim istedigimiz kanunlari calar,demismis

Hasip Kaplan, bu gönderisinde yasama, yürütme, yargı ilişkisi üzerinde durmaktadır. Ergenekon terör örgütü soruşturmasının süregeldiği günlerde, yürütme ve yargı arasındaki çetrefilli ilişkinin gündemde olması ağır eleştirilere neden olmuştur. Kaplan da bu noktaya temas etmektedir. Yasama organı Meclisin işlevi konusunda da şüpheleri olduğunu belirtmektedir.

Kaplan, takipçilerine Başbakan ve yasamanın, III. tekil şahısla kendi kurgusunda söylediklerini rapor etmektedir. “Güçler ayrılığı” kavramına dikkat çekilen bu tweette Başbakan, yargı ve meclise doğrudan referans verilmiştir. Hikaye anlatır üslupla Kaplan yasama organını bir orkestra yerine koymaktadır. Bu anlamda kullandığı metafor yanında, gönderi kinayeli bir üslup da taşımaktadır. Bir hikaye kurgusunda oluşturduğu tweetin inandırıcılığını artırmak için herhangi bir görsel ya da bağlantı eklemesi yapılmamıştır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
00273	Hasip Kaplan	Basbakan 2023 te Secim baraji da secimde olmayacak.sevmeyen terketsin demis.

Kaplan, AKP'nin 2023 vizyonuna göndermede bulunarak, seçim barajı engelini sorunsal haline getirerek takipçilerinin dikkatini çekmeyi amaçlamaktadır. AKP'nin 2023 Vizyonu, Cumhuriyetin ilanının 100. yılına denk gelmesi açısından özellikle o tarih için kurgulanmıştır. Bu vizyonun temelinde yatanlar; Türkiye'nin milli gelirini 2 trilyon dolar seviyesinde görmek; 11 bin kilometre olan Türkiye'nin demiryolu ağını 2 katına çıkartmak; ihracatı 500 milyar dolara, dış ticaret hacmini ise 1 trilyon dolara ulaştırmak; dünyanın en büyük 10 limanından birinin Türkiye'de olmasını sağlamaktır.¹⁴⁵ Ancak, görüldüğü üzere bu vizyonda seçim barajıyla ilgili herhangi bir açıklama bulunmamaktadır.

Kaplan'ın gönderisinde cümle yapısı aktif ve basittir, III. tekil şahıs kullanılmıştır. 2023 vizyonu kapsamındaki “Demokratikleşme adımlarını kararlılıkla sürdüreceğiz, Türkiye'yi bölgenin en ileri demokratik standartlarına sahip ülkesi haline getireceğiz” maddesi Kaplan'ı seçim barajı engelini hatırlatmaya ve demokrasi kavramını tartışmaya yöneltmiştir. Gönderide Başbakan'ın önceki demeçlerinde yer alan “Ya sev, ya terket” ifadesine gönderme yapılmaktadır. Yine hikaye anlatımı yoluyla kinayeli bir üslup tercih edilmiştir. Özellikle

¹⁴⁵ <http://www.akparti.org.tr/site/hedefler>, Erişim tarihi: 27 Mart 2013

seçim barajının kaldırılmasına yönelik atılan adımların sürekli boşa çıkması bu üsluba neden olmuştur. Demokratikleşme ekseninde, özellikle “çok kültürlülük” ve “birlikte yaşarlık” kavramlarına karşı çıkan bir tavırla “sevmeyen terketsin” şeklinde bir ifade kullanımı, buyurgan yapıda, tolere edilmesi zor bir anlam taşımaktadır. Bu bağlamda, Kaplan sempatizanlarını konuya eleştirel bakmaya yönlendirmektedir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
00274	Hasip Kaplan	TRT liderleri Secim projelerini aciklamaya davet etmis.programin adi:(Kiyamet) liderler yarisiyor 30 subat 2023te

Kaplan, yine 2023 vizyonunu kast ederek, diğer parti liderlerinin TRT’de seçim projelerini açıkladığı kurgusal bir kıyamet yaratmaktadır. 30 Şubat diye bir tarihin takvimlerde yer almaması bu kurgusallığın kanıtıdır. Bağımsız milletvekillerinin TRT’de kampanyalarını yapamaması üzerinden atılan eleştirel ve kurgusal tweet olarak tanımlanabilir. Gerek seçim yasakları gerek kampanya kısıtlarını konu alması açısından, bu engelleri yaşamayan partilerin TRT tarafından özellikle projelerini açıklamaya davet edilmesi üzerinden kurgu oluşturulması oldukça işlevsel görülebilir. Kıyamet ve Vizyon 2023 tarihine eklenen 30 Şubat gibi hayali (takvim dışı, gerçek dışı) bir tarih, kinayeli ve eleştirel üslubun devamıdır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
00275	Hasip Kaplan	Idil/hezex'ten gunaydin rojbas,kahvemi iciyorum pencereden manzaralar http://twitpic.com/4fjdko http://twitpic.com/4fjdgr

Kaplan, takipçilerine anlık olarak ne yaptığını özetleyen kişisel bir tweet atmıştır. İdil’de kahve içmesinden yola çıkarak takipçilerine ulaşmayı hedeflemektedir. Kaplan’ın mecrayı gün içinde yaşadıklarını paylaşmaya yönelik kullandığını, etkileşime önem verdiğini gösteren bir tweet olarak algılanabilir. Bulunduğu coğrafya ve selam ifadesini çift dilli (Türkçe/Kürtçe) yapmaktadır. Takipçileriyle kahve içerken paylaşımında bulunması mecrayı işlevsel kullandığını, sosyal medyanın anındalık, dijitallik ve etkileşimsellik özelliklerinin farkında olduğunu göstermektedir.

Türkçe ve Kürtçe'yi bir arada kullanması Kaplan'ın tüm takipçilerine seslendiğini, ayrıca anadil hakkı ve çift dillilik kavramlarına önem verdiğini göstermektedir. Paylaştığı görsel, her ne kadar bir manzaradan ziyade, bulunduğu binanın arka tarafında yer alan su deposundan ibaret olsa da, tweetin metinsel kurgusunun ispatı ve İdil'de olduğunun inandırıcılığı açısından önemlidir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
00276	Hasip Kaplan	KHK demek sansur surgun OHAL demek.Padisahim cok yasa demek serbest.
00277	Hasip Kaplan	Sivil itaatsizlik internette.esitlik,ozgurluk,Adalet saglanana kadar devam.

Sivil itaatsizlik eyleminin başlangıcı olarak kabul edilebilecek 1 Nisan'da eylemin İnternet'teki açılışını yapmaya yönelik bir çağrı tweetidir. Özellikle bu gönderide BDP'nin önem verdiği *eşitlik, özgürlük ve adalet* konularına vurgu yapılmaktadır. BDP'nin sivil itaatsizlik eylemi Kürtçe hutbe okunması ve namaz kılınmasını içeren bir eylem olması itibariyle çiftdillilik konusunu da kapsamaktadır. Kaplan'ın Twitter'ı seçmenlere ve takipçilerine duyuru yapma amacıyla kullanması açısından, işlevsel bir bakışa sahip olduğu söylenebilir. Bu işlevsellik gönderilerine de yansımaktadır. Eşitlik, özgürlük ve adalet kavramlarına gönderme yapması, aynı zamanda anayasal hakları gündeme getirmektedir. Özellikle İnternet'te sivil itaatsizlik durumunu, belli bir amaca yönelik şekilde çağrı, duyuru niteliğindeki bir üslupla kullanmıştır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
00278	Hasip Kaplan	@onderaytac 100 yerde yerel iktidar,mecliste daha guclu grup,etkili demokratik muhalefet,Yarınlara iktidar.mıs mislara duyurulur.

Kaplan, “onderaytac” rumuzlu takipçisiyle yazışarak, yerel demokratik özerklik konusunda BDP'nin açılımını özetlemektedir. BDP ideolojisinin temel taşlarından biri olan “yerel demokratik özerklik” kavramını, Kaplan gönderide 100 yerde yerel iktidar, Mecliste daha güçlü grup ve etkili demokratik muhalefet şeklinde açıklamaktadır. Aynı zamanda yarınların iktidar şekli olarak bu kavramı betimlemektedir. Tweeti aynı zamanda iktidar olanlara ve iktidarı destekleyenlere duyuru niteliği taşımaktadır. İlk cümlenin öznesi gizli olmakla

birlikte, hangi gruba/ partiye işaret ettiği bellidir. İkinci cümle III. tekil şahıslara (mıs mislara) duyuru niteliğinde olup pasif cümledir. Yerel demokratik özerklik kavramının özellikle sivil itaatsizlik eyleminin ilan edildiği gün öne çıkarılmasıyla nedensellik ve işlevsellik bağı kurulmaktadır. “Etkili demokratik muhalefet” kavramıyla halihazırda muhalefetin etkisiz olduğuna ve demokrasi zaafına işaret etmektedir. Yarınların iktidarı kavramı da yakın gelecek konusundaki öngörüsüne referans niteliğindedir.

Bu gönderi, yerel demokratik özerkliğin temel taşlarını özetleyen, adeta kısa bir marş üslubuyla yazılmış bir tweet olarak nitelendirilebilir. “mıs mıs”lar, iktidarın ve iktidar sempatanlarının yerine geçen “metonimi” olarak kullanılmıştır. Basit ve öznesi gizli, aktif ilk cümleyi, basit ve pasif ikinci cümle takip etmektedir. Kendinden emin, marş üslubuyla yazılmış bu tweet, yerel demokratik özerkliğin sağlanması halinde geleceğin iktidarı olma iddiasıyla desteklenmiştir. İnandırıcılığı basit cümle kurgusuyla artırılmıştır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
00342	Tuncay Özkan	Tuncay Özkan 920 gündür özgürlüğünden uzak!!!

Tuncay Özkan’ın hesabından sosyal medya uzmanı tarafından atılan bu tweet, tematik yapı itibariyle, Özkan’ın cezaevinden çıkarılmasına destek çağrısıdır. Şematik yapı itibariyle, 920 gündür cezaevinde olması nedeniyle adaylığı önündeki engel vurgulanmıştır. Dolayısıyla bu yöndeki kampanyayı da destekleyici nitelikte denebilir. Gönderide Özkan’ın bir an önce özgürlüğüne kavuşması, aday adaylığıyla ilintilendirilerek işlevsel ilişki kurulmuştur. “Özgürlüğünden uzak” ifadesiyle yurttaşın bireysel haklarına gönderme yapılmış, cezaevinde olması yerine kullanıldığından burada metonimi yapılmıştır. Bunun yanında yıl hesabı yerine gün hesabı yapılarak (920 gün) dikkat çekme amaçlanmış, bu yöndeki tepkisellik ünlem cümlesiyle belirtilmiştir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
00343	Tuncay Özkan	Tuncay Ozkan, "İmamin Ordusu"nda! http://tuncayozkanmeclise.com/dokunan_yanar_tuncay_ozkan.php

Bu gönderide “İmamın Ordusu”na gönderme yapılmaktadır. Verilen web bağlantısına 1 Ağustos 2012 itibariyle erişilememektedir¹⁴⁶. Gönderide Tuncay Özkan’ın yukarıda sözü geçen taslak kitabın içeriğinde yer aldığına yönelik referansal ilişki kurulmuştur. Kitabın başlığından yararlanılarak “yan anlam” yaratılmış, kinayeli bir formatta, kitabın içeriği desteklenmiştir. İnandırıcılığı desteklemek amacıyla web sayfası bağlantısı verilmiştir.

Genel olarak anaakım medyada ve *Milliyet*’in çevrimiçi haber sitesinde gündeme yansıyan sivil itaatsizlik eylemi, Kürtçe Hutbe okunması ve namaz kılınması, and okunması olayına referansla anadil ve çiftdillilik hakkını savunan tweetlerle, 1 Nisan 2011’de dolaylı olarak Twitter gündeminde de yer bulmuştur. Ancak sadece Hasip Kaplan tweetlerinde, seçmenlerine ve takipçilerine sivil itaatsizlik kampanyasına çağrı ve duyuru yapmıştır.

6 Nisan 2011

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
00315	Özgür Akın	Konya Teknoloji Başkenti olacak... İşsizlik sorunu bitecek... Özgür AKIN
00316	Özgür Akın	http://www.facebook.com/ozgurakinas
00317	Özgür Akın	Siz doğru yaşayın; hayalleriniz plan, planlarınız gerçek olur.

Özgür Akın, 00315 numaralı tweetinde yerel örgütlenmenin güçlendirilmesine yönelik ideolojiye, teknoloji alanındaki kendi mesleki deneyimini katarak, işsizlik sorununu gidermeye yönelik görüşünü sunmaktadır. 00316 numaralı tweette Facebook’taki kişisel sayfasına yönlendirme yapmaktadır. 2 Ağustos 2012 itibariyle 2,770 kişi bu sayfaya üye

¹⁴⁶ “*İmamın Ordusu*, gazeteci Ahmet Şık tarafından yazılmış olan kitap taslağıdır. Şık, Ergenekon terör örgütü soruşturması kapsamında 3 Mart 2011 tarihinde gözetim altına alınarak 6 Mart 2011’de "Ergenekon terör örgütüne üye olma" suçundan tutuklanmış ve Metris Cezaevi’ne gönderilmiştir. Soruşturmayı yürüten savcı Zekeriya Öz’ün talebiyle İstanbul 12. Ağır Ceza Mahkemesi’nce "kitap taslağına el koyma" kararı alınmıştır. 23 Mart (2011) tarihli el koyma kararı uyarınca polis, kitabı yayımlayacağı belirtilen İthaki Yayınevi’ne baskın yapmıştır. Kitabın elektronik ortamdaki taslağı yayınevinden alınmış, yayınlanmamış bir eser emniyet güçleri tarafından imha edilmiştir. *İmamın Ordusu* olduğu iddia edilen bir kitap taslağı, “Dokunan Yanar” adıyla 31 Mart 2011 tarihinde Twitter ve sosyal paylaşım siteleri üzerinden yayımlanmıştır. Eserin paylaşım yayılımından iki saat sonra, Başsavcılık bu süreç hakkında soruşturma başlatmıştır.” (tr.wikipedia.org/wiki/İmamın_Ordusu adresinden 01 Ağustos 2012 tarihinde erişilmiştir).

olmuş gözükmetedir. 00317 numaralı tweette ise Facebook sayfasının kapak fotoğrafındaki özlü sözü paylaşmaktadır. Akın, yerel yönetimin güçlendirilmesini, her yurttaşın kendi yerelinde yaptığı girişim ve örgütlenmelerle mümkün olacağı üzerinde duran bir teknoloji girişimcisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Facebook platformuyla yakınsama kurarak, kendi hesaplarından takipçileri, aboneleri ve sempatizanlarıyla etkileşim kurmayı hedeflemektedir. Akın, işsizlik sorununu ele alan, yerel ve örgütlenmeye, teknolojik girişimciliğe ve istihdama önem veren bir işveren, halk temsilcisi hatta bir rehber/yaşam koçu edasıyla Konya'nın teknoloji başkenti iddiasını paylaşmaktadır. Facebook kişisel sayfasıyla ve sloganıyla etkileşim bu paylaşımı işlevsel kılmaktadır.

315 ve 317 numaralı tweetler olumlu gelecek kurgusu içinde yerel güçlenmenin ve kişisel azmin rolünü özetleyen yapıdadır. "Doğru yaşamak" kavramının altında yatanın tam olarak ne olduğu açıklanmamakla birlikte, hayallerin gerçeğe dönüşmesinin yolu olarak gösterilmektedir. Kişisel özlü sözler Facebook sayfasına yönlendirme yapıldıktan sonra kullanılmıştır. Facebook sayfasındaki yönlendirme, yalnız özlü sözleri değil kişisel projeleri açıklamakta, girişimci ruhunu da sergilemekte ve Akın'ın görüşlerine inandırıcılık ve etkileşimsellik katmaktadır. Akın, Akınsoft adlı işletmesi aracılığıyla gerçekleştirdiği projeleri, ekibini, üniversitelerdeki kariyer günlerindeki konuşmalarını ve başarılarını paylaşmaktadır. Girişimci ruhuna siyasi temel de katarak, gönderi de Akın, işletmesinin bulunduğu Konya'nın teknoloji başkenti olacağını ve işsizlik sorununun giderileceğini iddia etmektedir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
07839	Selahattin Demirtaş	Herkese merhaba,bu gun 11'de Taksim Hill Otel'de bir basin toplantisiyla secimler ve sonrasi için 'demokrasi blogunu' deklere ediyoruz
07840	Selahattin Demirtaş	@Tirpaa gunaydin bayram bey, iyi bir gun diliyorum.
07841	Selahattin Demirtaş	Emek Demokrasi ve Ozgurluk bloku bu gun itibariyle yola cikti.umarim butun "otekiler" ve "ötekilerin dostlari" icin hayirli olur.
07842	Selahattin Demirtaş	Hepimizin yolu acik olsun.
07843	Selahattin Demirtaş	"BDP EŞBAŞKANI DEMİRTAŞ HAYAT TV'DE" , 22:30'da Reklamcı İlyas Başsoy, Akademisyen Esra

Demirtaş'a ait 07839-07843 numaralı tweetler Emek, Demokrasi ve Özgürlük bloğunun deklarasyonunu seçmenlere, takipçilere ve sempatzanlara duyurma niteliğindedir. Ayrıca 07843 numaralı tweette Mithat Fabian Sözman rumuzlu kişinin Friendfeed sayfasına bağlantı verilmiştir. Bu yolla Demirtaş'ın *Hayat TV*'deki programı başka bir sosyal medya platformu yakınsanarak, ayrıntılı bir şekilde duyurulmuştur. 07840 numaralı tweet ise kişisel selamlama niteliğindedir.

Emek, Demokrasi ve Özgürlük Bloku'nun duyurusu niteliğinde yazılmış bu tweetler, hem deklarasyonun yapılacağı toplantıyı, hem de Demirtaş'ın katılacağı televizyon programını haber vermektedir. Böylece takipçilere, seçmenlere ve sempatzanlara ulaşılmaktadır. 07840 numaralı tweet, Demirtaş'ın takipçilerini yakından tanıdığını ispatlamaktadır; zira takipçisiyle hem rumuzuyla hem de adıyla hitap ederek yazışmaktadır. Genel olarak gönderi basit ve aktif cümlelerden oluşmaktadır. Blokun deklarasyonu ve bununla ilgili yorumlar birincil çoğul şahıs kullanılarak 'biz' bilinciyle yazılmış, selamlama sırasında birincil tekil şahıs kullanılmıştır. Blokun paydaşlarla (ötekiler, ötekilerin dostları) ilgili duyurusunda ise üçüncü çoğul şahıs kullanılmıştır.

Emek, Demokrasi ve Özgürlük bloku (EDÖB) yeni Kürt siyasi hareketinde çok önemli yer tutmaktadır. Dolayısıyla blokla ilgili deklarasyonun, sivil itaatsizlik çağrısıyla aynı güne denk gelmesi tesadüf değildir. Bu oluşum çerçevesinde 41 ilde 65 kişi bağımsız milletvekili adayı olmuştur. BDP, bağımsız adayları desteklerken "Demokratik Cumhuriyet", "Demokratik Özerklik için Özgürlük ve Demokrasi" sloganlarını kullanmıştır.

07841 numaralı tweette "ötekiler" ve "ötekilerin dostları" olarak belirtilen "ötekileştirilen" ve demokratik haklarını savunan Kürt halkına işaret edilmekte, "dostları"ndan kast edilen ise onlara sempati duyan ve destekleyen kişi/gruplardır. Ötekileştirilme bağlamında iktidara yapılan eleştiri ve serzeniş, hayırlara vesile olması temennisiyle bağlanmıştır. 07842 numaralı tweette de aynı şekilde "Hepimizin yolu açık olsun" derken gelecek için temenni sürdürülmektedir.

Demirtaş'ın katılacağı televizyon programına verilen Friendfeed bağlantısında, Demirtaş'ın kürsüde konuşurken görseli yer almaktadır. İnandırıcılığı ve merak uyandırması açısından bu

görsel kullanımı önemlidir. Friendfeed’de yer alan yorumlar, Demirtaş’ın basit üslubunu ve bloğu destekler niteliktedir. Kürtçe yorumlar da bulunmakla birlikte, televizyon programının duyurusu sadece Kürtçe olarak yapılmıştır. Bu husus çift dilliliği, anayasal hakları ve anadilde konuşma hakkını hatırlatıcı niteliktedir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
08594	Hasip Kaplan	Günaydın/rojbas
08595	Hasip Kaplan	Sirnak KCK duruşmasını izledim,musteki mağdur eylem yok.yerel secim ekibini 2yildir içerde tutuyorlar.12eylulde bu zulüm yoktu
08596	Hasip Kaplan	İstenene cezanın yarıdan fazlasını yatmışlar Yargıtayda beraet etseler 3yil sonra pardonmu diyecekler.iste AKP adaleti,
08597	Hasip Kaplan	Sirnak yerel secimlerinde ağır yenilen AKPy'e 12 Haziran'da helva hazırlığımız var.kelepçelerin gazlarında zorbalığında faturası sandıkta
08598	Hasip Kaplan	Nisan yağmurları kuş civiltıları yeşilin binbir tonu,Dicle Fırat'ın bereketiyle halkın coşkusu Botan'da renk renk olmuş
08599	Hasip Kaplan	Secimlere tüm renklerimizle girecek olmanın heyecanı yaşanıyor.bölge etnik parti diyenlere duyurulur.
08600	Hasip Kaplan	Tek çiçekle bahar tek sesle orkestra tek kişiyle yönetim olmaz dedik.çoğulcu katılımcı demokrasi sürprizlerimiz heyecan ve umut yaratıyor
08601	Hasip Kaplan	Demokrasi dersi vermeye devam,statükocu ırkçı düzen partilerine sahte umutlara artık oy yok.şaşırtmaya devam edeceğiz
08602	Hasip Kaplan	Secim bildirimimizi yakında açıklayarak Türkiyede demokrasi blogunun bağımsız adaylarıyla halkın gündemini oluşturacağız
08603	Hasip Kaplan	Yogun çalışmalar nedeniyle cevap veremiyorum ilk fırsatta sorularınıza cevap vereceğim,11 Nisan akşamı

		adaylar belirlenince renkli olur
08604	Hasip Kaplan	@yurdagulsimsek son kez el kaldıralanlar cokmus
08605	Hasip Kaplan	@mustafaelitas vaziyet iyi mi
08606	Hasip Kaplan	@mustafaelitas 24 donemde gorusuruz pek rahat olmayacak

Hasip Kaplan'ın 6 Nisan 2012'ye ait tweetleri periyodik çift dilli selamlama, KCK davası, siyasi yasaklılar, Nisan'da başlayan seçim coşkusu, bağımsız adaylık süreci ve gazeteci Yurdagül Şimşek ve AKP Grup Başkanvekili Mustafa Elitaş'la yazışmalarından oluşmaktadır. Bu noktada Mustafa Elitaş'ın da benzer bir şekilde Hasip Kaplan'a sataşan, kışkırtıcı tweetler attığını söylemek mümkündür.

08595 numaralı tweetiyle KCK duruşmalarına değinen Kaplan, seçim ekibinin 2 yıldır cezaevinde olmasına değinerek, 08596 numaralı tweette tutukluların istenenin yarısından fazla yattıklarını ve beraat etmeleri gerektiğini, sivil itaatsizlik eylemlerinin ışığında belirtmektedir. AKP'nin 3 yıl sonra pardon demesinin yeterli olmayacağını gönderisine eklemektedir. Kendi deyimiyle "AKP adaletini" protesto etmektedir. 08597 numaralı tweette ise AKP'nin Şırnak'taki yerel seçimlerdeki başarısızlığını hatırlatmaktadır. 08599 ve 08600 numaralı tweetiyle "bölgesel demokrasi", "etnik parti", "çoğulcu katılımcı demokrasi" ve "tekçi eleştirel yaklaşım" kavramları üzerinde durmaktadır. 08601 ve 08602 numaralı tweetlerinde ise sivil itaatsizlikle öne çıkan demokrasi kavramı ardağanının yanında statükocu, ırkçı düzen partilerine karşı çıktığını belirtmektedir. Aynı zamanda bağımsız adayların katılımını ve seçim bildirgesini müjdelemektedir. 08603 numaralı tweetiyle 11 Nisan akşamı adayların açıklanmasını seçmenlerine ve takipçilerine duyurmaktadır. 08604 numaralı tweet Yurdagül Şimşek'le Meclisteki milletvekillerinin bir çoğunun son dönemlerini yaşadığına dair iddiada bulunduğu bir yazışma yapmaktadır. Mustafa Elitaş'la yazışmalarında ise durum denetimi ve 24. Dönemin zor olacağına dair yorumları söz konusudur.

Genel olarak gönderilerde aktif, yer yer serzenişte bulunan ve sempatizanların dikkatini çekmeye yönelik üslupla birinci çoğul şahıs zamiri kullanılmaktadır. Sempatizanlar, seçmenler, BDP ideolojisini benimsemiş kişilere (bölge, etnik kimlik) seslenilirken pasif cümle kurulmuştur. 08605 numaralı tweette Mustafa Elitaş'la yazışmada tam olarak ne kast edildiği anlaşılmamaktadır.

“Bölgesel demokrasi”, “etnik parti”, “çoğulcu katılımcı demokrasi” ve “tekçi eleştirel yaklaşım” , “demokrasi” ve “adalet” kavramlarının öne çıktığı bu tweetler, hem sivil itaatsizlik çağrısının yapıldığı, hem KCK duruşmalarının sıcak gündeme oturduğu, hem de bağımsız adayların açıklandığı döneme denk gelmektedir. Bu bağlamda, bu 3 olay arasında nedensel ve işlevsel ilişki kurulmaktadır. Aynı zamanda AKP iktidarının KCK duruşmalarındaki tavrına ve yerel seçimlerde kaybettikleri bölgelere referans verilmektedir. Ayrıca diğer partiler kast edilerek, “statükocu ırkçı partiler”e demokrasi dersi göndermesi yapılmaktadır. 08595 numaralı tweette AKP hükümeti döneminde 12 Eylül 1980 askeri darbesi zulmüne geri götüren bir tavır sergilendiği iddiasında bulunmaktadır. 08597 numaralı tweette Şırnak’taki helva hazırlığı ve *kelepçelerin gazlarında zorbalığında faturası sandıkta*, seçimlerde AKP’nin ağır yenilgi alacağını işaretleri olarak verilmektedir. 08598 ve 08599 numaralı tweetlerde bölge halkının coşkusu doğanın temel renklerinden ve aynı zamanda bağımsız Kürdistan sembolik renklerinden olan yeşille temsil edilmektedir. *Tek çiçekle bahar tek sesle orkestra tek kişiyle yönetim olmaz* derken üniter devlete işaret eden Kaplan, orkestra metaforunu bir kez daha iktidara yönelik eleştirel üslupla kullanmıştır. 08602 numaralı tweette halkın gündemini oluşturmanın bağımsız adaylarla mümkün olacağını belirterek, yurttaş kavramına bakışını, “özgürleştirici ve dönüştürücü siyaset” olarak öne çıkarmaktadır. Kaplan’ın gönderileri şiirsel, eleştirel, coşkulu yer yer pastoral ve kinayeli bir üslup ve anlayışa sahiptir.

11 Nisan 2011

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
00269	Benal Yazgan	CHP bana göre artık tamamen GT nin güdümüne girdi. Gecmisler olsun.. Bana niye CHP de degilsin diye soranlara en güzel cevap bu gelişmeler..
00270	Benal Yazgan	Bütün kısıtlamalara rağmen bağımsız olduğum için çok mutluyum şu an. Ülkem için kimsenin güdümüne girmeden çalışacağım. Oylar bağımsızlara

Benal Yazgan, bu tweetle neden CHP’den ayrıldığını ve yoluna bağımsız aday olarak devam ettiğini açıklamaktadır. CHP’den ayrılma nedenini, CHP’nin Gürsel Tekin’in güdümüne

girmesiyle açıklayan Yazgan, bir sonraki tweette (00270 numaralı tweet) kimsenin güdümüne girmeyip bağımsız aday olduğu için mutlu olduğunu belirtmekte ve bağımsızlar için listelerin açıklandığı ilk gün oy çağrısında bulunmaktadır. Bu anlamda 00269 numaralı tweetin içeriğinden CHP'den aday olmama nedeninin sorgulandığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, demokrasi ve haklara de işaret eden Yazgan, bağımsızlara yönelik kısıtlamaları eleştirmektedir. Aynı zamanda CHP ve Gürsel Tekin üzerinden “vesayet” rejimine ve “tekçi anlayışa” eleştirel üslupla yaklaşmaktadır. Genel olarak gönderide aktif ve basit cümleler bulunmaktadır ancak “geçmişler olsun” (00269 numaralı tweet) istek cümlesinde, dileğin kime yöneldiği gizli olduğundan cümle karmaşık yapıdadır. “Oylar bağımsızlara” (00270 numaralı tweet) cümlesi de genel yapıda seçmenlere mi yoksa bağımsız ve CHP destekleyicilerine mi yönelik kesin olarak anlaşılmamaktadır. Gönderide üçüncü tekil ve birinci tekil şahıs kullanılmaktadır.

Yazgan, 00269 numaralı tweette hem CHP'deki Gürsel Tekin güdümüne işaret etmekte, hem de hala CHP'de ve CHP'li olanlara “geçmiş olsun” dileklerini iletmektedir. Zira kendisi CHP'den ayrılıp bağımsız adaylığını koymuştur. Hemen ardından gelen 00270 numaralı tweette ise bağımsız adayların yaşadığı zorluklara gönderme yapıp, yine de “tek tabanca” eleştirisi yapılan lider güdümlü partilerden uzak durup, ülkesine hizmet ettiğini vurgulamaktadır. Ayrıca takipçilerine ve seçmenlerine oy çağrısında bulunmaktadır. 00269 numaralı tweette “GT'nin güdümündeki parti” atfıyla, Gürsel Tekin'e sataşmaktadır. CHP'li ve CHP'de olanlara “Geçmişler olsun” diyerek kinayeli bir üslup kullanmaktadır. Eleştirel, kinayeli üslupla birlikte, Gürsel Tekin'e şahıs belirterek (GT) sataşmaktadır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
07930	Selahattin Demirtaş	Hakkari'den merhaba, gunaydin herkese
07931	Selahattin Demirtaş	@gulmezfatih bagimsiz adaylar sadece secim bolgesinde basvuru yapabiliyor. Bugun son gun tabi.
07932	Selahattin Demirtaş	Persembe gunu aksam siyaset meydaninda olacagim

Demirtaş, 11 Nisan 2011'e ait tweetlerinde konum bilgisini (Hakkari), adaylık başvurusu için son gün olduğunu takipçilerine, “gülmezfatih” rumuzlu takipçisi özelinde haber vermektedir. “Siyaset Meydanı” adlı televizyon programına katılacağını seçmenlerine duyurmaktadır. Neden Hakkari'de olduğunu, bağımsız adayların yalnız seçim bölgesinden başvuru

yapabilmesiyle açıklayan Demirtaş, 11 Nisan 2011’in son gün olduğunu da belirtmektedir. Kişisel mesajıyla takipçileriyle şahsen etkileşime girdiği anlaşılmaktadır. Adaylık başvurusuyla ilgili prosedürün (bağımsız adayların aday oldukları seçim bölgesinde başvuru yapmaları) BDP’nin “eşit yurttaşlık” ilkesine gönderme yaptığı söylenebilir. Televizyon programında yer alacağını paylaşmasıyla, mecranın yakınsama özelliğinden yararlanarak seçim duyuruları için işlevsel kullandığı söylenebilir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
08505	Benal Yazgan	CHP en iyi sonuçta bile en fazla 20-21 kadını meclise tasıyabilecek.... Kadın, kadın diye diye iste bu kadar ! % 25 kota yine başka bahara

Yukarıdaki gönderi Meclisteki kadın kotasını konu edinen bir tweettir. Adayların açıklanmasıyla birlikte Meclise girebilecek kadın adayların hesabını yapan Yazgan, CHP’nin savunduğu %25’lik kotayı kendilerinin, en iyi sonuçta bile sağlayamayacağını öne sürmektedir. Bu bağlamda, “demokrasi”, “katılım”, “eşitlik” ve “eşit yurttaşlık”, “hak ve haklar/kadın hakları” kavramlarına işaret etmektedir. Burada cümle yapıları basit ve aktiftir. Adayların açıklandığı aynı gün ayrıldığı parti olan CHP’nin muhtemel kadın kotasına değinen Yazgan, kadın aday olarak bu partiden ayrılıp bağımsız aday olmasının arasındaki nedenselliği güçlendirmektedir. “Kadın, kadın diye diye işte bu kadar” diyerek CHP’nin parti politikalarına ve tüzüğüne eleştirel ve küçümseyen bir üslupla yaklaşmaktadır. “%25 kota başka bahara” diyerek ise, kadın kotası konusundaki ümitsizliğini ve bilinmezliğe yönelik serzenişini yansıtmaktadır. Eleştirel, küçümseyici üslup yanında, ihtimallere dayanan bir hesap olsa da argümanını rakamlarla destekleyerek inandırıcılığını arttırmaya, retoriğini güçlendirmeye yönelmiştir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
08506	Benal Yazgan	@selnuraysever Aşkolsun ben bağımsız adayım oyunu bekliyorum.
08508	Benal Yazgan	CHP artık solda bir parti değil . Bunu herkes boyle bile. Gecen seferki gibi oy alırsa toplam 18 kadın mv.cikarıyor.
08509	Benal Yazgan	@selnuraysever Uzulme ve kızma kendini yıpratır.

		Şimdi daha bilinçli olarak ülkemize hizmet etmemiz lazım. Defne'ler için..
08510	Benal Yazgan	@selnuraysever Sen kendini sanata ver ama oyunu da bana ver !!!

Bir takipçisiyle yürüttüğü diyalogu yansıtan bu gönderiler, adayların açıklandığı gün oy toplama amaçlı kişisel kampanyasına başladığını ispatlayan çoklu tweet yapısındadır. “selnuraysever” rumuzlu takipçisiyle Yazgan’ın, adayların açıklandığı günkü yazışmaları buna örnek verilebilir. CHP’nin çıkarabileceği kadın milletvekili sayısına değinen Yazgan, partinin “kadın kotası” konusundaki zaafına değinerek (kadın haklarına, demokrasi ve katılım zaafına gönderme) kişisel desteğini artırma isteğindedir. “Ülkemize hizmet” sözüyle “katılım” kavramını öne çıkarmaktadır. Gönderiler, aktif ve basit cümleler içermektedir. Kişisel yazışma olduğundan samimi bir üslup kullanılmaktadır. CHP’nin daha önce açıkladığı gibi kadın kotasına önem vermeyişinden dolayı, sol ideolojik duruşu olmayan bir parti olduğu iddia edilmektedir. Bu anlamda ancak sol partilerin kadın hakları konusundaki hassasiyetine işaret eden Yazgan, sağda yer aldığı bilinen partilere ve dönüşen siyasetiyle CHP’ye gönderme yapmaktadır. “Defne’ler için” diyerek ülkede yaşayan kız çocuklarına “metonimi” aracılığıyla işaret eden Yazgan, ülkeye hizmet etmenin asli nedeninin yeni nesilleri bilinçli yetiştirmek ve onlara yaşanılır dünya yaratmak olduğunu vurgulamaktadır. “Sen kendini sanata ver ama oyunu da bana ver” diyerek, takipçisini oyunu en az mesleği kadar önemsemeye çağırmaktadır. Bu çoklu tweette ayrıldığı partiye yönelik eleştirel ve hassas, takipçisine karşı samimi, nüktedan ama bir o kadar da kendine güvenen ve karşı tarafta da güven sağlamaya yönelik bir tavır sergilemektedir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
08651	Hasip Kaplan	rojbaş günaydın,yoğunluk ndeniyle cevap veremediğim mesaj gönderen Türkiye'nin her yanından emek-özgürlük-demokrasi sevdalılarına merhaba
08652	Hasip Kaplan	seçim sisteminin rezaleti sonucu adaylık tesbitlerinde düzen partileri bugün tsunami yaşayacak,biz "Türkiye hepimizin" diyerek yola çıktık.
08653	Hasip Kaplan	2012CBşk.lığı,2014 te yerel seçimler, 2015 te genel seçimler var, stratejik bir anlayışla daha güçlü birlik

		alternatifiyle yola çıktık.
08654	Hasip Kaplan	Bağımsız adaylar,Türkiye'nin rengi,sesi,farklılığı eşit ve özgür yurttaşlar olarak;Fırat'ın doğusunda batısında omuz omuza verdik.
08655	Hasip Kaplan	Şırnak ilimizi görmeyenler statükonun,düzenin partileri aday gösterecek,gelmeyecek,görmeyecek,halkı tanımayacak kağıt üstü adaylar bunlar,
08656	Hasip Kaplan	@ErhanCalihan galiba seçim listelerini görmediniz.
08657	Hasip Kaplan	statükonun,tabuların,resmi ideolojinin,devletin partilerine,sahte umutlarına,ayrımcılığa karşı bağımsız,halkın adayları alternatif oldu.
08658	Hasip Kaplan	AKP Doğu ve Güneydoğuda başarısızlığını Kürt milletvekillerine fatura etti,yüzde sekseni artık yok,devlet partisi kendiside bu seçimde gider
08659	Hasip Kaplan	CHP ve diğer partiler bölgede yine olamayacak,kağıt üzeri adaylar gösterilmiş.
08660	Hasip Kaplan	RTE nin makyelizmi,Kürt milletvekillerini biçti."söz ola kestire başı" deyip susturdu,sonra başarısızınız diye liste dışı kaldı.
08661	Hasip Kaplan	AKP'nin listesine bakınca bize çalıştığını görüyoruz.Devleti,korucuları,silahlı emeklileri,pili bitmişleri sıralamış,aday olamayanlara ders.
08662	Hasip Kaplan	sadece halka ve tarihe hesap vermeği bilen adaylarla,demokrasi ve özgürlük mücadelesinde yol almak heyecan verici.
08663	Hasip Kaplan	Biz Şırnak'ta "Sé Yek" dedik,baraj olmasaydı,AKP Yeki bile rüyasında görürdü.

Kaplan, bu gönderilerinde seçim listelerinin açıklanmasının ardından diğer partilere, seçim sistemine yönelik yorumlarını yapmakta ve kendi yer aldığı “Emek, Demokrasi, Özgürlük” bloğunun kampanyasını aktarmaktadır. Seçim listelerinin açıklandığı gün, bu gönderiler bağımsız adayları savunan, propagandif ve diğer partilerin bölgesel başarısızlıklarına, lider zaafalarına değinen çoklu tweet yapısındadır. “Emek-özgürlük-demokrasi” sevdalılarına çağrı

yapılarak, BDP sempatanlarına, seçmenlerine ve takipçilere çağrı yapılmaktadır. “Ayrımcılığa karşı bağımsız adaylar”, “eşit yurttaşlık” kavramını, 08662 numaralı tweet ise “demokrasi ve özgürlük” kavramlarını öne çıkarmaktadır.

08652 numaralı tweetle seçim sistemine, 08653 numaralı tweetle gelecekteki seçimlere, 08654 numaralı tweetle “özgürlük”, eşitlik” ve “yerel demokratik özerklik”e, 08655-7 numaralı tweetlerle statükoya, ayrımcılığa ve diğer partilere, 08658 numaralı tweetle AKP’nin Doğu ve G.Doğu başarısızlığına, 08660 numaralı tweetle “RTE makyavelizmine”, 08661 numaralı tweetle AKP’nin aday listesine, 08662 numaralı tweetle Kürt yurttaşların özgürlük mücadelesine, 08663 numaralı tweetle Şırnak’taki AKP yenilgisine gönderme yapmaktadır.

08652 numaralı tweetle seçim sistemindeki aksaklıklardan ötürü “düzen partilerinin tsunami yaşayacağını” iddia eden Kaplan, “Türkiye hepimizin” diyerek yola çıktıklarını dolayısıyla düzen dışı kaldıklarını ve BDP’nin “birlikte yaşarlık” ilkesini açıkça ifade etmektedir. “Tsunami” kelimesi ise bir tür “bozguna neden olan büyük dalga” anlamında, metonimi yapmak için kullanılmaktadır. 08654 numaralı tweette ise *Türkiye’nin rengi, sesi, farklılığı eşit ve özgür yurttaşlar olarak; Fırat’ın doğusunda batısında omuz omuza* diyerek bu ilkeye ve iddiaya özgürlük ve eşitlik kavramlarını eklemektedir. 08657 numaralı tweette ise *statüko, tabular, resmi ideoloji, devletin partilerine, sahte umutlarına, ayrımcılık* diyerek ve buna karşılık *bağımsız, halkın adayları alternatif* kelimelerini koyarak, meclisteki diğer partilerin ideolojilerine ve tekçi anlayışlarına karşı BDP’nin *özgürleştirici ve dönüştürücü siyaset*’ini yerleştirmektedir. 08660 numaralı tweette ise imla hatasına rağmen “RTE’nin makyavelizmi”ne değinmekte ve Kürt milletvekillerinin liste dışı kalmalarının nedenini başarısızlıklarına değil, Başbakan’ın lider egosuna ve merkezi karar verici konumuna bağlamaktadır. Burada “adalet” ve “eşitlik” kavramlarının da zedelendiğini dolaylı olarak belirtmektedir. 08663 numaralı tweette ise tavlada kullanılan tabirle “Se yek” diyerek Şırnak’taki AKP yenilgisinin aslında (3-1) değil, 3-0 olacağını ancak barajın AKP’ye iltimas yarattığını savunmaktadır.

Eleştirel ve kendinden emin bir üslupla, gönderilerde CHP’nin Doğu ve G.Doğu’da varlık gösterememesine ve AKP yenilgisine değinmektedir. Başbakanın lider imajından yola çıkarak, gönderilerinde doğrudan ona sataşan bir üslupla yazmaktadır. 08651, 08652 ve 08654 numaralı tweetlerle pastoral üslupla Doğu ve G. Doğu coğrafyasına değinerek tüm

yurttaşların omuz omuza, yaşadıkları mekanla özdeşlik kurduklarına değinmektedir. AKP'nin 3-1 yenilgisinden söz ederken, "Se yek" tabirini kullanarak argo bir dil kullanmaktadır.¹⁴⁷

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
10346	Hulki Cevizoğlu	Herkese günaydın!.. Türkiye bugün "yeni bir Türkiye"ye uyandı, siyasi açıdan.
10347	Hulki Cevizoğlu	Beni izleyen dostlarım, CHP'den MV listesine girip girmediğimi merak ediyordu.
10348	Hulki Cevizoğlu	..Birçoğunuz listede yer almamam gibi birşey olmayacağına, hatta Ankara 1. Bölgede 1. sırada olacağıma inanıyordu.
10349	Hulki Cevizoğlu	..birkaç dakika sonra yanıldığımızı açıklayacağım.
10350	Hulki Cevizoğlu	@According_to Maalesef o mutlu haberi veremeyeceğim.
10351	Hulki Cevizoğlu	@Nedrett Gerçekten hayırlı mı acaba?
10352	Hulki Cevizoğlu	@NFY34 Bırakın 1. sırayı son sırayı bile düşünün.
10353	Hulki Cevizoğlu	@mhulkicevizoglu hulki bey pkk avukatı cemaatci,ler dururken sizin gibi atatürk,cüyü aday yapmaz yeni chp..oylarımız tepki için hepar,a
10354	Hulki Cevizoğlu	Artık daha meraklandırmayayım, açıklıyorum. Herkese duyurabilirsiniz...
10355	Hulki Cevizoğlu	"YENİ CHP", HULKİ CEVİZOĞLU'NU MİLLETVEKİLİ LİSTELERİNE ALMADI..
10356	Hulki Cevizoğlu	@mhulkicevizoglu CHP yakın geçmişte şu anki yaptıkları itibarı ile kendi kuyruğunu yemeye başlayan bir yılana benzemektedir,yazıklar olsun ?

¹⁴⁷ Se Yek, tavlada Farsçadan Türkçeye geçen zar isimlerinden biridir ve 3-1'i temsil etmektedir. 3-1, argoda "3'ün 1'i" gibi tanımlamalarla birlikte mastürbasyon anlamındaki "31 çekmek" anlamına gelmektedir. Mastürbasyonun "31" olarak tanımlanması, Osmanlı zamanında Arap harflerinin kullanılması ve Arap harflerinde her harfin rakamsal bir değerinin olmasından ileri gelmektedir. Kişinin eliyle kendini tatmin etmesi anlamına gelen "el çekmek" ifadesindeki "el", Arap harfleriyle yazılırken elif ve lam harflerinin kullanılması, elif harfinin değerinin 1, lam harfinin değerinin 30 olmasıyla birlikte "el" ifadesinin değerinin 31 olması ile "el çekmek", "31 çekmek" şeklinde biçim değiştirerek argoya yerleşmiştir. Ebcet rakamları olarak tanımlanan bu metin-rakam ilişkisi için bkz. https://tr.wikipedia.org/wiki/Ebcet_rakamlar%C4%B1 .

10357	Hulki Cevizoğlu	@mhulkicevizoglu yazik etmisler,nedense etö saniklarından adam gibi adaylara yer kalmamis..acikcasi üzüldüm..vazgecmez chp yanlisliklarından
10358	Hulki Cevizoğlu	@burakcop Diğerlerini vazgeçilmez(!) yapan neyse, o değerlerden fazlası.
10359	Hulki Cevizoğlu	Sizlerden gelen yoğun isteğe uydum. Bilgi veriyorum...
10360	Hulki Cevizoğlu	ANKARA 1.BÖLGEDEN(ÇANKAYA) BAĞIMSIZ MV ADAYLIĞI İÇİN RESMİ BAŞVURUMU YAPTIM. http://www.cevizkabugu.com.tr/yazilar.asp?procid=353
10361	Hulki Cevizoğlu	NİHAT GENÇ'ten bir yazı: Hastayım Yaşıyorum http://www.odatv.com/n.php?n=hastayim-yasiyorum-1104111200
10362	Hulki Cevizoğlu	İnsanlar, dünyada çabuk yükselen şeylere değer verirler. Ama hiçbir şey toz ve tüy kadar çabuk yükselmez. H.Mann (İlknur Aksu'ya tşk.)

Yukarıdaki gönderiler, Hulki Cevizoğlu'nun CHP'den aday gösterilmemesinin ardından Ankara 1. Bölgeden bağımsız milletvekili aday olmasını konu edinen çoklu tweetlerdir. Bu tweetlerin büyük bölümü Cevizoğlu'nun takipçilerine verdiği yanıtlar formatında olup, bazılarında takipçilerinin yorumlarını tekrar etmektedir. 10360 ve 10361 numaralı tweetlerde web sayfası bağlantıları yer almaktadır. Cevizoğlu, yeni CHP yaklaşımının kendi yaklaşımıyla uyuşmadığını ancak CHP'nin yanlış yaptığını savunmakta, takipçilerinin bu yöndeki mesajlarını paylaşmaktadır. Cemaat sözcüğünü kullanarak da eşit yurttaşlık ilkelerine aykırılığı ve dine dayalı dayanışmanın yanlışlığını belirtmektedir.

Yukarıda gönderme yapılan 10353 numaralı tweeti yeni CHP'nin, "PKK avukatı cemaatçilerden" ibaret olduğunu, kendisinin Atatürkçü olmasından dolayı aynı partiden aday gösterilmeyeceğine dair görüşünü öne çıkarmak amacıyla paylaşmaktadır. 10361 numaralı tweet, Nihat Genç'ten paylaştığı yazıya "Hasta Osmanlı"ya göndermede bulunarak, CHP'nin güncel durumunu tasvir eden, aynı zamanda Ergenekon terör örgütü davasını 12 Eylül'e ve Özalizm'e bağlayan bir metindir. 10362 numaralı tweette ise günümüzde çabuk yükselen değerlere verilen önemi Thomas Mann'in özlü sözü aracılığıyla paylaşmaktadır.

10346 numaralı tweet: "yeni bir Türkiye", 10356 numaralı tweet: "kendi kuyruğunu yemeye başlayan bir yılan"la CHP metaforu, 10362 numaralı tweetle ise hiç bir şeyin toz ve tüy kadar çabuk yükselmeyeceğini, dolayısıyla yükselen değerlerin ancak geçici olabileceğini yan anlamla öne çıkarmaktadır. Özellikle yeni CHP'yi tanımlarken kinayeli bir üslup takınmaktadır. Bağlantı verdiği web sayfalarıyla adaylık duyurusunu desteklemekte ve yeni CHP eleştirisini güçlendirmektedir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
11044	Tuncay Özkan	Tuncay Özkan'dan adaylık açıklaması: Silivri'den bir başvuru daha... http://bit.ly/gxnVdm
11046	Tuncay Özkan	Tuncay Özkan, Chp'nin aday göstermemesi durumunda bağımsız aday olacağını avukatı aracılığıyla açıkladı.
11051	Tuncay Özkan	ÜLKEMİZİN BİRLİK VE BERABERLİĞİ İÇİN 3 YILDIR ZİNDANLARDA HAKSIZCA TUTULAN SAYIN TUNCAY ÖZKAN'IN
11052	Tuncay Özkan	İSTANBUL 1.BÖLGE BAĞIMSIZ ADAYLIK ÇALIŞMASI BAŞLAMIŞTIR. BU ÇALIŞMALARDA BENDE VARIM DİYEN TÜM DOSTLARIMIZIN,
11053	Tuncay Özkan	0216 418 78 78 NO.LU TELEFONDAN SEÇİM İRTİBAT BÜROSU İLE TEMASA GEÇMELERİNİ BEKLİYORUZ.
11057	Tuncay Özkan	@58BARIS06 Tuncay Bey oyları bölmek istemediği için başta bağımsız aday olmadı. Chp kabul etmeyince bağımsız aday oldu.
11063	Tuncay Özkan	Bakiniz her programda, binlerce kez Tuncay Ozkan ne derdi??? "solcular chp'ye, sagcilar mhp'ye"
11064	Tuncay Özkan	Kendisine bu yolu acan Tuncay Ozkan'a büyük bir vefasizlik yapmistir..

Tuncay Özkan adına, kendisi CHP'den aday gösterilmeyince, bağımsız aday olduğuna dair takipçilerine ve seçmenlerine bir dizi duyuru niteliğinde tweet atılmıştır. Bir *Habertürk web sayfası* bağlantısı da paylaşılmıştır. Aday listelerinin açıklandığı güne denk gelen bağımsız adaylık duyurusunun ve CHP eleştirilerinin yapıldığı bir dizi tweet incelenmiştir; 11051-

11053 numaralı tweetler çoklu tweetlerdir. “Ülkemizin birlik ve beraberliği“, “üniter devlet” ve “tekçi yaklaşımı” öne çıkarırken, demokrasi kavramının da masaya yatırıldığını görüyoruz. 11051 numaralı tweet “hak ve haklar” ve “adalet” kavramlarına gönderme yapmaktadır. Web sayfası, haber sayfası bağlantıları ve kampanya telefonu paylaşarak mecranın Tuncay Özkan adınsa işlevsel kullanıldığı söylenebilir. Oyları bölmek adına bağımsız adaylığını son güne sakladığı (11057), dolayısıyla CHP’nin bu kadar çalışan bir milletvekiline vefasızlık yaptığı (11064) iddia edilmektedir. “Ülkemizin birlik ve beraberliği”, “solcular CHP’ye, sağcılar MHP’ye” diyerek AKP’ye karşı muhalefetin güçlenmesi gerekliliği açıkça ifade edilmektedir. Web sayfa ve telefon bağlantıları inandırıcılığı arttırmakta, gönderilerde sade ve eleştirel bir üslup görülmektedir.

18 Nisan 2011

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
08738	Hasip Kaplan	günaydın rojbaş
08739	Hasip Kaplan	Başbakan vatandaşın vergileri ile "çılgın projeler" hazırladığını açıklayacakmış.Demokrasilerde milyarlık harcamalarda halkın görüşünü+
08740	Hasip Kaplan	almayan "benmerkezli" narsist" yaklaşım,tek parti,tek lider ve totaliter rejimlerde olur.Mecliste tartışılmayan,muhalefetin görüşünün+
08741	Hasip Kaplan	alınmadığı fantazi projelerde,STK larında görüşünü almayan yaklaşım başından sakattır.Çoğulculuğu,katılımcılığı red eden bir yaklaşımdır.
08742	Hasip Kaplan	Çılgın projelerin "rant bağı" önceden yandaşlara peşkeş çekme,imar ve şehirciliği yok sayma anlayışı tehlikeli ve sakattır.
08743	Hasip Kaplan	Cizre BDP ilçe başkanlığına dün atılan gaz bombası ve fişekler,Gazze değil Cizre http://twitpic.com/4mgnf

Hasip Kaplan, AKP'nin çılgın projeleri basın açıklaması yapılmadan duyum alıp onunla ilgili yorumlarını, takipçileriyle paylaşmaktadır. YSK kararlarıyla ilgili herhangi bir yorum yapmamıştır. 08743 numaralı tweetteyse BDP ilçe başkanlığına atılan bombayı, görseliyle birlikte eleştirmektedir. 08738 numaralı tweette çiftdilli (Kürtçe ve Türkçe) selamlamasının ardından çoklu tweetle (üçlü: 08739-08741) ve tek tweetle çılgın projeyi yorumlamaktadır. "Demokrasilerde" halkın görüşünün alınması gerektiğini, "çoğulculuğun ve katılımcılığın" gerekliliğini savunan Kaplan, AKP'nin tek parti, tek lider konumunu eleştirmekte; ayrıca "yandaşların partisi" eleştirisini çılgın projenin "rant bağı"yla ilişkilendirmektedir.

Halkın ve STK'ların görüşünün alınmadığı projelerin baştan sorunlu olacağını, hükümetin yandaşlarına çıkar sağlamaya yönelik bir anlayışın aynı zamanda benmerkezli ve narsist bir yaklaşım olduğunu vurgulayarak, AKP'ye yönelik "tek parti, tek lider" eleştirisinin yanında çoğulculuğu ve katılımcılığı reddeden yaklaşıma işaret etmektedir. Ayrıca gönderide yurttaşın vergileriyle yapılması planlanan çılgın proje için neden yurttaşın görüşünün alınmadığı konusunda ciddi şüphe uyandığının altını çizmektedir. Bunun demokrasiye, çoğulculuğa ve katılımcılığa yakışmadığını açıkça ifade etmekte; böylece gönderide "yandaş" kavramıyla çılgın projeler kapsamındaki "rant bağı" arasında işlevsel ilişki kurmaktadır.

Kaplan'ın "benmerkezli narsist" yaklaşımı tanımlaması, AKP'yi tek parti, tek lider, fantazi projeler, çoğulculuğu, katılımcılığı red eden bir anlayış olarak eleştirmekte, "rant bağı" tanımlamasıyla da şehirlerdeki arazilerin önceden hükümet/AKP yandaşlarına peşkeş çekildiğini, imar planları ve şehirciliğin yok sayıldığını iddia etmektedir. Ayrıca 08743 numaralı tweette "Gazze değil Cizre" diyerek abartılı bir üslupla benzetme yapmış, Cizre'de atılan bombanın o bölgeyi savaş alanına çevirdiğini ima etmiştir. Kaplan'ın gönderileri iddialı, eleştirel ve ağır ithamlarda bulunan bir üsluba sahiptir. Görsel paylaşarak, Cizre BDP ilçe teşkilatına atılan bombanın etkisini ve inandırıcılığını arttırmayı hedeflemektedir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
10458	Hulki Cevizoğlu	@onuryavuz_ Umarım Tuncay Özkan da İstanbul'da kazanacaktır.
10459	Hulki Cevizoğlu	@acilservis31 Terbiyesiz olan Atatürkçü olamaz. Küfür yerine fikir sahibi olmadığımız için sizi blogluyorum.
10461	Hulki Cevizoğlu	Değeli sanatçımız Bedri Baykam'a yapılan bıçaklı

		saldırıyı kınıyorum.
10462	Hulki Cevizoğlu	Photo of the Day: Best Pictures of January 2011, Gallery - National Geographic: http://on.natgeo.com/dIBIOP via @NatGeoSociety

Cevizoğlu, takipçileriyle birebir yazıştığı tweetlerin ardından (10455-10460 numaralı tweet), Bedri Baykam'a yapılan saldırıyı kınayan bir tweet ve ardından Natgeo üzerinden günün fotoğrafını tüm takipçileriyle paylaşmaktadır. YSK kararlarının açıklandığı gün, Tuncay Özkan'ın da kendisi gibi İstanbul'da kazanacağını umduğunu belirtmektedir. Kendisine küfreden bir takipçisini (10459 numaralı tweet) Atatürkçü olmamakla itham edip, blokladığını yazmaktadır. Ayrıca Bedri Baykam'a dindar kesimden olduğu tahmin edilen saldırıyı kınadığını belirterek “sanata, sanatçıya özgürlük ve fikri haklara öncelik” verilmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Tuncay Özkan'ın da İstanbul'da kazanmasını umması, Ergenekon terör örgütü yargılamasıyla ilgili bakış açısını ortaya koymaktadır. Bir sonraki tweette ise küfreden takipçisine yönelik ahlâk polisliği yapmaktadır. Paylaştığı doğa fotoğraflarından (10462) popüler çağrışımlar dışında anlamlı bir sonuç çıkarılamamıştır. Cevizoğlu, “Küfür yerine fikir sahibi olmama”nın mecrada ciddi bir zaaf olduğunu düşünerek, bir takipçisini bloklamayı (onunla iletişimi kesmeyi) seçmiştir. Cevizoğlu, net ve kesin yargılarla, yer yer kınama içeren bir üslupla yazmaktadır. Ayrıca takipçilerine NatGeo üzerinden Ocak 2011'in en güzel fotolarını göndererek kişisel ilgi alanları ve kişisel seçimleriyle ilgili paylaşımında bulunmaktadır.

Tweet Numarası	Hesap Sahibi	Tweet
10827	Özgür Akın	Konya'yı bilim ve teknoloji üssü yapmak için benimle aynı heyecan ve ideali paylaşan herkesin desteğini bekliyorum...
10828	Özgür Akın	Gazeteciler Cemiyetinde düzenlenen Bağımsız milletvekilliği adaylığımın basın toplantısında beni yalnız bırakmayan herkese teşekkür ederim..

Bu gönderiler Akın'ın Konya'da sürdürdüğü kişisel seçim kampanyasıyla ilgili seçmenlerine ve takipçilerine duyuru niteliğinde tweetlerdir. Gönderileri YSK kararlarıyla ilgili herhangi

bir yorum içermemektedir. “Bilim ve teknoloji üssü ideali”nin altını çizmektedir, bu anlamda yerelleşme/ademi merkezileşmeye katkıda bulunduğunu belirtmektedir. Akın, bağımsız adaylığını açıkladığı dönemde Konya’yla ilgili ideallerini öne çıkaran ve basın toplantısında kendisini destekleyenlere müteşekkir olduğunu belirten tweetler atmıştır. Basın toplantısını bu mecraya taşınması, mecraayı işlevsel olarak kullandığını göstermektedir. “Konya: Bilim ve teknoloji üssü”, bağımsızların yerel ideallerini öne çıkarmaktadır. “Üs” kavramı kent yerine geçtiğinden metafor olarak kullanılmıştır. Gönderiler net ve kendine güvenen bir üslupla yazılmıştır.

26 Nisan 2011

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
06964	Aynur Bayram	Üniversitelerde hiçbir yasal dayanağı olmadan sürdürülen bu tür uygulamalar ifşa edilmelidir.
06965	Aynur Bayram	Başörtüsüne adalet için, özgürlük için, sesimizi duyurmalı ve çaba göstermeliyiz. Özgürlük verilmez; alınır!
06966	Aynur Bayram	Seçilmesi halinde Meclis'e başörtüsü ile gireceğini ifade etti. http://www.zaman.com.tr/haber.do?haberno=1126346

Aynur Bayram’ın tweetleri Mecliste ve diğer kamusal alanlarda başörtüsü yasağına karşı çıkan içeriğe sahip olup, KCK tutuklamalarıyla ilgili değildir. Adayların açıklanmasından sonra başörtülü aday yürüttüğü kişisel kampanyası ile ilgilidir. “Adalet”, “özgürlük” doğrudan tweetlerinde yer verdiği kavramlar olup, “eşit yurttaşlık”, “hak ve haklar” kavramları da üniversiteye ve Meclise başörtüsüyle girme konusunda hakkını arayacağından dolayı ortaya atılmış olarak düşünülebilir. Üniversitelerdeki başörtüsü uygulamasının hiçbir yasal dayanağı olmadan yapıldığını ve ifşa edilmesi gerektiğini iddia eden Bayram, “herkese eşit eğitim hakkı” kavramını öne sürmektedir (06964 no’lu tweet). Aynı zamanda herkesi bu konuda ses duurmaya ve çaba göstermeye çağıran Bayram, Meclise başörtüsüyle gireceğini belirterek kişisel eylemini ortaya koymaktadır. “Başörtüsüne adalet”i özgürlükle özdeş tutan Bayram, hakların verilmeyip alınması gerektiği söylemi üzerinden özgürlüğün de alınmasını

savunmaktadır. Ayrıca örnekler üzerinden gidilerek yasal dayanağı olmayan uygulamaların zamanla ortadan kalkacağı düşüncesinden hareketle, “ifşa” tekniğinin işe yarayacağını belirtmektedir. Meclise başörütüsüyle girme konusundaki kararlı eylemini *Zaman* gazetesindeki haber bağlantısıyla destekleyen Bayram, gönderilerinde kararlı ve eyleme çağıran bir üsluba sahiptir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
08102	Ertuğrul Kürkçü	Mersin'de demokratik çözüm çadırına AKP hükümetinin yaptığı müdahaleyi kınıyorum.
08103	Ertuğrul Kürkçü	Halkımızın bu müdahale karşısında kendi demokratik iradesine sahip çıkarak çözüm çadırını yeniden kurmasını da selamlıyorum.

Ertuğrul Kürkçü'nün yukarıdaki gönderileri Kürt sorununun demokratik çözümü için kurulan çadırlara müdahaleyi konu edinmektedir. KCK soruşturmalarının basına yansıdığı ilk gün olarak veritabanına giren bu günde, Mersin'deki demokratik çözüm çadırı yapılan müdahale örtüşmektedir. “Demokrasi”, “Halk iradesi”, “Hak ve haklar”, “müdahaleci tavır” kavramsal olarak dikkat çekmektedir. Kürkçü, Mersin'de demokratik çözüm çadırına AKP tarafından yapılan müdahaleyi, demokrasiye ve insan haklarına aykırı bir tutum olması nedeniyle açıkça kınamaktadır. Bunun yanında, halkın kendi demokratik iradesini kullanarak çadırı yeniden kurma girişimini ise selamlamakta, kutlamaktadır. “Demokratik çözüm çadırına AKP'nin yaptığı müdahale” diyerek, bu müdahalenin AKP tarafından yapıldığından emin bir tavırla yanlış olduğunu ve kınadığını belirtmektedir. Bir sonraki tweette yer alan “halkımızın demokratik iradesi” (08103) “insan hakları”, “özgürlük” ve “demokrasi” kavramlarını öne çıkardığı için önemlidir. Kürkçü'nün aynı halkı “selamladığını” söylemesi onlara saygı duyduğunu göstermektedir. Kürkçü, net ve kendinden emin bir üslupla “kınama” içeren bir tweet atmıştır. İkinci tweetiyle de halkçı ideolojiden beslenen (halkın demokratik iradesi) bir üslup sergilemektedir.

Hasip Kaplan, (08822-08846 numaralı tweetler) KCK tutuklamalarıyla ilgili haberlerin tekrar gündeme gelmesiyle birlikte, “sivil itaatsizlik” eylemlerini, demokratik çözüm çadırlarını ve AKP baskınlarını konu alan çoklu tweet (08822-29) atmıştır. Bunun yanı sıra, Türkiye'deki hukuk, siyaset, medya, yargı ilişkisini konu alan ve birbirini izler nitelikte olan tweetler

atmıştır (08823-46). Sivil itaatsizlik ve demokratik çözüm çadırlarıyla ilgili daha önce bu mecrada üretilen veyahut yayılan fazla bir içerik görülmezken, KCK tutuklamalarının gündeme gelmesiyle birlikte Kaplan tarafından bu anlamda içerik dolaşımının sağlanmasının stratejik olduğu söylenebilir. Kaplan'ın gönderileri adeta bir haber kanalından dakika dakika durum raporu verilir gibi yazılmıştır. "Hak ve haklar", "mağdur yurttaşlar", "demokrasi", "demokratik siyaset", "çılgın proje ve yurttaşları dışlayıcı politikalar", "medya-siyaset-yargı" üçgeni, "güvenlik devleti", "özgürlükler" gibi kavramlar öne çıkarılmıştır.

Şırnak'ta TV8'in canlı yayında kendisi programdan ayrıldıktan hemen sonra, AKP adaylarının yayına çıkmasıyla tepkilerin büyüdüğünü ve AKP'lilerin gaz bombasıyla saldırdığını ifade eden Kaplan, mahkeme kararlarına duyduğu tepkiyi bu olayla ve medyanın yanlılığıyla birleştirmektedir. "Güvenlik, yargı AKP, mağdur olan halk, polis, silah-şiddet, hukuk siyaset medya, baskı+gözetim+gaz, meşru ve yasal haklar, 1995 konsept saldırıları, insanlık suçu, barış ve demokrasi, sivil itaatsizlik, güvenlik devleti, özgürlükler, darbe hukuku, kalem yerine silah, demokratik çözüm çadırı, bağımsız yargı, merkezi yürütme+yargı ortaklaşa operasyonu mu?" gibi kelimeleri gönderilerinde tercih etmiştir.

Hasip Kaplan'ın Mustafa Elitaş'a "AKP liler Şırnak'ta dün canlı yayında silah çekti, ateş etti. Taktik mi değiştirdiniz, stratejik mi?" (08841) "sizinkiler kursun kalem yerine silah Kursunu kullanıyor" (08843) şeklinde soru yöneltmesi, AKP'nin stratejik kararlarını öğrenmeye niyet eden ve sataşan bir üsluba sahiptir. Çoklu tweet ve onu izleyenler de eleştirel ve AKP politikalarını kabullenmeyen içeriktedir.

27 Nisan 2011

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
00356	Sebahat Tuncel	Bugün Beyoglunda ilköğretim çocukları savaşa karşı yürüyüş yapıyorlardı. Öğretmenleri basında..
00357	Sebahat Tuncel	Yürüyüş milli eğitim bakanlığının talimatı ile yapılmıyormuş. Bu yürüyüş kısa vadede "çadır savaşılarını" sonlandırır umarım.
00358	Sebahat Tuncel	Öyle ya bizde 30 yılda 50 bine yakın yurttaşımız

		yaşamını yitirmedi ki, faili mecul cinayetler yaşanmadı ki, dersim Zilan, lice yaşanmadı ki
--	--	---

Sebahat Tuncel'in bu çoklu tweetlerinde (00356-58) barış ve demokrasi çadırlarına yapılan müdahaleler ve ona karşı gösterilen tepkiler dile getirilmektedir. Tuncel, daha önceki tarihlerde başlayan çadır müdahaleleri artınca duyulan tepkiyi dile getiren tweetler atmıştır. Yaşamını yitiren yurttaşlara ve faili meçhullara gönderme yaparak, “adalet”, “insan hakları”, “yaşam hakkı” ve genel olarak Kürt sorununa gönderme yapmaktadır. Ayrıca çadır müdahalelerinden söz etmesi, “demokratik çözüm” konusunda yaşanan krizi de tekrar hatırlatmaktadır. Çadır müdahaleleri, gündemde o tarihte yoğun olarak konuşulan bir konu olmasa da, mitinglerin ve seçimin yaklaşması açısından önemini korumaktadır.

İlköğretim öğrencilerinin ve öğretmenlerinin, Milli Eğitim Bakanlığı talimatıyla yaptığı toplu yürüyüşe dikkat çeken Tuncel, müdahalelerin bu şekilde sonlanacağını umduğunu belirtmektedir. “Savaşa karşı yürüyüş”, “Çadır savaşları” yaşanan çatışmaların, iç savaş olarak nitelenmesi gerektiği görüşünü ortaya çıkarmaktadır. 00358 numaralı tweette “...yurttaşımız yaşamını yitirmedi ki, faili meçhul cinayetler yaşanmadı ki...” şeklindeki cümlesi ironik bir üslupla yazılmış olup, Zilan ve Lice’de yaşamını yitiren yurttaşlara dikkat çekmektedir. Genel olarak çadır müdahalelerini iç savaş kapsamında düşünen Tuncel, gönderilerinde tepki olarak düzenlenen yürüyüşler konusunda umutlu görünmekte, halkın kitlesel tepkisinin saldırıları sonlandıracağını açıklamaktadır.

Tweet Numarası	Hesap Sahibi	Tweet
06968	Aynur Bayram	Tohum saç, bitmezse toprak utansın!/ Hedefe varmayan mızrak utansın!/ Hey gidi küheylan, koşmana bak sen!/ Çatlarsan, doğuran kısrak utansın
06969	Aynur Bayram	@AynurBayramgztc ... Başörtülü hanımlar... Biraz gayret http://www.dogurehberi.com//medya/basortulu-hanimlar-biraz-gayret.htm
06970	Aynur Bayram	Ana Haber Bülteni'nden Aynur Bayram Hilal TV ana haber bülteninde youtube.com/watch?v=8ICtE7...
06971	Aynur Bayram	Yüksek Gerilim Programı'ndan görüntüler youtube.com/watch?v=yNdnzt...

06972	Aynur Bayram	Başörtüsüne "ama"sız, "eğer"siz, koşulsuz özgürlük için hep birlikte çalışıp başaracağız.
06973	Aynur Bayram	Olay TV Seçim Bürosu Programında bu öğlen 14.30'da bende varım!. http://www.canlitv.com/yayin/player.php?id=54

Kişisel kampanyasına devam eden ve kendisini destekleyen seçmenlerine, sempatizanlarına ve takipçilerine moral vermek amacıyla yollarına devam etmeleri için çağrıda bulunan Bayram, haber sitelerine ve Youtube'a bağlantı vermiştir. Gönderilerin atıldığı gün gündeme gelen çığırın proje ve MHP milletvekili ve yönetici adaylarının kaset skandalıyla ilgili herhangi bir içerik bulunmamaktadır. Gönderiler de “haklar”, “demokrasi”, “özgürlük”, “kimlikler” kavramlarına gönderme yapılmıştır. Diğer partiler kendi seçim kampanyalarıyla meşgulken, kendi kişisel hedefi olan başörtülü ve diğer dezavantajlı yurttaşlarla ilgili kampanyasına devam eden Bayram, verdiği bağlantılarla mecrayı işlevsel kullanmaktadır. Televizyon programlarına, Youtube'da yer alan kliplere ve haber sitesine bağlantılar paylaşmaktadır. Bu anlamda farklı mecralarla yakınsama kurduğu da söylenebilir.

“Hey gidi küheylan, koşmana bak sen”, “Başörtüsüne "ama"sız, "eğer"siz, koşulsuz özgürlük” gibi kelimelerle iddiasını, hedeflerini kesin ve net olarak ortaya koymaktadır. İlk tweetinde özlü sözlerden oluşan pastoral bir şiire yer veren Bayram, seçmenlerine ve tüm Türkiye'ye çağrısını bu şekilde desteklemekte ve şayet kendi nesli başarısız olursa, bir önceki neslin utanması gerektiğini belirterek geçmişte yaşanan hatalara değinmektedir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
08847	Hasip Kaplan	günaydın çadırları,heykelleri yıkılan,muhalefeti susturulmaya çalışılan Türkiye
08848	Hasip Kaplan	Sizlere müjde;bu zorbalıklarla Başbakanın Cumhurbaşkanlığı hayalleri bitmiştir.
08849	Hasip Kaplan	Türkiye'de gerçek demokratik alternatif "bağımsız demokratik blok" yeni bir heyecan,umut olarak halkımızın seçeneği oldu.
08850	Hasip Kaplan	Emekçileri,ezilenleri,farklılıkları,dışlananları,halkları birleştiren bütünleştiren heyecan dalga dalga büyüyor.

08851	Hasip Kaplan	partileri kapatan,siyasetçileri kelepçeyen,medyayı susturan,yargıyı eşitliği,adaleti,özgürlüğü yok eden zorbalığa karşı daha güçlüyüz.
08852	Hasip Kaplan	Devletin bütçesini seçim için peşkeş çeken,koruma ordusuyla gezen,halkın içine çıkamayan korkakların zalim iktidarı çöküyor.
08853	Hasip Kaplan	Irak'ta Saddam gitti sıra Suriye'de Esat zalim ve katliamcıların,can dostları Türkiye'de iktidar,akibetleri korkuları onları da sarıyor.
08854	Hasip Kaplan	Türkiye'yi özgürlükleri yok ederek güvenlik/polis devletine çeviren,zenginliklerini talan edenler,vergi adaleti reformuna tek söz etmiyor.
08855	Hasip Kaplan	Vergi adaletsizliğini gidereceğiz.KDV,ÖTV ve tüm dolaylı vergileri halka,emekçilere değil,Yüzde bir mutlu azınlığa kazanana yükleyeceğiz.
08856	Hasip Kaplan	Bizim sevdamız,davamız,eşitlik,özgürlük,adalet,insan hakları,hukuk,demokrasi;kardeşçe birlikte bir yaşam.ya olacak ya olacak...!
08857	Hasip Kaplan	Ülkemin insanları eşit ve özgür yurttaş olana,özgür bierey örgütlü toplum yaratılana cumhuriyet demokratikleşene kadar yürüyüşümüz sürecek.
08858	Hasip Kaplan	İnançlıyız,umutluyuz,kararlıyız,doğuda batıya,kuzeyden güneye ülkemizin güzel insanlarıyla daha fazla omuz omuza olacağız.
08859	Hasip Kaplan	Çalanları,çırpınları,ülkeyi soyanları,yolsuzları,zalimleri,bir günde zengin olanları,halkın ekmeğinden çalanları Yüce Divana gindereceğiz.
08860	Hasip Kaplan	Dağlarına bahar gelmiş memleketimin haberin var mı taş duvar? inadına inadına özgürlük;kelepçeleri kırmak için daha güçlü çalışmaya devam.

Kaplan yukarıdaki gönderilerinde iktidarla süren mücadeleyi, genel olarak politik konjonktürü ve bağımsız milletvekillerinin siyasi görüşlerini ve yol haritasını özetleyen çoklu tweetler üretmiştir (08847-08860). Çoklu tweet yapısı olduğundan, “çadır müdahaleleri”, “KCK tutuklamaları”, genel olarak Kürt sorunu olarak algılayabileceğimiz konulara değinmektedir. Bu gönderilerin Hasip Kaplan’ın yaklaşımını ve görüşlerini yansıtan içeriklere sahip olduğu söylenebilir. Bağımsız demokratik blok’a Türkiye’deki “tek bağımsız, demokratik alternatif” olarak değinen Kaplan, ayrıca “adalet”, “özgürlük”, yargı eşitliği”, “eşit, özgür yurttaş”, “insan hakları”, “özgür birey, örgütlü toplum”, “cumhuriyet”, “demokrasi”, “özgürlük”, “emek” kavramlarını öne çıkarmaktadır. Gönderilerde çok sayıda imla hatası dikkat çekmektedir. Bağımsız adaylar tarafından özellikle yürüyüşlerin düzenlenmeye başlayacağı 30 Nisan tarihi yaklaştığından, Kaplan ideolojilerini ve siyasi yaklaşımlarını tanımlayan kavram setiyle metni kurgulamıştır. Genel olarak, bu gönderiler komşu ülkelerle ilişkileri, iç politikayı, iktidarın zaafalarını ve Kürt sorununu ele alan işlevsel bağa da sahiptir.

“çadırları, heykelleri yıkılan, muhalefeti susturulmaya çalışılan Türkiye, Başbakanın Cumhurbaşkanlığı hayallerinin bitmesi, gerçek demokratik alternatif "bağımsız demokratik blok", partileri kapatan,siyasetçileri kelepçeyen, medyayı susturan,yargıyı eşitliği,adaleti,özgürlüğü yok eden zorbalık, Devletin bütçesini seçim için peşkeş çeken, koruma ordusuyla gezen, halkın içine çıkamayan korkakların zalim iktidarı, Esat zalim ve katliamcılarının,can dostları, Yüzde bir mutlu azınlık, inadına inadına özgürlük; kelepçeleri kırmak için daha güçlü çalışmaya devam” gibi kelimeler yukarıda belirtilen ideoloji ve yaklaşımı ortaya çıkarmaktadır. “Zalim ve zorba iktidar” seslenişiyle iktidara sataşan, ithamda bulunan, ağır eleştirel üslubuyla dikkat çeken Kaplan, bağımsız adayları tek demokratik alternatif olarak sunmakta; bağımsız adayların adaletin, eşitliğin ve özgürlüğün bekçisi olacaklarını vaad etmektedir. Bu anlamda iddialarını güçlendirmek adına, Irak’ta yıkılan iktidara benzer tablonun Suriye’de de yaşanacağını, kendi siyasi görüşlerini yaşanır kılmak için çok çalışacaklarının teminatını vermektedir.

Çoklu tweetle (08861-08873 numaralı tweet) çılgın projeye, GAP projesine, işsizliğe, yolsuzluğa, darbelere, AKP adaylarına ve yıkılan heykele değinen Kaplan, bu kez takipçilerinden birine de yanıt amaçlı ardı ardına iki tweet atmıştır. Gündemde yer alan AKP’nin çılgın proje basın açıklaması dışında yukarıda belirtilen konulara da değinilmiştir. “Bölgesel ayrımcılık”, “Kürt sorunu”, “işsizlik”, “yolsuzluk”, “ekonomik dengesizlik”, “sivil

anayasa”, “katılım”, “barış, kardeşlik, demokrasi projesi”, “vesayet rejimi (muhtıracı, darbeci, 12 eylül savunucuları”, “farklı dinler, diller, kültürler (çoğul etnik ve dini kimlikler)” gönderme yapılan kavramlardır.

AKP'nin çılgın projesini sanal gündem olarak değerlendiren Kaplan, ancak barış ve demokrasi projesinin ciddiye alınması gerektiğini savunmaktadır. Kendisinin ve diğer bağımsız adayların çılgın projenin basın açıklamasıyla bu mecrada çok fazla ilgilenmemesi ve kayıtsız kalması bu nedenle olabilir. Onun yerine AKP hükümetinin “adalet”, “eşitlik”, “özgürlük”, “demokrasi” ve “bölgesel kalkınma (GAP projesi zaafiyeti)” bağlamındaki zayıflığını savunup, kendi adaylarını, ideolojilerini ve gündemlerini öne çıkarmayı hedeflemektedir. Bu anlamda mecrayı işlevsel kullandığı söylenebilir. Bunun yanında sık sık kullandığı Şırnak'taki bahar referansı (08873) bölgenin coğrafyasına dayanarak “birlikte yaşarlık” ve “daha huzurlu, barışçıl” günlerin yakında olduğunu anlatmayı amaçlamaktadır.

“Devlet en büyük hırsız, Uçakları, topları,gazları,bombaları halka kullananların hala taş ve gaz edebiyatı, çözerek yeni sivil bir anayasa, halka rağmen Çılgın Proje, Diktatör, halka rağmen halk, yakanların, yıkanlar, farklılıklara tahammül edemeyenler, muhtıracı, darbeci, 12 eylülcü savunucular” gibi kelime seçimleri konu çeşitliliğine ve eleştirel dile işaret etmektedir. “Halka rağmen halk”, “diktatör rejimi” gibi sözcüklerle AKP iktidarını eleştiren Kaplan, işsizlik, yolsuzluk, ekonomik dengesizlik, demokrasi ve Kürt sorununda herhangi bir ilerleme kaydedilemediğini eklemektedir. AKP hükümetini eleştiren ve kötüleyen bir üslup sahibi Kaplan, aynı zamanda “devlet”i hırsız olarak göstererek, devletle hükümetin özdeş olduğunu ima etmektedir. Bunu yaparken de GAP projesini kanıt olarak göstermektedir. AKP hükümetini, adaylarını ve çılgın projeyi tümünden hiçe saymakta ve kötülemektedir. Bunun yanında kendi programlarını ve Çalışkan beldesindeki açılışı, bir fotoğrafla belgelemekte ve böylece retoriğindeki inandırıcılığı artırmayı amaçlamaktadır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
10554	Hulki Cevizoğlu	@Erol_Kose Hayır.Atatürk darbe yapmak isteyenlere "Ben halkla gideceğim" demiştir.Benim İŞGAL VE DİRENİŞ adlı kitabıma bakabilirsiniz
10556	Hulki Cevizoğlu	Bugünkü makalem: DİYEMEDİKLERİ VE DEDİKLERİ

		http://www.cevizkabugu.com.tr/yazilar.asp?procid=360
10557	Hulki Cevizoğlu	FLAŞ GELİŞME...SONUNDA "ERGENEKON ŞÜPHELİSİ" OLDUK. http://www.cevizkabugu.com.tr/gundem.asp?procid=180
10560	Hulki Cevizoğlu	@MuratDundar0735 İlahi tesadüf.Gündüz düşünmüştüm.Çılgın kanalın ucu Silivri'ye bağlanacaktı.Derin kazılırsa ucu özgürlüğe açılır,diye.
10561	Hulki Cevizoğlu	Geçmiş olsun dileğinde bulunan,bu olayın övünç madalyası olduğunu,hatta MV. adaylığımla ilgisini kuran tüm dostlara topluca tşk.ediyorum.
10562	Hulki Cevizoğlu	@Cemil_Sahinoez Nisan 1 değil tabii. Ama Mayıs 1 benim yaşgünüm.Bu pazar:))

Cevizoğlu, çılgın proje, bağımsız adaylığı ve Ergenekon şüphelisi olmasıyla ilgili konuları tweetleriyle dile getirmektedir. İki tweetinde kendi TV programının web sayfasına bağlantı vermekte (10556-7), üç tweetinde de (10554, 10560, 10562) takipçilerine yanıt vermektedir. “Halkçılık”, “özgürlük”, “adalet”, “insan hakları” kavramlarına gönderme yapan Cevizoğlu, “Silivri şüphelisi olmasını” milletvekili adaylığıyla ilişkilendirenlere teşekkür etmektedir. Burada “Silivri” sözcüğü Ergenekon terör örgütü üyesi olmakla suçlanarak yargılananların tutuklu kaldıkları hapisaneye gönderme yapmakta, metonomi ilişkisi kurulmuş olmaktadır. Cevizoğlu, Atatürk’ün halkçılık ilkesine gönderme yapmakta, kendi TV programının web sitesi bağlantılarıyla kendi pozisyonunu ve benzeri düşünceleri ortaya koymaktadır. Çılgın proje için açılan kanal derin kazılırsa, Silivri’dekileri özgürlüğe kavuşturacağı tasavvuru ve kendisinin Ergenekon terror örgütü üyesi şüphelisi olmasını milletvekili adaylığına bağlayarak, mecrayı işlevsel olarak kullandığını kanıtlamaktadır. “İşgal ve direniş”, “Ben halkla gideceğim”, “Diyemedikleri ve dedikleri”, “Ergenekon şüphelisi”, “ilahi tesadüf” gönderilerde dikkat çeken kelimelerdir. İronik bir üslupla Ergenekon terror örgütü üyesi şüphelisi olmasına övünç kaynağı olarak bakan Cevizoğlu, Atatürk’le ilgili pozitif söylemlerini sürdürmektedir. 1 Mayıs’taki yaşgününü de paylaşarak, takipçileriyle samimi ve yakın bir ilişki kurmaktadır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
-----------------------	---------------------	--------------

10856	Özgür Akın	Dünyanın ilk 20 ekonomisine baktığımızda bu ülkelerin GSMH'lerinin ortalamada %2,5'u kadar BT'ye yatırım yapıyorlar.Bizde ise %1'i geçmiyor.
10857	Özgür Akın	Twitter artık Türkçe...
10858	Özgür Akın	Twitter Artık Türkçe... Bizi dikkate almakta biraz geciktiler... Çalışmalarımız karşılık buluyor...
10859	Özgür Akın	Bizim için 2100 çok geç. Hedefimiz 2015 veteknoloji.com/iste-21008217d...
10860	Özgür Akın	Twitter Türkçe ; Aynı dili kullananlar değil, aynı duyguları paylaşanlar daha iyi anlaşılır. (Hz. Mevlana)

Özgür Akın, yukarıdaki gönderilerinde Türkiye ekonomisinde bilişim teknolojilerine ayrılan pay, hedefleri ve Twitter'ın Türkçe versiyonunun çıkmasıyla ilgili görüşlerini paylaşmaktadır. 2015 hedefleriyle ilgili bir web bağlantısı paylaşmaktadır. Bilişim teknolojilerine verilen önemle hedeflerini buluşturan Akın, 2015 itibariyle Türkiye'nin bilişim alanındaki hedeflerine ulaşması gerektiğini öne sürmektedir. Bunun yanında Twitter Türkçe sürümüyle ilgili olumlu görüşlerini paylaşarak, bu konudaki çalışmalarının daha yeni dikkate alındığını belirtmektedir. “Teknoloji”, “yatırım”, “tek dil”, “hedef 2015” öne çıkan kavramlardır.

Bilişim konularına özenle eğildiğini Twitter'ın Türkçe sürümüyle ilgili çalışmalarıyla vurgulayan Akın, hedefleri için de 2015 yılını vererek biran önce Türkiye'yi ilk 20'de görme amacını belirtmektedir. “Dünyanın ilk 20 ekonomisi”, “Twitter artık Türkçe”, “2100 çok geç, hedefimiz 2015”, “aynı dili kullananlar”, “aynı duyguları paylaşanlar” gönderilerde dikkat çeken kelimelerdir. Türkiye'nin ilerlemesini bilişim teknolojileri konusunda gelişmesine bağlayan Akın, bunun kısa süre içinde gerçekleşmesi gerektiğini, istatistiki ispatlarıyla savunmaktadır. Aynı zamanda Twitter'ın Türkçe versiyonuyla ilgili çalışmalar yapmış olmalarına karşın, aynı dili kullananların değil, aynı duyguları paylaşanların anlaşacağını belirten Hz.Mevlana'dan bir özlü söz paylaşarak (10860) “çift dillilik” ve farklı etnik kimlikler konusundaki görüşlerini ortaya koymaktadır.

29 Nisan 2011

Aynur Bayram'ın bu tarihteki gönderileri adaylığı, siyasi hedefleri ve dünya görüşüyle ilgili attığı çoklu tweetlerden oluşan içeriklere sahiptir (06990-07022 numaralı tweetler). MHP seçim gezisiyle ilgili herhangi bir içerik bu gönderilerde yer almamaktadır. Genel olarak, bağımsız adayların diğer partilerin kampanyalarıyla ilgili olarak kayıtsız kaldıkları ya da en fazla işlevsel olarak kendi avantajları için kullandıkları görülmüştür. “Yasaksız Türkiye”, “kimlikler (etnik, özellikle dini...), “başörtüsü sorunu”, “gençlik politikaları”, “hak ve haklar”, “azınlık hakları”, “dezavantajlılara yönelik haklar” Bayram'ın gönderilerinde dile getirilen kavramlardır.

Özellikle ihmal edilen ve siyasi gündemde genel olarak yer verilmeyen konular olan gençlik politikaları, engellilere yönelik haklar ve başörtüsü sorununu kendini de içine koyarak işleyen Bayram, özdeşlik kurabildiği için bu konulardaki boşluğu ortaya çıkarmayı tercih etmiştir. Bu bağlamda mecrayı kampanyasının işlevsel bir aracı olarak kullandığını söyleyebiliriz. Bunun yanında CHP'nin düzenlediği sergi de dini açıdan kendi deyimiyile belli inanca sahip olanları ötekileştiren yapıda olduğundan onunla ilgili eleştirilerini de, “farklı kimliklere karşı toleranslı olma” beklentisi kapsamında yapmaktadır. Aynı zamanda geçmişte yaşanan Merve Kavakçı olayına, başörtülü milletvekillerine örnek olarak bir web bağlantısıyla gönderme yapmaktadır. “Başörtülü Vekil Adayı”, ”sade bir vatandaşın uğradığı haksızlık, yaşadığı mağduriyet”, “Zulme sessiz kalmak”, “insanların dua ve enerjileri”, kadın düşmanlığıyla islam düşmanlığını en mükemmel şekilde sentezleyen bir meclis” gönderilerinde dikkat çeken ifadelerdir. “Mağduriyet ve yaşanan zulüm” gibi kelimelerle geçmiş iktidarların politikalarını ağır bir biçimde eleştiren Bayram, bunu örneklerle desteklemektedir. Bunun yanısıra, halktan alacağı güce sürekli değinen ve bu güçle aday olduğunu, seçildiğinde azınlık haklarını bu biçimde koruyacağını da dile getirmektedir. Farklı kimliklere yönelik izlenmesi gereken politikayı da somut bir biçimde gazeteci ve başörtülü genç kadın kimliğiyle ortaya dökmektedir.

Tweet Numarası	Hesap Sahibi	Tweet
08890	Hasip Kaplan	günaydın rojbaş Türkiye,umudun seçeneğin var.
08891	Hasip Kaplan	YGS de Şırnak,Hakkari,Ardahan yine sonuncu sırada.Bu kader değil zulümdür.gerici,özel,ticari,şifreli

		eğitim sistemi ile YGS yı kaldıracadıız.
08892	Hasip Kaplan	AKP operasyonları sürüyor,yine çatışma,ölüm.Demokratik çözüm yerine savaşı çatışmayı tercih edenler asla kazanmayacak,halk hesabını soracak.
08893	Hasip Kaplan	Nükleer santral-Kanal projesi yanyana,Trakya kıyıları,Istranca RTEnin en yakınları tarafından hazineden kiralanıyor,tapulanıyor,talan altında
08894	Hasip Kaplan	Savaş ve talan daima beraber yürür.Karaburun,Kıyıköy,İğneada sahil şeridi "yeşil haşema turizm" stratejisi kapsamında,adım adım satışta
08895	Hasip Kaplan	2023 turizm stratajesinda Kültür ve Turizm Bakanlığı resmi projesinde İğneada-Kıyıköy eko-turizm bölgeziydi.Şimdi kanal ve nükleer bölge+
08896	Hasip Kaplan	Aynı bölgede iki 2023 stratejisi bu ne çelişki,bu ne cüret bu ne aymazlık.Bakan mı başbakan mı doğru?yalancıyı Longoz ormanları çarpar sizi,
08897	Hasip Kaplan	Aynı bölgede iki 2023 stratejisi bu ne çelişki,bu ne cüret bu ne aymazlık.Bakan mı başbakan mı doğru?yalancıyı Longoz ormanları çarpsın.
08898	Hasip Kaplan	Her ile Üniversite açan hükümet,YGS sınavında neden sürekli sonuncu sırada yer alan illere kontenjan açarak pozitif davrnaz.
08899	Hasip Kaplan	İstanbul trafiğini çözemeyen AKP boğaz trafiğini kanalla çözeceğini sanıyorsa aldanıyor.1936 Montrö sözleşmesi ile boğaz beleş değil mi?

Kaplan, yukarıdaki gönderilerinde AKP'nin çılgın projesiyle ilgili görüşlerini ve Yükseköğretime Geçiş Sınavı (YGS) ile ilgili yorumlarını aktarmaktadır. 27 Nisan'da gündemde olan çılgın proje basın açıklamasından 2 gün sonra projeye ilgili görüşlerini aktarmaktadır. "2023 stratejisi", "imar talanı", "YGS'de sonuncu illere pozitif ayrımcılık" dikkat çeken kavramlardır. 2023 turizm stratejisinde eko-turizm bölgesi olarak adlandırılan

İğneada-Kıyıköy projesinin nasıl olup da çılgın proje kapsamına dahil edildiğini, yörenin kanal ve nükleer santral üretimine nasıl açıldığını sorgulayan Kaplan, Montreaux Sözleşmesine¹⁴⁸ göre Boğaz geçişlerinin serbest olmasına da gönderme yapmaktadır. YGS sınavındaki yolsuzlukla birlikte bölgesel anlamda yaşanan dezavantaja da dikkat çeken Kaplan, bu anlamda pozitif ayrımcılık uygulamasını talep etmektedir. Gündemdeki olayları kendi siyasi görüşüne göre değerlendiren Kaplan, mecrayı oldukça işlevsel kullanmaktadır. Tüm bunlara rağmen Türkiye'nin umudu, seçeneği olduğunu belirterek, bir anlamda takipçilerine ve seçmenlerine çağrıda bulunmaktadır.

“Bu kader değil zulümdür”, “gerici,özel,ticari,şifreli eğitim sistemi”, “Savaş ve talan daima beraber”, “yeşil haşema turizm” stratejisi, “bu ne çelişki,bu ne cüret bu ne aymazlık”, “yalancıyı Longoz ormanları çarpsın” dikkat çeken kelimelerdir. İktidarın politikalarına ve icraatlerine yönelik ağır suçlayıcı tavır sergilemektedir.

YGS’de bölgede yaşanan başarısızlığın haksızlık olduğunu düşünen Kaplan, bunun “kader değil zulüm” olduğunu belirterek bu haksızlığın düzeltilmesi gerektiğini savunmaktadır. Bunun yanında çılgın proje için açılması planlanan kanalın yaratacağı ekolojik tahribata dikkat çekerek, bunun Ortadoğu’dan turist çekmeye yönelik bir turizm stratejisi olduğunu, bunun gerçek bir aymazlık ve talanla eşdeğer olduğunu belirtmektedir. İktidarı aymazlık, cüretkarlık ve talanla itham etmektedir. Eleştirel üslubu diğer tweetlerinde olduğu gibi burada da devam etmektedir.

Kaplan’ın diğer tweetleri, çılgın proje dışında bölgede yaşanan çatışmalara, anadil tartışmasına, KCK duruşmalarına ve darbe hukukuna dikkat çeken çoklu tweet yapısındadır (08902-08917). Yukarıdaki konulara değinen tweetlerin bir kısmı görüşlerini belirtmeye yönelik atılmıştır, bir kısmı ise takipçileri mention edilerek yazıldığından, mecrayı etkileşim amacıyla kullanmasının göstergesi olarak değerlendirilebilir. İçeriğe bakıldığında “çift dillilik”, “demokratik hak ve özgürlükler”, “anadil tartışması”, “sivil itaatsizlik”, “Kürt

¹⁴⁸ “**Montrö Boğazlar Sözleşmesi**, Türkiye boğazlarından (Çanakkale ve İstanbul) geçiş rejimini ve boğazlar bölgesinin güvenliği işlerini düzenleyen sözleşmedir. 1923'te Lozan Antlaşması ile birlikte imzalanan Boğazlar Sözleşmesinin yerine geçmiştir”
(http://tr.wikipedia.org/wiki/Montr%C3%B6_Bo%C4%9Fazlar_S%C3%B6zle%C5%9Fmesi adresinden 27 Mart 2013 tarihinde erişilmiştir.)

sorunu”, “adalet”, “insan hakları”, “darbe hukuku”, “militer anlayış” kavramlarına işaret ettiği söylenebilir.

Bölgede yapılan operasyonlara karşı tepkisiz kalan iktidar ve muhalafet partilerini suçlayan Kaplan, bu durumda mücadelenin devam edeceğini ve bu mücadelenin anadil, KCK tutuklamaları ve seçim barajına da yönelik olduğunu belirtmektedir. Özellikle adaletin işlememesini bu partilere yansıyan derin darbe hukukuna bağlayan Kaplan, bu sorunların acilen çözülmesi gerektiğini söylemekte; bunun için de kendi çevresindeki sempatizanlarını ve seçmenlerini de eyleme çağırmaktadır. Gönderilerinde “ayıba, utança, zulme ortak olmayın ses verin”, “operasyon, gaz bombası, ölümler baskı zulüm, halkı koyunmu sanırsınız?”, “suç işleyen AKP”, “Hükümet MGK laştı”, “demokratik hak ve özgürlüklere "insan hakları maskesi" diyen militer ceberrut bir anlayış=AKP”, "hukuk bitti", “darbe hukuku ve derin yapılanması” kelimeleri dikkat çekmektedir. Bu söylem pratiğiyle baskı ve zulümle suçlanan AKP, bu kez ek olarak, insan haklarını ve hukuku hiçe sayan, siyasallaştıran, hatta darbe hukukuna devam eden ve militer ceberrut devlet anlayışıyla da suçlanmaktadır. İtham içeren üslupla birlikte, sorgulayıcı tavrıyla gönderiler sataşma eğilimi de göstermektedir. Aynı zamanda sempatizanları ve seçmenleri ses vermeye ve eyleme çağırmaktadır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
12215	Sebahat Tuncel	Başbakan "çılgın proje"yle gündemi değiştirmeye çalışıyor. Kürt sorununu artık görmezden gelemez hala cenazeler geliyor. Operasyonlar
12216	Sebahat Tuncel	devam ediyor. Operasyonlar bir önce durdurulmalı. 900 kişi göz altına alındı. Siyasi operasyonlar giderek artıyor.

Tuncel’in tweetleri, çılgın proje ve siyasi operasyonlara yönelik ikili tweet yapısındadır. MHP mitingine yönelik herhangi bir içerik görülmemekle birlikte, çılgın proje ve operasyonların da sıcak gündem olduğu söylenebilir. “Kürt sorunu”, “KCK tutuklamaları” ve “siyasi operasyonlar” gönderme yapılan kavramlardır. Tuncel, çılgın projeye Başbakan’ın gündemi değiştirmeye çalıştığına işaret ederek, operasyonlar nedeniyle hala bölgede ölümler olduğunu, 900 kişinin göz altına alındığını ve hem siyasi, hem askeri operasyonların sona ermesi gerektiğini ifade etmektedir. “cenazeler geliyor”, “siyasi operasyonlar” sözcükleriyle Tuncel

askeri operasyonlar sonucu bölgede yaşamını kaybedenlere ve siyasi operasyonlarla tutuklanana işaret etmektedir. Çılgın projenin stratejik önemi olduğuna dikkat çeken Tuncel, net bir biçimde siyasi ve askeri operasyonların acilen durdurulması gerektiğini belirtmektedir. Gönderiler net ve kararlı bir üsluba sahiptir.

1 Mayıs 2011

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
00244	Gülten Kışanak	Başbakan "Birlik beraberlik cimide olur" diyor. Peki camiye tekçiliği, inkarı, ayrımcılığı devlet sokmadı mı? Neden camide Kürtçe yasak.
00245	Gülten Kışanak	Hak yolunu göstermekle görevli olan imamlar, askerden emir alır mı? İmamın ne yapacağına MGK'de mi karar verilir?
00246	Gülten Kışanak	MGK'nin emir ve talimatlarını yerine getirmekle görevli kişilerin ardında saf tutulur mu?
00247	Gülten Kışanak	1 mayıs tüm emekçilerin, ezilenlerin, hak arayanların birlik, dayanışma, mücadele günü olarak görkenmi bir şekilde kutlandı Biji yek gulan!
00248	Gülten Kışanak	Taksim'deki fotoğraf, türkiye'nin geleceğinin fotoğrafı olarak okunmalı. Bu ülkenin tüm farklılıkları kendi renkleriyle Taksimde buluştu.
00249	Gülten Kışanak	Emek, özgürlük ve demokrasi bloğu olarak Taksimdeki tabloyu TBMM'ye taşıyarak, sorunlarımızı çözebiliriz. Çare ezilenlerin birliğinde.

Gülten Kışanak'ın gönderileri, MGK'nın görev tanımını aşması, anadil sorunu, Kürtçe hutbe okunmasıyla ve 1 Mayıs İşçi Bayramıyla ilgilidir. 1 Mayıs'ta İşçi Bayramının yanı sıra, gönderilerinde MGK müdahalesine ve anadil sorununa dikkat çekerek Kışanak alternatif gündem yaratmayı amaçlamaktadır.

Kürtçe'yle ilgili talepler, KCK tutuklamaları, Kürtçe hutbe okunması gibi konuları dile getirmek için 1 Mayıs'ın uygun zamanlama olduğunu düşünen Kışanak, Taksim'de yaşanan tablonun TBMM'ye taşınmasıyla sorunların çözülebileceğini savunmaktadır. Bu anlamda gönderilerde hem nedensel hem de işlevsel ilişki kurduğu söylenebilir. Bu anlamda “emek, özgürlük ve demokrasi bloğu”na da gönderme yapmaktadır. "Birlik beraberlik camide olur", “tekçiliği, inkarı, ayrımcılığı devlet sokmadı mı?”, “askerden emir alan imam”, “İmamın ne yapacağına MGK'de mi karar verilir?”, “Biji yek gulan”, “tüm farklılıkları, kendi renkleri”, ezilenlerin birliği” hem Kürtçe içeren hem de şematik yapıda sözü geçen kavramlara gönderme yapan kelimelerdir. Kışanak, Başbakan'ın birlik, beraberliğin camide olduğuna yönelik yorumuna, çarenin ezilenlerin birliğinde olduğunu düşündüğünü belirterek karşılık vermektedir. İmamların ne yapacağına MGK'nın karar vermesine de, MGK'dan emir alanların ardında saf tutulamayacağına yönelik eleştiride bulunarak karşılık vermektedir. Gönderiler net, kendinden emin, devlete ve hükümete yönelik eleştirel bir üslupla yazılmıştır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
08120	Ertuğrul Kürkçü	Mersin'deki 1 Mayıs Mitinginde kucaklaştığımız Türk, Kürt ve Arap halklarından emekçilere teşekkür ediyorum.
08121	Ertuğrul Kürkçü	Miting içinde miting yaşatan, kürsüden Dev-Genç genel başkanı şahsında mücadele geleneğimizi sahiplenen emekçilere selam olsun.
08122	Ertuğrul Kürkçü	Bugün yüzbinlerin dolduğu tüm mücadele meydanlarının sesinin yankısı, taleplerinin sahibi, temsilcileri değil vekilleri olmak için yoldayız.
08123	Ertuğrul Kürkçü	Biji yek gulan.
08125	Ertuğrul Kürkçü	Emek, özgürlük ve demokrasi bloğu olarak Taksimdeki tabloyu TBMM'ye taşıyarak, sorunlarımızı çözebiliriz. Çare ezilenlerin birliğinde.
08126	Ertuğrul Kürkçü	Taksim'deki fotoğraf, türkiye'nin geleceğinin fotoğrafı olarak okunmalı. Bu ülkenin tüm farklılıkları kendi renkleriyle Taksimde buluştu.
08127	Ertuğrul Kürkçü	1 mayıs tüm emekçilerin, ezilenlerin, hak arayanların

		birlik, dayanışma, mücadele günü olarak görkenmi bir şekilde kutlandı Biji yek gulan!
--	--	---

Ertuğrul Kürkçü'nün gönderileri 1 Mayıs kutlamalarıyla ilgilidir. Özellikle son üç tweetin (08125-7) Kışanak'ın tweetleriyle birebir aynı kelimelerden oluşması dikkat çekicidir. Belli ki *Emek, Özgürlük ve Demokrasi Bloğu* olarak standart mesajlar üzerinde karar verilmiştir. Bunun dışında Türk, Kürt ve Arap halklarından emekçilere teşekkür ederek, “farklı etnik kimliklere”, blok olarak verdikleri önemi vurgulamaktadır. “Mücadele meydanları” sözcüğüyle kast edilen sivil itaatsizlik eylemleri ve Kürt sorununun demokratik çözümü için bloğun sunduğu diğer alternatiflerdir. “Biji yek gulan (Yaşasın 1 Mayıs!)”la Kürtçe içerik üretilmekte, tekrarlanan diğer üç tweetteyse “çift dillilik”, “birlikte yaşarlık”, “emek, özgürlük, demokrasi bloğu”, “ayrımcılık”, “tekçi anlayışa eleştirel yaklaşım”, “hak ve haklar”, “dayanışma” kavramları öne çıkmaktadır.

Türk, Kürt ve Arap halklarından söz ederek etnik aidiyete verdiği önemi belirten Kürkçü; bunun yanısıra emekçilere selam ederken Dev-Genç genel başkanını da unutmamıştır. Böylece sosyalist bellek de üretilmiştir. Kürkçü de Kışanak gibi Taksim'de 1 Mayıs'ta yaşanan tablonun TBMM'ye taşınması durumunda sorunların çözüleceğini belirtmiştir. “Barış”, “özgürlük”, “demokrasi” kavramlarının kullanılması bu bağlamda göze çarpmaktadır.

“tüm mücadele meydanlarının sesinin yankısı, taleplerinin sahibi, temsilcileri değil vekilleri olmak”, “Çare ezilenlerin birliğinde”, “türkiye'nin geleceğinin fotoğrafı”, “ülkenin tüm farklılıkları kendi renkleriyle Taksimde”, “emekçilerin, ezilenlerin, hak arayanların birlik, dayanışma, mücadele günü” gibi kelimeler Kürkçü'nün ve parçası olduğu Bloğun 1 Mayıs bağlamındaki görüşlerini ve vekil olmaya dair yargılarının diğer adaylardan farklı olduğunu göstermektedir. Onlar, “mücadele meydanlarının sesinin yankısı, taleplerin sahibi” değil “vekili” olmak istemektedir. Farklı etnik kimliğe sahip halklara olan duyarlılığını ve milletvekilliğinin saygın tanımıyla ilgili görüşlerini paylaştığı bu tweetlerde Kürkçü, birlik, beraberlik, dayanışma yanında mücadelenin devam ettiğine dair de mesajlar vermektedir. Ayrıca dolaylı olarak diğer parti adaylarının milletvekilliğinin içini doldurmadığını da vurgulayarak onların temel zihniyetlerini eleştirmektedir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
09981	Muhlis Altuncuoğlu	http://www.muhtlisaltuncuoğlu.com/index.php?option=com_content&view=article&id=309:209-garibime-gitmemesi-mi-gerekıyor-&catid=37:guncel

Bağımsız aday Muhlis Altuncuoğlu, bu tweet aracılığıyla ayrımcılık, asimilasyon, üniter devlet ve laiklik üzerine görüşlerini paylaştığı bir yazısına web bağlantısı vermiştir. Altuncuoğlu, 1 Mayıs İşçi Bayramı'nda Kürtler'e karşı ayrımcılık ve asimilasyon politikası izlenmediğini iddia eden, üniter devleti savunan, bunu da neo-Osmanlılık etiketiyle sunan yazısının bağlantısını paylaşmaktadır. “Alt kimlik- üst kimlik”, “soykırım”, “Ayrımcılık”, “Türk-kürt ayrımı”, “asimilasyon”, “gelişim ve değişim”, “PKK terörü”, “demokrasi”, “sömürgecilik”, “cumhuriyet”, “Kürtçe”, “laiklik”, “bölünmez, üniter devlet” yazıda değinilen kavramlardır. DTP Genel Başkanı Ahmet Türk'ün sık sık televizyonlarda konuştuğunu belirten Altuncuoğlu, toprak isteyen zihniyetin değişip artık belli haklar peşinde koştuğunu iddia etmektedir. PKK'nın değiştiğini, dönüştüğünü ve demokratik çözüme yakın olduğunu savunan Ahmet Türk'ü adeta yalancı çıkarmak adına, ayrılıkçı terör gücü olduğunu vurgulamaya çalışıyor. Ayrıca Kürtçe konusunda Osmanlı hükümlerini örnek veren Altuncuoğlu, bu anlamda Kürt toplulukların herhangi bir baskı yaşamadığını ispatlama yoluna gitmektedir. Son olarak “laiklik, bölünmez bütünlük ve üniter devlet” idealinin bölgede Kürtçe konuşulmasına herhangi bir engel teşkil etmediğini vurgulamaktadır.

“Türk-Kürt ayrımı”, “Demokrasiyi sadece kendi demokrasileri olarak görenler ve algılayanlar”, “Kürt meselesinde çözüm yolunda niyet”, “çözüm süreci çok basamaklı bir merdiven”, “ bizler güçlüyken bile mazlum olabilen ecdadın torunlarıyız”, “PKK değişti, değişmek zorunda kaldı”, “sömürgecilik”, “asimilasyon”, “medeni görünümlü canavar” gibi söylemsel pratiklerle üniter devlet ve bölünmez bütünlük adına çözüme ulaşılabileceğini ancak bunun belli bir süre alacağını vurgulamaktadır. Neo-Osmanlı, yani kökenini Osmanlı politikalarından ve hoşgörülü hükümlerinden alan bir ideolojiyle Kürt sorununun aslında var olmadığını, demokratik çözümün aslında uzak olmadığını, laiklik ve bölünmezliğin esas olduğunu vurgulayan ve Kürt asıllı milletvekilleri başta olmak üzere farklı etnik kökene sahip yurttaşların argümanlarını geçersiz kılmaya yönelik demeç niteliğinde bir yazıdır. Dolayısıyla “anayasal yurttaşlık” söylemini de bu gönderiyle yok saymaktadır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
10570	Hulki Cevizoğlu	SORGUDA NELER OLDU? http://www.cevizkabugu.com.tr/yazilar.asp?procid=361
10571	Hulki Cevizoğlu	1 Mayıs (işçinin emekçinin bayramı) kutlu olsun. Meydanlardaki güç, özgürlük ve demokrasinin teminatı olsun.
10572	Hulki Cevizoğlu	SORGU NOTLARI.. http://cevizkabugu.com.tr/yazilar.asp?procid=361

Cevizoğlu'nun yukarıdaki gönderileri, Ergenekon terör örgütü üyesi sorgulamasına alınmasıyla ilgili ele aldığı yazıya ("Ankara Atatürkçüsüne sahip çıkacak mı?" başlıklı) web bağlantısı vermesiyle ve 1 Mayıs kutlama mesajıyla ilgilidir. Cevizoğlu, Ergenekon terör örgütü şüphelisi olarak sorgulanmasının asıl nedeninin misyonerlik okuluyla ilgili programları ve kitapları olduğunu belirten ve sorgulamanın altında yatan kişileri de ortaya çıkardığı bir yazı kaleme almıştır. Bu yazıyı Twitter'da paylaşarak seçmenleriyle ve takipçileriyle nasıl aklandığını kendi dilinden, kendi gazeteci üslubuyla paylaşmaktadır. "Atatürkçülük", "terör", "misyonerlik", "Ergenekon" bağımsız milletvekillerinin seçim öncesi üzerinde durduğu ve gündemde yerini alan kavramlardır. Kutlama mesajı kapsamında ise "işçi, emekçi", meydanlardaki güç", "özgürlük" ve "demokrasi" kavramları yer almaktadır.

Özellikle 1 Mayıs'ın doğum günü olması nedeniyle kişisel sorgulamasını okurları seçmenleri ve takipçileriyle paylaşan Cevizoğlu, aynı zamanda, işçinin, emekçinin, bayramını kutlamaktadır. Bu anlamda özgürlük ve demokrasinin özellikle hüküm sürmesi ve tartışmasız kabulünü gerektiren bir günde Ergenekon şüphelisi olarak sorgulanmasının ne kadar aykırı bir tutum olduğunu sergilemeyi amaçlamaktadır. "Terör örgütü şüphelisi", "terör şüphelisi", "at gözlüğü", "inanç turizmi", "misyonerlik", "dinamit" dikkat çeken ve Ergenekon soruşturmasına yönelik eleştiri içeren kelimelerdir. Samimi, akıcı ve inandırıcı bir üslupla kendi yaptığı ve katıldığı programlara referans vererek kaleme aldığı bu metni, ikinci bir tweetle bu kez "Nasıl sorgulandım?" şeklinde tanıtarak takipçilerine göndermiştir. Eleştirel üslubu, aynı zamanda esprilerine de yer verdiğinden ve Başbakan'a tüm samimi ve ironik tavrıyla "Başbakan'ın kulakları çınlasın" diyerek dile getirdiği için oldukça etkileyicidir.

28 Mayıs 2011

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
07388	Aynur Bayram	@kirahmet Ben bağımsız bağlantısız olarak bu yola çıktım, davam hak davasıdır. Hep öyle kalacak.
07389	Aynur Bayram	@kirahmet "Birbirinizi sevmedikçe iman etmiş olmazsınız", "Birbirinizi tanıyın diye sizi farklı milletlere ve kavimlere ayırdık" şiarımdır.
07390	Aynur Bayram	http://www.ankarahaber06.com/haber/599-ankara39da-aynur-bayram-ruzgari-devam-ediyor.html
07391	Aynur Bayram	Abdi Ipekçi Parkı'nda her hafta düzenlenen İnanç Özgürlüğü Platformu'nun basın açıklamasına katılıyorum.
07392	Aynur Bayram	Seçim ofisimize dönüyoruz. Trafikte ışıklarda beklerken mikrofonu elimizden alıp anonsumuzu tekrarlıyor insanlar. Gözleri ışıltı ışıltı.
07393	Aynur Bayram	Seçim minibüsümüz Pursaklar'da dolaşırken, biz de hanımlarla beraber Ulus Kale esnafını ziyarete gidiyoruz.
07394	Aynur Bayram	RT @kadem: @AynurBayramgztc Millet'in meclisine girmemize son 15 gün...ha gayret....
07395	Aynur Bayram	@SerhatEbubekir @kadem O zaman sizin düşüncenize göre muhafazakar tabana hitap eden partiler kapatılmalı ve bir tek parti mi kalmalıdır?
07396	Aynur Bayram	Değerli meslektaşım Beyhan Mutlu'nun geçirdiği trafik kazası sonucu hayatını kaybetmiş olduğunu büyük bir üzüntüyle öğrenmiş bulunuyorum.
07397	Aynur Bayram	Kendisine Allah'tan rahmet, yakınlarına başsağlığı ve sabır diliyorum: http://yenisafak.com.tr/Gundem/?i=321508
07398	Aynur Bayram	@SerhatEbubekir Ak Parti sanki İslam tarihinin başından beri kurulu bir parti gibi konuşuyorsunuz. Benim davam partiler üstü bir meseledir.
07399	Aynur Bayram	BEST FM'de katılmış olduğum program kaydı: http://www.youtube.com/watch?v=rxZdM7D9NSA

07400	Aynur Bayram	Seçim günü sandıklarda gözlemci olmak isteyen destekçilerim lütfen aynurzeynep.bayram@gmail.com mesaj atsin. Yönlendirme yapacağız.
07401	Aynur Bayram	İnanç Özgürlüğü Platformu'nun basın açıklamasındaydık bugün: http://www.facebook.com/video/video.php?v=118623471554504
07402	Aynur Bayram	@ozcanerdem DM açılmadı bilgisayarımda. İrtibat numaranızı aynurzeynep.bayram@gmail.com atarsanız sizi arayayım.
07403	Aynur Bayram	@ozcanerdem Cevap yazdım. Teşekkürler. Hayırlı akşamlar.

Aynur Bayram, kişisel seçim kampanyası dışında özellikle başörtülü kadınlar ve diğer dezavantajlı yurttaşlar için sürdürdüğü mücadeleyi, katıldığı program bağlantılarıyla, ilgili basın haberleri ve basın açıklamalarıyla destekleyerek yürütmüştür. Bunun yanında yaptığı seçim ziyaretlerini de an be an paylaşmıştır. CHP İzmir Mitingi'nin basın gündemine yansıdığı 28 Mayıs günü, Bayram kişisel kampanyasına yer veren tweetler atmıştır. “İman”, “farklı millet ve kavimler (etnik kimlikler)”, “inanç özgürlüğü”, “insan hakları”, “anayasal yurttaşlık” birebir sözünü ettiği ya da gönderme yaptığı kavramlardır. Özellikle paylaştığı web bağlantıları ile sürekli olarak nerede olduğuna dair seçmenlerine ve takipçilerine bilgi vermesi, mecrayı işlevsel olarak kullandığının işaretidir.

Başörtülü yurttaşları savunmanın yanı sıra, kampanyasında diğer dezavantajlı yurttaşlara yönelik de içerik üretmiş, böylece gönderilerinde nedensellik bağı kurmuştur. Özellikle paylaştığı web bağlantıları ile nerede olduğuna dair seçmenlerine ve takipçilerine bilgi vermesi, vefat eden meslektaşının ailesine başsağlığı dilemesi mecrayı işlevsel olarak kullandığının işaretidir. “Bağlantısız olarak yola çıkmak”, “davam hak davası”, “milletin meclisi”, “partiler üstü mesele” gönderilerinde dikkat çeken kelimelerdir. Bayram, bağımsız milletvekili olduğunu ispat etme amacıyla, davasının partiler üstü bir hak meselesi olduğunu, Meclisin milletin Meclisi olduğunu sıklıkla vurgulamaktadır. Bu anlamda gönderilerde millet kavramına verilen özel önem de dikkat çekicidir. Net ve samimi bir üslupla gönderi yazan Bayram, aynı zamanda seçmenlerinin tepkisini de “ışıl ışıl gözlerle sloganlarını

paylaştıklarını” belirterek paylaşmaktadır. Bayram gönderilerinde çeşitli web bağlantılarıyla retorik düzleminde inandırıcılığını artırmayı hedeflemiştir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
09369	Hasip Kaplan	Gunaydin rojbas http://twitpic.com/53fory
09370	Hasip Kaplan	NTV yi izledim meydanın sesi görüntülerinde 3 parti vardı,bağımsız adaylara dair tek görüntü yoktu neden...!
09371	Hasip Kaplan	Başbakanın dolduramadığı meydanı Şırnak'ta gençler şölende doldurmuştu,haber değeri yok galiba,ulusal medyada tek satır ara ki bulasın.
09372	Hasip Kaplan	Zırhlı araç akreple,ilkogretim okuluna gidip üç 6.sınıf öğrencisini okuldan gözaltına alındı,tepki? yok neden.
09373	Hasip Kaplan	Suriye muhaliflerini Antalya'da bir araya getirmek isteyen AKP hükümeti,yandaş bir yönetim çabası içinde artık,katılanları izleyin.
09374	Hasip Kaplan	iktidarda şımaranlara,sandıkta halkın şamarı iyi gelir.
09375	Hasip Kaplan	Başbakan 12 haziran seçimlerinde pirus zaferi peşinde,en başta AKP kaybedecek.Yeni bir anayasanın toplumsal sözleşme tabanı yokediliyor.

Kaplan, Şırnak'ta düzenlenen şölene katıldığını paylaştığı fotoğrafla belirterek, ulusal medyada yer alan görüntülere, bölgede yaşanan sorunlara, Suriye'dek çatışmalara ve anayasa konusuna değinen tweetler atmıştır. Ulusal medyada, spesifik olarak *NTV*'de Meclisteki üç partinin meydana çekilen görüntülerinin yer aldığını, bağımsız adaylara yer verilmediğini gönderilerde vurgulamıştır. Üç öğrencinin gözaltına alınmasına herhangi bir tepki olmamasına anlam veremediğini dile getirmiştir. Ayrıca gönderilerinde Suriyeli muhalifleri bir araya getiren AKP'yi eleştirmekte; yeni anayasanın toplumsal sözleşme tabanını yok ettiğini iddia etmektedir. “Seçimler”, “sivil anayasa”, “toplumsal sözleşme”, “tabandan yükselen fikirler”, “halk iradesi” en fazla gönderme yaptığı kavramlardır.

Kaplan'ın bu tweetleri miting döneminde paylaşmasının nedeni, bağımsız adayların da miting, şölen ve halkla buluşma etkinliklerinin eş zamanlı olması ve ulusal medyanın yanlı

tavrını ortaya çıkarmak istemesidir. Ayrıca Şırnak'ta yaşanan gözültüne yönelik tepki olmamasını eleştirmesi, yine merkezi yönetimden herhangi bir açıklama gelmemesinden dolayıcıdır. Bunun yanında özellikle Şırnak'ta gençlerin mitinge yoğun ilgisi olmasına rağmen bunun basın tarafından yok sayılması, Kaplan'ın içerlediği bir başka noktadır. Suriye konusunda AKP'nin hatalı olduğunu düşündüğünden, AKP yönetiminin bunun karşılığını sandıkta oy kaybıyla göreceğini iddia etmektedir.

“Haber değeri”, “ulusal medyada tek satır”, “yandaş bir yönetim çabası”, “iktidarda şımaranlara, sandıkta halkın şamarı”, “pirus zaferi”, “Yeni bir anayasanın toplumsal sözleşme tabanı” gönderilerinde dikkat çeken kelimelerdir. AKP'ye yönelik ciddi eleştirel üslup takınan Kaplan, kendinden emin bir şekilde seçimlerde AKP yönetiminin hezimete uğrayacağına dair ipuçları vermektedir. “Pirus zaferi” metaforundan kasıt, zafer kazanan tarafın bir daha zafer kazanamayacak kadar bitap düştüğünü anlatmaktır. Ayrıca Kaplan gönderilerinde halkın bu yönetimle yeni bir sivil anayasa girişiminde bulunamayacağını, toplumsal sözleşme tabanının yok edildiğini iddia etmektedir. Kaplan, diğer tweetlerinde ve çoklu tweetlerinde olduğu gibi, gittiği yerleri ve bulunduğu mekanları görselle destekleyerek takipçileri ve seçmenleriyle paylaşmaktadır. Ayrıca “neden” biçiminde kullandığı soru zamiri ile de, seçmenlerini mevcut yönetimi sorgulamaya davet etmektedir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
10666	Hulki Cevizoğlu	Sandığa sahip çıkılmalı diyorduk, B.Tanla açıklamış: 10 milyonluk kuşku lu seçmen artışı var!..
10667	Hulki Cevizoğlu	@esahin_ 2007'deki deneyimlerim sonucu rakam söylemiyorum.Slogan şu: Ben vermezsem 1 oy eksik olur, seçilemez, düşüncesiyle oy verin.
10668	Hulki Cevizoğlu	YARIN SAAT 11.00'DE ULUSAL KANAL'DA KURTUL ALTUĞ'UN "POLİTİKANIN NABZI" PROGRAMINDA OLACAĞIM.
10669	Hulki Cevizoğlu	Programda Şahin Mengü de olacak.

Cevizoğlu, seçmen sayısındaki kuşku lu artışla ilgili yorumlarını da paylaşarak, seçmenlerini oy vermeye ve ulusal kanalda yer alacağı programı izlemeye çağırılmaktadır. Duyuru niteliğinde tweetler attığı da söylenebilir. Özellikle kaç oya ihtiyacı olduğunu soran bir

takipçisine, net sayı vermeyen ama ona verdiği yanıt aracılığıyla tüm seçmenlerini oy vermeye çağıran Cevizoğlu, seçmen sayısına ve seçimlere gönderme yapmaktadır. 2007'deki seçimlerde tahminlerinin doğru çıkmadığına yönelik yorum da yapmaktadır. Cevizoğlu'nun diğer mecralarda yapılan açıklamalara yönelik tweet paylaşması ve seçim tahminlerine yönelik yorum yapması mecrayı işlevsel kullandığının bir işareti olarak kabul edilebilir. Televizyon programında yer alacağını da duyurarak oy toplamayı hedeflemektedir. Cevizoğlu'nun gönderilerinde kesin, net, rakamlarla desteklenen gazeteci üslubu devam etmektedir.

31 Mayıs 2011

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
07436	Aynur Bayram	Sivil Anayasa hakkında: http://www.facebook.com/video/video.php?v=119201988163319
07437	Aynur Bayram	Radyo reklamımız hazır. Arifan Radyo'da çalmaya başladı: http://www.youtube.com/watch?v=KruDzZ6Wfgg
07438	Aynur Bayram	Türkiye'nin seçilebilecek tek başörtülü adayı @aynurbayramgztc http://www.youtube.com/watch?v=KruDzZ6Wfgg @yildarado @mehmetbaransu
07439	Aynur Bayram	Radyo reklamımız: http://www.youtube.com/watch?v=KruDzZ6Wfgg Destek olmak isteyen arkadaşlar facebook listelerinde paylaşabilir.
07440	Aynur Bayram	Vicdan, Cesaret, Sebat. Türkiye'deki pek çok sorunun çözüm reçetesi...

Televizyonda yayımlanan program ve radyoda yayımlanan kişisel kampanya reklamının web bağlantılarını paylaşan Bayram, kendi adaylığını “Türkiye'nin seçilebilecek tek başörtülü adayı” olarak takipçilerine ve seçmenlerine duyurmaktadır. “sivil anayasa”, “başörtüsü sorunu”, “yasaksız Türkiye”, “hak ve haklar”, “kimlikler” en çok gönderme yaptığı kavramlardır. Yer yer pasif, yer yer aktif ve üçüncü tekil, birinci çoğul şahıs cümleler

bulunmaktadır. Daha çok web bağlantılarını öne çıkarmaya yönelik Bayram, gönderilerinde kısa tanıtım cümlelerini tercih etmektedir.

Sivil anayasada başörtülü ve dezavantajlı yurttaşlara yönelik yasakları önlemeye yönelik politikayı hedeflediğinden, bu fikirlerini ardı ardına paylaşmaktadır. Bunun yanısıra Yıldırım Oğur ve Mehmet Baransu'nun da isimlerini mention ederek destek toplamayı amaçlamaktadır. Ek olarak seçmenlerine radyo reklam klibini kendi Facebook listelerinde paylaşmaları için çağrı yapmakta, böylece Facebook ve Twitter'ı etkileşimli ve işlevsel bir şekilde kullanmaktadır.

“sivil anayasa”, “yasaksız Türkiye”, “vicdan, cesaret, sebat” gönderilerinde en çok dikkat çeken kelimelerdir. Duyuru niteliğinde kısa spot tanıtım cümleleri kuran Bayram, bağlantılarını paylaştığı görsellerin gereken desteği toplamak için yeterli olduğunu düşünmektedir. Ancak 07440 numaralı tweetinde özellikle paylaştığı sıfatların mevcut yönetimde bulunmayan özellikler olduğunu iddia etmekte ve böylece bu kavramları çözüm reçetesi olarak sunarak vurgulamaktadır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
08359	Ertuğrul Kürkçü	Ertuğrul Kürkçü Kolektifi, Ortak Sesimiz Ortak Sözümler Gazetesi'ni çıkardı. http://wp.me/p1umki-xo
08360	Ertuğrul Kürkçü	5 Haziran'da Metropol Miting Alanı'nda düzenlenecek Barış ve Kardeşlik Mitingi'ne davetlisiniz. http://wp.me/p1umki-xs
08362	Ertuğrul Kürkçü	AKP'NİN KATİL SÜRÜLERİ ARKADAŞIMIZI KATLETTİ HESABINI SORACAĞIZ http://www.odp.org.tr/genel/bizden_detay.php?kod=2770
08363	Ertuğrul Kürkçü	Hopa'daki cinayetin sorumluları cezalandırılincaya kadar pesini bırakmayacağız
08364	Ertuğrul Kürkçü	Ertuğrul Kürkçü: Barış için 40 yıl daha beklemeyeceğiz http://wp.me/p1umki-xx
08365	Ertuğrul Kürkçü	@magemin haydi oradan... Secilmek sart mi cinayetin hesabini sormak icin. Sen suca ortak oluyorsan senden de

		sorarız...
--	--	------------

Kürkçü, kişisel seçim kampanyasını Özgürlük, Barış ve Demokrasi bloğu kapsamında seçmenlerine duyurma amaçlı tweetlerin yanısıra, Hopa’da Metin Lokumcu’nun ölümüyle sonuçlanan HES protestolarını konu alan tweetler de atmıştır. Ertuğrul Kürkçü kolektif olarak çıkardıkları gazeteyi, mitingi, hedeflerini ve Hopa olaylarını açıklarken, web bağlantılarıyla gönderilerini desteklemektedir. “ortak ses, ortak söz”, “barış ve kardeşlik”, “özgürlük, demokrasi”, “sivil anayasa”, “bölgesel özerklik”, “polis devleti”, “ayrımcılık” gibi kavramlara sık gönderme yapmaktadır. Mersin’de farklı etnik kimliğe sahip birçok yurttaşa seslenen Kürkçü, barış ve kardeşliğe ulaşmada tek yolun üyesi olduğu blok olduğunu sürekli tekrarlamaktadır.

Kürkçü, barış ve kardeşlikten söz ederken Hopa’da gerçekleşen protestolar sırasında Metin Lokumcu’nun öldürülmesinin ifade ettiği anlamı iyi kavrayıp, bu konuyla ilgili yorumlarını paylaşmaktadır. Takipçilerinden birinin cinayetin hesabını sormak için önce seçilmesi gerektiğini hatırlatması üzerine, suçlu her kim olursa olsun hesap sorabileceklerini ifade eden Kürkçü, Hopa olayları konusunda tavrının kesin ve net olduğunu belirtmektedir. “AKP’nin katil sürüleri”, “arkadaşımızı katletti”, “Hopa’daki cinayetin sorumluları”, “suça ortak olma” gönderilerinde dikkat çeken kelimelerdir. Bu söylemsel pratikler, Hopa’da yaşamını kaybeden Lokumcu’nun “AKP’nin katil sürüleri” tarafından katledildiğini ve bunun bir cinayet olduğunu iddia eden kelimelerdir. Gönderiler, AKP yönetimini ciddi anlamda eleştiren, suçlu olduklarına dair ithamda bulunan ve AKP’yi zan altında bırakan kesin ve net üslupla yazılmıştır.

Yine 31 Mayıs tarihinde Kaplan’ın attığı tweetler, kendi kişisel seçim kampanyasını duyurmaya ve bazı ayrıntıları hatırlatmaya, ayrıca diğer liderlerin seçim kampanyasını eleştirmeye yönelik yer yer çoklu, yer yer takipçilerin yorumlarına yönelik yanıtları, yer yer kişisel yorumları içeren tekli tweetlerdir (09403-09422 numaralı tweet)). Diğer partilerin kampanyalarına ya da mitinglerine yönelik herhangi bir içerik üretimi bulunmamaktadır. “Çift dillilik”, “anadil”, “Kürt sorunu”, “terör”, “yandaş medya”, “kimlikler”, “birlik, bölünmezlik”, “azınlık hakları”, ayrımcılık”, “resmi dil ve eğitim”, “inanç özgürlüğü”, “asimilasyon”, “resmi ideoloji” kavramlarına sıklıkla gönderme yapılmaktadır. Kaplan, anadilde eğitim, basın ahlakı, yandaş medya, çoğul kültürler, dinler, kimlikler, mezhep sorunu

ve genel olarak Kürt sorunu konusuna değinen içerikle, diğer partilerin seçim kampanyaları sırasında bu sorunlara dikkat çekmeye çalışmaktadır.

“Köyköy dolaşan AKP Valilerini izleyin, seçim suçu işliyorlar”, “Diyarbakırda Kürtçü,Kayseride Türkçü,Konyada İslamcı,İzmirde solcu ,İstanbulda Şcı,dışarda ABD'liEIKaide+Taliban+Hizbullah sarmalı parti=AKP”, “Anadil,şarkılar,halaylar,kültür,tarih,kimlik,insanca yaşamak ne zamandır "terörist", "tek dil demedim", "b...luyorum", “Korkmayın,diller,şarkılar,halaylar ülkeyi bölmez” gönderilerde dikkat çeken kelimelerdir. Özellikle AKP hükümetine yönelik ağır eleştiriler, hatta küfür de içeren tweetlerin yanısıra, gönderiler BDP'nin ideolojisinin temelini oluşturan kavramları da öne çıkaran bir yaklaşım içermektedir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
10679	Hulki Cevizoğlu	@feelings60 Bizim politikacılar bu aralar Diyarbakır'ı ele geçirmeye :)) çalıştıkları için giden adalarımızla uğraşamıyorlar.
10682	Hulki Cevizoğlu	Bir sosyolog tv'de yorum yapıyor.Bir tek taksi şoförü referansı olmuş.Sonuç:Bunca okumanın sonu taksi şoförünün eğitimine eşitleniyor!
10683	Hulki Cevizoğlu	Yarınki yazım: "Günümüzün Putu... BÜYÜK SİYASET YALANI" http://www.cevizkabugu.com.tr/yazilar.asp?procid=371
10684	Hulki Cevizoğlu	Ordu konuşmasınsa sen konuş Kılıçdaroğlu! http://www.cevizkabugu.com.tr/yazilar.asp?procid=371
10687	Hulki Cevizoğlu	İlk kez muvazzaf bir orgeneral tutuklanmış...Hayaldi...,gerçek oldu....

Yukarıdaki gönderiler, iktidarın Kürt sorununa yaklaşımını eleştirmekte, asker, iktidar, siyaset üçgenine ilişkin değerlendirmeler yapılmakta ve konuyla ilgili web bağlantılarını içermektedir. Cevizoğlu, eğitim, siyaset, asker hükümlerliği, iktidar politikaları ve Kürt sorunu bağlamında her zamanki eleştirel üslubuyla kısa yorumlarını ve web yazılarını paylaşmaktadır. *Ceviz Kabuğu* adlı haber portalındaki yazısında seçimlere yönelik oyların

bölünmemesiyle ilgili CHP'nin oy toplama telkinlerini koca bir yalan olarak nitelendirmektedir. “Eğitimde eşitlik”, “putperestlik”, “demokrasi”, “balyoz darbe planı” gönderme yapılan kavramlardır. Seçimlerin yapılmasına 12 gün kala AKP ve CHP icraatlarını ve kampanya taktiklerini eleştirmeye, hatta yalanlamaya yönelik içerik paylaşmanın yanısıra, Balyoz darbe planına, eğitim eşitliğine ve Kürt sorunu dahilinde bölgesel hakimiyet sorununa da gönderilerinde değinmektedir.

“Günümüzün putu”, “putperestlik”, “siyasal put”, “kara propaganda”, “demokrasiye ihanet”, “ordu konuşmasın sen konuş, Kılıçdaroğlu!”, “mağduriyet psikolojisi”, “yargının siyasallaşması” gönderilerinde dikkat çeken, AKP ve CHP'nin politikalarına karşı takındığı tavrı açıkça ortaya koyan kelimelerdir. AKP ve CHP'nin seçim taktiklerine yönelik ciddi ve istatistiklere dayalı eleştiriler sunan, hatta yalanlayan Cevizoğlu, gönderilerinde “Adalar yerine yönetimin Diyarbakır'ı elinde tutmaya çalıştığını” belirterek ironik bir üslup ta kullanmaktadır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
12227	Sebahat Tuncel	Seçim sürecindeki bu kaçınıcı ölüm...Biz bu ölümlerin nerede olursa olsun, baskılar kime karşı yapılırsa yapılınsın biz bunun önünde duracağız.

Tuncel yukarıdaki gönderilerinde Hopa olaylarında Metin Lokumcu'nun ölümüne değinmektedir. Burada “insan hakları”, “yaşam hakkı” ve “eşitlik” kavramlarına gönderme yapmaktadır. Tuncel, seçim sürecindeki ölüm sayısını vurgulayarak, iktidar tarafından yapılan baskının ve hataların farkında olduklarını ve buna karşı mücadeleyi destekleyeceklerini belirtmektedir. “Bu kaçınıcı ölüm”, “bunun önünde durmak” dikkat çeken ifadelerdir. Net bir üsluba sahip olan Tuncel'in dili sorgulayıcı ve kınayıcıdır.

1 Haziran 2011

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
07443	Aynur Bayram	Yeşim Erdoğan'a teşekkürlerimle: http://www.taraf.com.tr/haber/sus-be-kadin-simdi-sirasi-mi.htm

07444	Aynur Bayram	Yıldız Ramazanoğlu'na teşekkürlerimle: http://www.ozgundurus.com/Yazar/Yildiz-Ramazanoğlu/Emel-Topcunun-Anlami--.php
07445	Aynur Bayram	Sayın Emel Topçu ile Hilal Kaplan Hanım'ın TVNET'te sunduğu Muhafif programında bir aradaydık en son.
07446	Aynur Bayram	Keşke temsilde adaleti baltalayan seçim barajı gibi uygulamalar olmasa da Topçu gibi nitelikli kadınlarımız mecliste yer alsalar...
07447	Aynur Bayram	4 yıl daha bu zulme sessiz kalmayın. Başörtümüz engellere takılmasın. Pusulanın sonunda "EVET" Bağımsız Aday AYNUR BAYRAM'a.
07448	Aynur Bayram	Yasaksız bir Türkiye için çıktık yola. Bölünmeyeceğiz, birleşeceğiz. Artık Yeter! http://www.youtube.com/watch?v=KruDzZ6Wfgg
07452	Aynur Bayram	Sayın Yeşim Erdoğan'ın hakkımda kaleme aldığı yazısı: http://www.taraf.com.tr/haber/sus-be-kadin-simdi-sirasi-mi.htm
07453	Aynur Bayram	"Aynur Bayram adaylığını öyle soyut bir ahlaki-felsefi zeminde haklılaştırma çabasına girmeden yalın bir gerçeği yüzümüze vuruyor.
07454	Aynur Bayram	Ayakta duramayacak kadar bitkin olduğundan bir beyaza yer vermek istemeyen Rosa Parks'la özünde aynı şeyi söylüyor.
07455	Aynur Bayram	Uğramış olduğu ayrımcılıktan yorulduğunu, sarı basın kartına rağmen Meclis'e alınmadığını ve bunu duyuracak bir merci bulamadığını..."
07456	Aynur Bayram	@kenaninceli Müslüman mağdura kimlik sormaz. Sadece başörtüsü için değil, sessizlerin sesi olacağım için oy istiyorum.
07458	Aynur Bayram	@NuhDeryaKaplan Ama artık bunun biz başörtülülerini oyalamak için bir bahane olduğunu düşünüyorum. Artık zamanı geldi, buna siz de inanın.

07459	Aynur Bayram	@sinirucu Hesabımı Allah'a, diyetimi millete ödeyeceğim.
07460	Aynur Bayram	@kenaninceli Kim olursa olsun iş hayatında ve toplum hayatında vatandaşlık haklarının gasp edilmesine, can güvenliğinin olmamasına karşıyım.
07462	Aynur Bayram	Boğaziçi Üniversitesinin mezuniyet töreninde başörtülü öğrencilere bone takma zorunluluğunu ben de kınıyorum... #nasilsamöylemezunolurum
07463	Aynur Bayram	Ankara Milli Türk Talebe Birliği ziyaretime geldi. http://twitpic.com/55ibav
07464	Aynur Bayram	@mfcinoglu Bir dostun hediyesi, elinde fotoğraf makinesi koşan Aynur Bayram karikatürü.

Haziran ayına gelindiğinde, Aynur Bayram, başörtülü gazeteci kimliğiyle milletvekili adaylığını öne çıkaran kampanyasını tweetler, bir-iki çoklu tweet, ilgili yazıların ve görsellerin web bağlantılarını paylaşarak sürdürmüştür. Gönderilerinde, AKP'nin Diyarbakır mitingiyle ilgili herhangi bir içeriğe rastlanmazken, Bayram başörtüsü sorununu yine işlemektedir. “Kürt sorunu”, “yurttaş hakları”, “yaşam hakkı”, “başörtüsü”, “kimlikler”, “ırk ayrımı”, “adalet”, “hukuk” sıklıkla gönderme yapılan kavramlardır. Bayram, kitlelere hitap eder şekilde başörtüsü sorunuyla ilgili kendi görüşlerini, aday olan diğer başörtülü kadınlarla ilgili olumlu yorumlarını, kendisiyle ilgili yazılan haberin en can alıcı bölümlerini ve yine kampanyasının reklam klibini, dikkat çeken görselleri (örneğin, elinde fotoğraf makinesi koşan Aynur Bayram vs.) tweet formatında paylaşmaktadır. Seçmenlerine duyurularını da bu mecradan yapan Bayram, Boğaziçi Üniversitesi'nin mezuniyet töreninde başörtülülere bone takma zorunluluğunu da takip etmiş ve kınayarak hashtag'le paylaşmıştır. Mecrayı işlevsel kullandığı kesindir.

“Temsilde adaleti baltalayan seçim barajı”, “zulme sessiz kalmayın”, “Rosa Parks'la özünde aynı şeyi söylemek”, “sessizlerin sesi”, “Hesabımı Allah'a, diyetimi millete” dikkat çeken söylemsel pratikler olup, Bayram'ın dindar ancak AKP karşıtı, ayrımcılığın ve başörtüsü sorununun çözülmesi için mücadele eden bir aday olduğunu ortaya koymaktadır. Açık, net ve kınadığı politikaları doğrudan belirten, iktidarı zulüm yapmakla itham eden bir üslubu vardır. Bayram gazeteci kimliğini ve yaklaşımını her fırsatta açıkça ortaya koymaktadır.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
08367	Ertuğrul Kürkçü	Seçim kampanyası hız kesmiyor http://wp.me/p1umki-xV
08368	Ertuğrul Kürkçü	Mersinliler Ertuğrul Kürkçü Diyor http://youtu.be/NUzQ-EmoAGM
08369	Ertuğrul Kürkçü	Çocuklar da Ertuğrul Kürkçü Diyor http://youtu.be/LHhCc3ETYaw
08370	Ertuğrul Kürkçü	@Unsal_Yay haydi oradan akilsiz.

Kürkçü yukarıda görüldüğü üzere kişisel seçim kampanyasını adım adım seçmenleriyle paylaşmakta, duyuru niteliğinde, sosyal medyadan ve haber sitelerinden bağlantılar da ekleyerek tweetler atmaktadır. “Sivil anayasa”, “Çoğulculuk”, “dine ve etnik kimliğe dayalı olmayan yurttaş politikası”, “hak ve haklar”, “demokratik cumhuriyet”, “demokratik özerklik”, “emek”, “demokrasi”, “özgürlük” sık sık gönderme yaptığı kavramlardır.

Seçimlere 10 gün kala Mersinliler’in nabzını tutan ve kendi politik duruşunu açıklayan bağlantıları paylaşan Kürkçü, mecrayı sade, akıcı ve işlevsel biçimde kullanmaktadır. “Haydi oradan akılsız”, “yurttaşlık tanımında siyasi kriz”, “yurttaşlık ve suç/suçluluk ilişkisi” Kürkçü’nün özellikle yurttaşlık tanımı konusunda Türkiye’de süregelen politikanın ve anlayışın ne kadar yanlış olduğunu düşündüğünü açığa vuran kelimelerdir. Kürkçü’nün bir takipçisiyle de ağız dalaşına girdiği görülmüştür. Kürkçü’nün genel olarak diğer tweetlerinde de görülen tarzı devam etmektedir. Kesin, net, bağlantılarla açıklayıcı, yeri geldiğinde eleştirel, sert ve kimi zaman küfür olarak da değerlendirilebilecek bir üslubu vardır.

4 Haziran 2011

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
07504	Aynur Bayram	Başörtüsü Meclis'e yalnızca Ankara'dan girebilir http://yenisafak.com.tr/Yazarlar/?i=27659&y=ResulTosun
07506	Aynur Bayram	Kazanamasada galiptir bu yolda mağlup misali; bana göre seçimin galibi Aynur Bayram. Kazanmasını da yürekten

		diliyorum.
07507	Aynur Bayram	@fatmalpa leyla zananın yaptığı açıklama başörtüsüne yüklediğimiz anlamı hiçe sayan provakasyondur. samimi bulmuyorum.seçime 1 hafta kala +
07508	Aynur Bayram	@fatmalpa yaptığı bu açıklama başörtüsü üzerinden oy avcılığına yapmasıdır hayırlı geceler size

Yukarıdaki gönderiler, başörtüsü sorunu üzerine Aynur Bayram tarafından atılan tweetlerdir. Son iki tweet birbirini izler ve takipçilerden birisinin sorusunu yanıtlar niteliktedir. Resul Tosun tarafından yazılan “Başörtüsü meclise yalnız Ankara’dan girebilir” başlıklı *Yeni Şafak*’da yer alan yazının bağlantısı da verilmiştir. Seçimlere 1 hafta kala başörtüsü sorununa odaklanan diğer adaylar karşısında fark yaratmak için, ki bunların başında Leyla Zana gelmektedir, Bayram, aile imajını ve gerçek başörtülü konumunu kullanarak destek toplamayı amaçlamaktadır. Resul Tosun’un yazısında ve Bayram’ın tweetlerinde gönderme yapılan kavramlar, “Başörtüsü”, “kürt sorunu”, “özgürlük”, “haklar”, “engeller”, “dezavantajlı kesimler”, “aile”, “gelenek” kavramlarıdır.

Bayram’ın, özellikle Leyla Zana’nın yaptığı açıklama sonrası, seçimlere kısa süre kala kendi bakış açısını yansıtan tweetler atması yerinde ve anlaşılır görünmektedir. Ayrıca verdiği bağlantıyla ve takipçisiyle yazışmasını görüş bildirimi için kullanması da mecraı işlevsel kullandığını göstermektedir. “Başörtüsü Meclise Ankara’dan girebilir”, “yüklenen anlamı hiçe sayan provokasyon”, “başörtüsü üzerinden oy avcılığı”, söylemsel pratikleriyle kendi seçim bölgesini öne çıkartan ve Leyla Zana gibi kendisiyle başörtüsü konusunda farklı görüşe sahip adayların oy kazanma amaçlı provokasyon yaptıklarına dair iddiasını güçlendirmektedir. Bu gönderiler de net, kesin ve eleştirel üsluba sahiptir. Gazete yazısıyla iddiasını güçlendirmekte ve yalnız bireyleri değil, aileleri de kendisine oy vermeye çağırılmaktadır. AKP’nin ideolojisiyle örtüşen aile kavramının popülist olduğunun ve kitlesel kabul gördüğünün farkındadır.

6 Haziran 2011

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
10968	Özgür Akın	İlk Türk seyir füzesi! http://bit.ly/mL3f8M
10969	Özgür Akın	16 Senedir söylüyorum artık bekleyecek vaktimiz yok Acilen "Bilim ve Teknoloji Bakanlığı" kurulmalıdır....
10970	Özgür Akın	Türkiye'nin "Bilim ve Teknoloji Bakanlığı" kurulmalıdır. 16 senedir söylüyorum, Kaybedecek vaktimiz yok. Acilen harekete geçilmelidir.

Özgür Akın, her zamanki ilgi alanı olan bilim ve teknoloji alanında hedeflerini, özellikle en cazip kılacak şekilde yeni haberlerle donatmakta ve “Bilim ve Teknoloji Bakanlığı” kurulması konusundaki idealini yukarıdaki gönderilerde tekrarlamaktadır. Mecrayı içerik ve üslup bakımından en tutarlı kullanan adaylardandır. Tabii bilim ve teknoloji politikaları dışındaki görüşlerini duymak isteyen yurttaşlara yönelik herhangi bir içerik sunmaması ayrı bir tartışma konusudur. Mecranın siyasi bir aday tarafından oldukça özgül, sadece belli bir ilgi ve uzmanlık alanına yönelik kullanım örneğidir.

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
11817	Tuncay Özkan	Seçimlerde Tuncay Özkan'a oy verebilmek için bir vatandaşımızın İngiltere'den Türkiye'ye geleceğini biliyor muydunuz?
11818	Tuncay Özkan	Amacım 4 yıl içinde Kadıköy Büyükşehir Kentinin kurulması,
11819	Tuncay Özkan	Anadolu Yakası'ndaki 300 bin işsizimize iş sağlanması, kentsel refahın iki katına çıkarılması,
11820	Tuncay Özkan	Eğitim kurumlarının bölgesel egemenliğini 10 katına çıkarmak ve Kadıköy'ün sanat ve kültür başkenti olmasını sağlamaktır.
11821	Tuncay Özkan	Ne yazık ki Özel yetkili mahkeme uygulamaları nedeniyle 32 aydır tutukluluk cezası çekiyorum.
11822	Tuncay Özkan	12 Haziran'da yapılacak seçimde hiçbir hak ve hukuk

		gözetilmeden
11823	Tuncay Özkan	bağımsız milletvekili adaylığımla ilgili bir şey yapamadan seçmenlerime ulaşmam engellenerek son beş güne girmiş bulunuyoruz.
11824	Tuncay Özkan	Mecliste göreve başladığımda ilk yapacağım teklif İstanbul Anadolu yakasının, İstanbul'dan ayrı,
11825	Tuncay Özkan	Kadıköy adıyla büyükşehir statüsüne kavuşması için yani yeni bir kent olarak tanınması için meclis başkanlığına yasa teklifi vereceğim.
11826	Tuncay Özkan	Kadıköy ilinin sınırlarına Gebze'nin de dahil edilmesini isteyeceğim. Bu Anadolu yakasının hakkıdır.
11827	Tuncay Özkan	İstanbul Anadolu yakasındaki 300 bin işsiz yurttaşımızın iş sahibi olması için
11828	Tuncay Özkan	geliştirdiğimiz bir projenin yürürlüğüyle ilgili yasa teklifinin hemen gündeme getireceğim.
11829	Tuncay Özkan	Bu projemizle iki yıl içinde Anadolu yakasında işsiz kalmaması ve bölgenin refahını iki katına çıkartılmasını amaçlıyorum.
11830	Tuncay Özkan	İstanbul Anadolu Yakası'nın eğitimde Türkiye'nin başkenti olmasını sağlayacak yasa teklifimi bunların ardından gündeme taşıyacağım.
11831	Tuncay Özkan	Amacım dört yıl içinde Kadıköy Büyükşehir Kenti'nin kurulması, 300 bin işsizimize iş sağlanması, kentsel refahın iki katına çıkartılması,
11832	Tuncay Özkan	eğitim kurumlarının bölgesel egemenliğini 10 katına çıkarmak ve Kadıköy'ün sanat ve kültür başkenti olmasını sağlamaktır.

Tuncay Özkan, seçimlere 2 gün kala aday olduğu Kadıköy ilçesi için hedeflerini çoklu tweetlerle sıralamakta, adeta “halka sesleniş” şeklinde bir konuşma üslubuyla seçmenlerine hitap etmektedir. Özellikle işsizlik, emek, kentsel refah ve hukuki reform konuları üzerinde

durduğu görülmektedir. Üslup net, konuşma diline yakın, birincil tekil şahıs zamirinin egemen olduğu, anlaşılır biçimdedir.

11 Haziran 2011

<u>Tweet Numarası</u>	<u>Hesap Sahibi</u>	<u>Tweet</u>
07748	Aynur Bayram	"Tohum saç, bitmezse toprak utansın! Hedefe varmayan mızrak utansın! Hey gidi küheylan, koşmana bak sen! Çatlarsan, doğuran kısrağın utansın!
07751	Aynur Bayram	@AynurBayramgztc Oyumuz olamasa da gönlümüz ve dualarımız sizinle aynur hanım inş seçilirsiniz ve başörtülü vekil ayıbımız tarih olur
07752	Aynur Bayram	Son olarak Ankara 2.bölgenin dindar ya da özgürlükçü ne olursa olsun sağduyulu seçmenini @AynurBayramgztc 'ı desteklemeye davet ediyorum.
07754	Aynur Bayram	@AynurBayramgztc Allah yolunuzu açık etsin,bu seçimde Ankara 2.bölgede ikamet etmek isterdim.umarım oradaki seçmenler yeterince duyarlıdır
07756	Aynur Bayram	@AynurBayramgztc Yarın oy verirken Merve K. kürsüye ulaşmasın diye tepinen, alkış tutan, çirkinleşen zevat gelecek gözümün önüne...
07758	Aynur Bayram	Bğmz. Başörtülü Aynur Bayram seçilmeli. İcazetsiz, bir başına, dişıyla tırnağıyla ve halk desteğiyle. Gerçek bir zafer olacak, çok anlamlı
07759	Aynur Bayram	Kazan'da yemek molası. Şimdi istikamet Kızılcahamam. http://twitpic.com/5a0e0q
07761	Aynur Bayram	Aynur Bayram'dan pornoyu öven profesöre tepki haberx.com/aynur_bayramda...
07762	Aynur Bayram	Siz bizim sesimiz oldunuz, Allah razı olsun :) "@AynurBayramgztc: Aynur Bayram'dan pornoyu öven profesöre tepki haberx.com/aynur_bayramda... "

07766	Aynur Bayram	Mevki Kurtboğazi barajı. İnşallah başörtüsü barajını da aşacağız. http://twitpic.com/5a2w8n
07767	Aynur Bayram	@AynurBayramgztc Ankarada yaşamadğm için size oy verip destek olamasamda duam siznle, inş. meclisin gerçek temsilcisi kimmiş göstereceksnz
07769	Aynur Bayram	@MeltemGurler Başarılar diliyorum Meltem Hanım. İnşallah 13 Haziran TBMM'de daha çok sayıda kadın milletvekilini görmeyi diliyorum.
07770	Aynur Bayram	@AynurBayramgztc o kadinlarin icinde sizi de gorebilmeyi cok isterim, insallah Ankaralilar bunu basarir.
07771	Aynur Bayram	@AynurBayramgztc istanbuldan genel seçimlerde ilk kez oy kullanmama saatler kala tek düşündüğüm şey Ankarada olsaydım size oy verecek olmam
07772	Aynur Bayram	Seçim Kurulu Başkanını kınıyoruz: Görevli Başörtülü Öğretmenleri kovmuş @hilal_kaplan @eucak @emin_ekmen @AynurBayramgztc @smcoskun
07773	Aynur Bayram	RT @hıcisleri: Ankara 2.Bölge seçmenlerinden başörtüsü sorununa sahip çıkanlarının oylarını Cemil Çiçek yerine @AynurBayramgztc için kullanm
07775	Aynur Bayram	Sihirli bir değneğim olsaydı oyların @AynurBayramgztc 'ye kanalize olması için kullanacaktım :) Ankara 2. Bölge duy sesimizi! ! !
07776	Aynur Bayram	Ankara 2. Bölge seçmeni olsaydım her şey daha kolay olacaktı. @AynurBayramgztc'ye oy veremesem de fikir oyum onunla.
07777	Aynur Bayram	malesef medyada haberi neredeyse hiç yer almayan Ankara 2. Bölge Bağımsız aday Aynur Bayram'a destek, son anda da olsa! haberturk.com/yazarlar/63792...
07778	Aynur Bayram	Ankara 2. bölgede oturup kime oy vereceğini bilemeyenler için başörtülü aday Aynur Bayram iyi bir seçim olabilir. www.aynurbayram.com...

07784	Aynur Bayram	Pornoyu öven Celal Sengor 'e Ankara 2. Bölge BAĞIMSIZ Milletvekili adayı @AynurBayramgztc den tepki: aynurbayram.com/basinaciklama... @hilal_kaplan
07785	Aynur Bayram	Türkiye'nin seçilme ihtimali en yüksek başörtülü milletvekili adayı Aynur Bayram @AynurBayramgztc Ankara 2. bölgede oylar Aynur Bayram 'a

Aynur Bayram, özellikle seçimlerin hemen öncesinde tüm destekçilere, potansiyel seçmenlere ve hatta kararsızlara seslenerek, başörtülü, gazeteci ve bağımsız aday olduğundan anaakım medyada kendisine yer verilmediğini, kendi hesabından attığı propaganda tweetleriyle ortaya koymaktadır. Etkileşimli tweetleri çokça görülmektedir. Bu dönemde Twitter'ı en aktif kullanan adaylardan biri olan Bayram, 2. Bölgeyle ilgili seçim çalışmalarını, anaakım çevrimiçi medyada yer alan haberlere de yaptığı göndermelerde yer vererek desteklemektedir.

Hasip Kaplan çoklu tweet yaklaşımında (09646-09698 numaralı tweet) çığır açarak sandıkta seçmenlerden beklentilerini 16 madde halinde açıklamıştır. Tweetlerin sonlarına doğru kendisine ve bloktan diğer iki adaya hangi bölgede oy verilebileceğini yazmıştır. Haber kaynağı olarak kullandığı mecrada seçim öncesi son olarak “Demokrasinin Faşizme” alternatif olduğunu savunarak, herkesi kaderini belirlemek için oy kullanmaya davet etmektedir.

12 Haziran 2011

Tuncay Özkan ve Hulki Cevizoğlu, 12 Haziran tarihinde attıkları tweetleriyle canlı olarak an be an sonuçları paylaşarak, seçilmemelerini Atatürk Türkiye'si'ne sahip çıkılmaması olarak yorumlamışlardır. Ertuğrul Kürkçü ise sandık başından attığı tweetlerle (08437-08452) seçmenle etkileşimini sıcak tutmuş, adeta sandıkların açılması sırasında gazetecilik yaparak gelişmeleri duyurmuştur. Kürkçü seçim zaferini de ilk olarak Twitter arayüzünde duyurmuştur.

Şekil 92. Ertuğrul Kürkçü'nün 12 Haziran Tarihli Tweeti



ekurkcu Ertuğrul Kürkçü

Ertuğrul Kürkçü 100 bin oyla ezilenlerin ve emekçilerin sesi olarak meclise girdi. [wp.me/p1umki-F8](https://www.wp.me/p1umki-F8)

13 Jun

▪ Değerlendirme

Seçim gündeminde öne çıkan tarihler ve bu tarihlerde atılan tweetlerin içerikleri incelendiğinde iki önemli nokta dikkat çekmektedir. İlk olarak, bağımsız adayların, ister BDP, ister EDÖB, isterse AKP-CHP geçmişi olup ayrılan adaylar olsun, Twitter arayüzünde özgür gündemlerini oluşturdukları açıkça görülmektedir. İkinci olarak, KCK tutuklamaları, kendilerinin düzenledikleri mitingler ve partilerin aday açıklama tarihleri dışında anaakım medyanın oluşturduğu gündemi takip etmedikleri söylenebilir. Ek olarak, özellikle Kürt yurttaşların haklarını savunma amaçlı içerik oluşturan adayların çoklu tweet atmayı tercih ettikleri (bu noktada en dikkat çekici çoklu tweetler Hasip Kaplan'dan gelmektedir) görülmüştür. Bu bağlamda da Twitter'ı takipçileri ve potansiyel seçmenleriyle etkileşim içine girdikleri, çift yönlü iletişimin kurulduğu bir platform olarak gördükleri de dikkat çekmektedir.

Bazı adayların özgül odakları mevcuttur: örneğin, Aynur Bayram başörtüsü sorunu ve kadın hakları temelli içerik oluştururken, Özgür Akın bilişim ve teknoloji yatırımlarına yoğunlaşmıştır. Ayrıca yerel odaklı siyasete de, bu mecra aracılığıyla yer verildiği tespit edilmiştir: Hasip Kaplan, Güneydoğu Bölgesindeki seçim ziyaretlerinden çoklukla söz ederken, Ertuğrul Kürkçü Mersin'i konu alan tweet atmakta, Özgür Akın ise aday olduğu kente ilişkin konuları –Konya- öne çıkarmaktadır.

Ertuğrul Kürkçü, Aynur Bayram ve Hulki Cevizoğlu'nun gazeteci geçmişleri nedeniyle, mecrayı net, açık bir üslupla ve kısa-az-öz ifadelerle kullanmayı tercih ettikleri görülmüştür. Bu üç aday özellikle takipçileriyle polemige girmekten kaçınırken, Hasip Kaplan'ın kullanım örneğinde özellikle AKP'li milletvekilleriyle ve adaylarıyla çatışmacı bir üslup benimsediği göze çarpmaktadır. Ayrıca çoklu tweetler ve edebi göndermeler yapmakta, kelime

seçimleriyle pastoral ve romantik bir ortam yaratmaktadır. Tüm bunlar Kaplan'ın takipçileriyle sıcak etkileşim içine girmesini kolaylaştırmaktadır.

Örneklemede yer alan tüm hesaplarda vurgulanmaya değer bir husus, mecranın, anaakım medya ve geleneksel haber kanallarının dolaşıma dahil ettiği içerikten uzak, AKP-MHP-CHP gündemini özellikle dışlayan alternatif bir içerik üreten platform olarak görüldüğü ve bu yönde kullanıldığıdır. Çift-dillilik, anayasal haklar, özgürlük ve demokrasi şemsiye kavramlarını ayrıntılı biçimde ortaya döken kullanım pratikleri de dikkat çekmektedir. Takipçiler, seçmenler, AKP-MHP-CHP sempatanları ve adaylarıyla etkileşimi eş zamanlı mümkün kılan kamusal alan özelliğinden dolayı, Twitter BDP, EDÖB ve bağımsız adaylar için vazgeçilmez bir kampanya alanıdır.

Araştırmanın bu kısmında son olarak BDP'nin resmi Facebook hesabına yönelik yapılan söylem çözümlemesi bulguları serimlenecektir. Burada sadece BDP'nin resmi Facebook hesabının söylem çözümlenmesine tabii tutulmasının nedenini şu şekilde açıklayabiliriz: Facebook hesapları diğer partiler kapsamında özellikle iki sosyal mecranın (Facebook ve Twitter) yakınsaması nedeniyle belirli bir tarihten itibaren Twitter gönderilerinin bir tekrarından öteye gitmemiştir. Ayrıca, hem yüklenen içeriğe hem de nicel göstergeler kullanılarak nicel içerik çözümlenmesinden elde edilen bulgulara bakıldığında, BDP'nin bu mecrayı daha belirgin ve yurttaşla etkileşime yönelik daha etkin kullandığı gözlemlenmiştir.

3.2.2. BDP Resmi Facebook Sayfası Söylem Çözümlemesi

BDP resmi Facebook sayfası içerik ve söylem çözümlemesine tabi tutulurken, daha önce belirlenen gündemde öne çıkan günlerin ard alanlarıyla örtüşme göze çarptığından, öncelikle bu günlere ait gönderiler incelenmiştir. İnceleme sonrasında ortaya çıkan tablo, Nisan ayında BDP ve EDÖB için gündeme dair dönüm noktaları yaşandığı, dolayısıyla BDP ve EDÖB'ün seçim öncesi öne çıkan siyasi argümanlarının tartışıldığı bu döneme ait gönderilerin analizi gerçekleştirilmiştir. Bunun yanında fikir vermesi açısından 12 Haziran 2011 seçim gününe ait gönderiler de tematik kategorizasyon yapılarak çözümlenmeye tabi tutulmuştur. Diğer tarihlere ait gönderilerin sıklıkla miting, gezi duyuruları ve oy çağrısı niteliğinde, standart kalıplarda

olduğu gözlemlenmiş; bu tarihlere ait gönderiler kapsam dışı tutulmuştur. Aşağıdaki çözümlene 1 Nisan – 12 Haziran 2011 dönemini kapsamaktadır.

Şekil 93. BDP Resmi Facebook Sayfası



1 Nisan 2011

1 Nisan 2011, *sivil itaatsizlik* eylemlerinin, Kürtçe Cuma hutbesinin gerçekleştiği günlere rastlamaktadır. Dolayısıyla makro yapı incelendiğinde bu gündeme ait içeriğin paylaşıldığı görülmektedir. Bu temaya ait incelemeye değer bulunan gönderiler şöyledir:

Gönderi Numarası	Gönderi	Beğeni Sayısı	Yorum Sayısı
02152	Kürt sorununun demokratik çözümü için birçok il ve ilçede kurulan "Demokratik Çözüm Çadırları"nda "Sivil Cuma Namazı" için binlerce kişi saf tuttu. Cuma namazını kılan imamlar, hutbeleri Kürtçe okurken, eşitlik, hak, hukuk, özgürlük ve barış mesajları verdi. DİYARBAKIR BDP ve DTK tarafından Kürt sorununun çözümüne yönelik adım atılması için	39	

	başlatılan "sivil itaatsizlik" eylemleri kapsamında "Si...		
02153	KÜRTLERE HER YERDE AYNI ZÜLÜM BU ÜLKEDE KÜRTLER HER ŞEY OLABİLİYOR AMA SADECE KÜRT OLMALARINA İZİN YOK! Komutanlar önce linç etti, sonra pencereden attı	46	19

A. Makro yapı

1. Tematik yapı

Sivil itaatsizlik eylemlerine olan ilgi belirtilerek, komutanların buna karşı tepkileri ve uyguladıkları şiddet yansıtılmıştır.

2. Şematik yapı

Sivil itaatsizlik uzun cümlelerle ve pasif haber dilinde anlatılırken, komutanların tepkisi 3. Tekil şahısta verilmiştir. BDP'nin "sivil itaatsizlik" eylemleri çerçevesinde cami dışında Cuma namazı kılınarak, Kürtçe hutbe okunması; Diyarbakır'ın yanı sıra Şırnak'ın Cizre ve Silopi ilçelerinde de çadırların bulunduğu parklarda cami dışında Cuma namazları kılınarak, Kürtçe hutbeler okunması olarak özetlenebilir. Kürtçe'nin yalnız eğitim dili değil, ibadet dili olarak kabul edilmesi bağlamında gündem oluşturulmaktadır.

B. Mikro Yapı

Sentaktik Çözümleme: Çatı bakımından haber dili tercih edilerek pasif anlatım tarzı benimsenmiş ancak kurulum açısından etkin bir yapıya sahiptir.

Bölgesel uyum: Anadilde eğitim, yaşam ve ifade özgürlüğü kavramlarına “ibadet” hakkı da eklenerek, eşitlik, özgürlük, barış kavramlarının altı bir kez daha çizilmektedir.

Kelime seçimleri. “Kürtlerin Kürt olmalarına izin verilmemesi”, “Kürtlerin herşey olabilmesi ama...”, “linç” gibi seçimler etnik temele dayalı hakları ve onların zor kullanılarak çiğnendiğine işaret eden kelimelerdir.

Retorik: Genel anlamda, tansiyonu yükselten ve etnik farklılıkları öne çıkaran bir üslup gözlemlenmektedir. Aynı zamanda Kürt kökenli yurttaşların uzun süredir haksızlığa uğradığını savunan bir çizgide yazılmıştır. Bunun yanında sivil itaatsizlik eylemlerinin destek gördüğünün de altı net olarak çizilmektedir.

Anadilde eğitim ve ifade özgürlüğü konusunda gelince, aşağıdaki gönderiler göze çarpmaktadır.

<u>Gönderi Numarası</u>	<u>Gönderi</u>	<u>Beğeni Sayısı</u>	<u>Yorum Sayısı</u>
02150	Danıştay, ilköğretim okullarındaki andın iptali için yapılan başvuruyu oybirliğiyle reddetti. Mahkeme, kararında Anayasa’da yer alan "Türk Devletine vatandaşlık bağı ile bağlı olan herkes Türktür" ifadesine atıfta bulundu. ANKARA - Milli Eğitim Bakanlığı İlköğretim Kurumları Yönetmeliği'nin "Öğrenci Andı" başlığını taşıyan 12. maddesinin, "Anayasaya, uluslararası sözleşmelere ve insan hakları...	22	11
02154	BDP BARIŞ VE DEMOKRASİ PARTİSİ, Osman Baydemir'in videosunu paylaştı: 'Andımız' Boykotu! 'Andımız' Boykotu!	43	3 (paylaşılan gönderi)
02155	Değerli KÜRT halkı, artık kendi dilinizle kendi operatörünüz oluyor. KURDCELL geliyor... Çok avantajlı konuşma paketleri olan alo ZAP, alo GABAR, alo AMED, alo CUDİ, alo KANDİL paketleriyle ucuzluğun keyfini yaşayın.. Ayrıca numarasıyla KURDCELL'e geçen herkese 1 adet A47 kalaşnikof, 1000 adet mermi veee çekilişle 250 kişiye İMRALI'ya gitme fırsatı.. Hemen KURDCELL'e geçmek için ERÊ" yazıp	57	36

	bu mesaja cevap verin. Özgürce konuşmanın keyfini çıkarın. GÖNDEREN KURDCELL.. FERQA ME HEYE:) HASAN...		
--	---	--	--

02150 numaralı gönderide, And'da yer alan "Türk" ifadesinin tüm Türkiye'de yaşayan yurttaşları kapsadığından, yapılan itirazın Danıştay tarafından reddedildiği haberi verilmektedir. Milli Eğitim Bakanlığı'nın ilgili yönetmeliğine de gönderme yapılan gönderinin ardından, 02154 numaralı gönderide Osman Baydemir'in "Andımız Boykotu" başlıklı video'suna yönlendirme yapılmaktadır. Bu günlerde siyasi argümanların boykot ve protesto niteliğinde eylemlerle savunulduğu göze çarpmaktadır.

02155 numaralı gönderide ise Turkcell'in monopol konumu ve bitmeyen kampanyaları ironik bir biçimde eleştirilerek, "Kurdcell" adlı alternatif GSM operatörü kurgulanmakta, kampanyalarla, partinin PKK bağlantısıyla suçlanması meselesinin üzerine gidilmektedir. Bu gönderide dikkat çeken bir başka yön, paylaşılan ve beğenen sayılarının oldukça fazla olmasıdır. Ayrıca "İmralı" da hatırlatılarak, Öcalan'ın tutukluluğu ayrıca eleştirilmektedir.

11 Nisan 2011

11 Nisan 2011, milletvekili aday listelerinin YSK'ya son teslim edilme tarihidir. Parti bazında seçim propagandasına bu tarih itibariyle adaylara özel propaganda da eklenmeye başlamıştır. Aşağıdaki gönderiler dikkat çekmektedir.

Gönderi Numarası	Gönderi	Beğeni Sayısı	Yorum Sayısı
02195	Demirtaş: "Başbakan Erdoğan biz her yerde varız diyor. Ben geldim ve serhildanların merkezinde aday oldum. Başbakan kendisine güveniyorsa gelsin Hakkâri'de aday olsun. Buradan kendisine 'Hodri meydan' diyorum"	51	15
02196	Emek, Özgürlük ve Demokrasi Bloğu'nun seçimde zafer kazanacağını belirten Mardin bağımsız milletvekili adayları Ahmet Türk, "Biz Erdoğan'ın ağzını kapatmak durumdayız. Amacımız parlamentoya girmek değil, amacımız milletvekili olmak değil, ama	28	5

	halkımızın ve mücadelemizin gücünü göstermek için birlikte hareket edeceğiz"		
--	--	--	--

Bağlam olarak düşünüldüğünde, AKP karşıtlığı içeren gönderilerdir. 1. Tekil ve 1. Çoğul şahıs kullanılarak açık ve net cümle kalıpları kullanılmıştır. Özellikle “başkaldırı”nın (serhildanların) merkezi olarak görülen Hakkari’den adaylığa çağrı niteliğinde cüretkar üslup takınılmıştır. Selahattin Demirtaş, adaylığını şanlı bir şekilde ilan etmektedir. Mardin bağımsız milletvekili adayı Türk de adaylığını ilan ederken halk mücadelesine ve ortak hareket etme gerekliliğine işaret eder. “Başkaldıranlar” anlamında Kürtçe “serhildanlar” kelimesi kullanılmıştır. “Hodri Meydan” cüretkâr hatta tehditkâr bir üsluba dikkat çekmektedir. Kendinden emin ve destekleyenleri ortak hareket etmeye, mücadeleye ve oy vermeye çağırın, tek kurtuluşun Erdoğan’ın ağzını kapatmakla mümkün olabileceğini belirten siyasi retorikten bahsedilebilir.

18 Nisan 2011

Bu tarihte, 18 Nisan 2011 tarihli YSK Kararı ile 7’si Emek, Demokrasi ve Özgürlük Bloku’ndan olmak üzere bağımsız aday olarak başvuran 12 kişinin adaylıkları iptal edildi. Kürt kökenli milletvekillerinin uğradığı ayrımcılığa ve maddi yönden dezavantajlı konumda olmalarına dikkat çeken gönderiler yazılmıştır.

Gönderi Numarası	Gönderi	Beğeni Sayısı	Yorum Sayısı
02256	Sırrı Süreyya Önder : Konuşulan Kürt halkının geleceği ama Akp'deki Kürt kökenli milletvekillerinde çıt yok ...	23	
02257	Sırrı Süreyya Önder : "Sevgili 2. bölgedeki seçmenlerim... Gardaşım benim param pulum yok. Çok afiş bastıramayacağım. Etrafı da kirletmek istemiyorum. Ne kadar afiş basarsam onun iki katı ağaç dikmeyi taahhüt ediyorum. Barışa dönük kalbinizde bir yer varsa o yeri bize emanet edin."	37	4
02259	SOSYALİSTİ İLE DEMOKRATI İLE DİNDARİ İLE LİBERALİ İLE MUHAFAZAKARI İLE SOLCUSU VE SAĞCISI İLE ARTIK HERKESİ KUCAKLAYAN BİR PARTİ VAR. ÇÜNKÜ BİZİM AYRIM YAPACAK	24	

	LÜKSÜMÜZ YOK. BU BİR DAVADIR PARTİDEN ÖTE BİRŞEYDİR (SELAHATTİN DEMİRTAŞ)		
--	---	--	--

Bu gönderilerde maddi zorluklardan ve çevreyle ilgili bilinçten dolayı, seçmenlere afiş vs. gibi propaganda materyalleri olmaksızın barış çağrısında bulunmaktadır. Her türlü ideolojik çizgiden bireyleri kucaklayacak bir yapıları olduğundan söz edilmektedir. Kürt sorununu çözenin bir dava olduğu hatırlatılmaktadır. Açık ve net bir üslupla, ayrımcılığın bir an önce önlenmesi gerektiği belirtilmektedir.

Aynı tarihte, siyasi tutuklularla ilgili YSK kararı da açıklanmıştır. Anayasa oylamasında “Yetmez ama evet” diyenler hatırlatılarak, bu sıkıntılı durumun onlar yüzünden yaşandığı üzerinde durulmaktadır.

Gönderi Numarası	Gönderi	Beğeni Sayısı	Yorum Sayısı
02260	Son Dakika:Yüksek Seçim Kurulu skandal bir karar imza atarak aralarında Hatip Dicle, Leyla Zana'nın yanısıra Milletvekili olan Sabahat Tuncel ve Gülten Kışanak'ın da aralarında bulunduğu 12 bağımsız milletvekili adayının adaylıklarını, milletvekili seçilme yeterliliğini etkileyecek eski mahkumiyetleri bulunduğu iddiasıyla iptal etti.	17	48
02264	BDP`nin güçlü olduğunu anladılar ve kendi ellerinde olan ysk emir verdi kerdoğan.korkunun ecele faydası yok kürt halkı seni ordan indirir badem bıyıklı ...	21	4
02267	Tekrar Ediyorum Yetmez Ama Evetçiler...ve "ileri demokrasi" savunucuları BDP'lilere yapılanlara ne diyecekler çok merak ediyorum	15	3
02270	Bugün BDP'ye uygulanan haksız siyaset, artık Kürt mücadelesinin sınırlarından çıktı, sorun hepimizin sorunu. Hepimiz BDPliyiz.	36	21
02271	Cüneyt Özdemir:Baktılar kapat kapat partilerin önünü alamıyorlar, sıra tek tek bağımsız adayları yasaklamaya geldi. Neresinden baksanız skandalın daniskası	26	4

Erdoğan'la çatışmacı üslup bu gönderilerde de devam ederken onun cezasını çekeceğine dair ifadeler kullanılmıştır. Erdoğan'a “badem bıyıklı” diyerek, aslında tüm İslamcı Muhafazakârlar için düşünüldüğü anlaşılmaktadır. Sorunun herkesin sorunu olduğunu belirten bağlamda, “ileri demokrasi”, “Hepimiz BDP’liyiz” gibi sloganlar dikkat çekmektedir. 1. Tekil

ve 1. Coğul şahıs ekleri kullanarak samimi ancak serzenişte bulunan, meydan okuyan (hodri meydan) siyasi retorikle yazılmıştır.

26 Nisan 2011

KCK tutuklamaları ve demokratik çözüm çadırlarına yönelik gönderiler tespit edilmiştir.

<u>Gönderi Numarası</u>	<u>Gönderi</u>	<u>Beğeni Sayısı</u>	<u>Yorum Sayısı</u>
02381	Güneşin doğduğu yerde ampulün ne işi olur ?>>ALTAN TAN<<	56	2
02382	Ulusalci ve fethullahçi,medya hiç bir konuda aynı görüşü savunmaz,lakin konu kürtler ve partimiz olunca kanka oluyolar.Her seçim öncesi asparagas haberlerle devam ediyorlar kınıyoruz faşist medyayı! Halkımız ve seçmenlerimiz lütfen tepkilerini mail olarak olsun telefon olarak olsun bildirsinler faşist medyaya!	18	4
02385	"Eğer bizim çadırlarımıza saldırıp durursanız, bizde AKP binalarına saldırırız" Bengi Yıldız [Şiddetin yasasına,yasanın şiddeti]	37	68

Genel olarak AKP karşıtlığı, hatta Altan Tan tarafından parti sembolü ampul bırakılarak, güneşli günlerin gelmesinin istendiği aşikârdır. Bağlama bakıldığında, “ulusalci” ve “fethullahçi” medyanın birlik olarak BDP’yi ve EDÖB’ü alt etmek istediği ima edilmektedir. Yine cüretkat ve tehditkâr bir üslupla hesap sorulmaktadır.

“Faşist medya” kavramı, bağlayıcılığı yüksek bir suçlamadır, bu anlamda medyanın dördüncü kuvvet olarak öne çıkması doğaldır. Demokratik çözüm çadırlarının belirtildiği 02385 numaralı gönderide saldırıların durmaması durumunda AKP binalarına saldırı yapılacağı açıkça yazılmıştır. “Şiddetin yasasına, yasanın şiddeti” göndermesi ve tezatlığı kurularak anayasa konusundaki beklentiler ima edilmekte, hatırlatılmaktadır. Dolayısıyla bu gönderinin beğeni sayısı oldukça fazladır.

27 Nisan 2011

Bu tarihte çözüm çadırlarına baskınlar ve karşılıklı karalama kampanyaları devam etmektedir.

Gönderi Numarası	Gönderi	Beğeni Sayısı	Yorum Sayısı
02390	<p>Naziler, kampa götürmek üzere trene doldurdukları Fransa Yahudilerine yolda sarkıntılık ederler. Ve Fransanın o “madam”ları gidecekleri yerde daha “rahat “yaşamak için onların sarkıntılıklarına göz yumar, hatta cesaretlendirmişler...</p> <p>Ve aynı trende Fransalı yahudi hayat kadınları kendilerine sarkıntılık eden Nazi askerlerine karşı koymuş ve kendilerini trenden atmışlar! Yani koşullar insanın niyetini ve kişiliğini ortaya koymada önemli bir süreçtir.”madam”yada”fahişe”görünümünün hiçbir değeri yoktur.Kişiliğe,onuruna saldırı karşısındaki tavrından ibarettir her şey! İnsanın güncel çıkarları onun kişiliğini belirliyorsa,bir kişilikten söz etmek mümkün değildir.Çünkü güncel çıkarlar manevi değerleri,duyguyu,bağlılığı,inancı lokma lokma tüketerek yürür.</p>	50	1
02405	<p>BDP BARIŞ VE DEMOKRASİ PARTİSİ kendi videosunu paylaştı: Altan TAN:Türkiye'nin sorunları var Altan TAN:Türkiye'nin sorunları var</p>	41	

02390 numaralı gönderide Nazi döneminde Fransız Yahudi göçmenlerin yaşadığı söylenen/iddia edilen bir olayla ilginç bir özdeşim kurulmaktadır. Güncel menfaatlerin ve hesapların, değerleri, duyguyu, bağlılığı ve inancı unutmaya neden olacağını, güncele göre hareket edenin çok şey kaybedeceğine işaret eden bir özdeşim hikâyesidir.

Pek sıklıkla olmamakla birlikte, bu kez bir video paylaşımı yapılmıştır. Türkiye'nin sorunlarına değinen bu videoda “Kürt sorunu” işlenmektedir. Kürt yurttaşlara karşı yapılan ayrımcılığın ileri boyutlarda olduğuna dikkat çekilmektedir.

28 Nisan 2011

Kadın kotası meselesine gelince, aşağıdaki gönderide Kışanak'ın BDP'nin kadın mücadelesindeki başarısını anlattığı özetlenerek, yüzde 40 kadın kotasının özerk ve özgün örgütlenme için gerekliliği üzerinde durulmuştur.

<u>Gönderi Numarası</u>	<u>Gönderi</u>	<u>Beğeni Sayısı</u>	<u>Yorum Sayısı</u>
02433	Kışanak: BDP'nin kadın mücadelesindeki başarısını anlattı. BDP Eş Genel Başkanı Gülten Kışanak, partilerinde yüzde 40 kadın kotası uygulandığını belirterek, cinsiyet kotası ve benzeri uygulamalarla kadının özerk ve özgün örgütlenmesi için BDP'nin önemli bir başarı sağladığını söyledi.	18	

12 Haziran 2011

Aşağıda BDP'nin resmi Facebook sayfasından 12 Haziran 2011 itibariyle gönderilen tüm tweetlerin kayıtlarından tematik gruplandırma yapılmıştır. Bu gruplandırma gönderi ID'leri belirtilerek yazılmıştır.

Bağımsız adaylar için Oy çağrısı: 03563-03586 numaralı gönderiler.

EDÖB vurgulu içerik: 03564, 03566-71, 03694

Sandık bazında seçim sonuçları, milletvekili seçilenler ve oranları: 03590-03645, 03649-03660, 03673-03682 (isim bazında seçilenler) 03684 (isim, il ve oy oranları)

Seçim zaferi, kutlamalar ve olaylar: 03646, 03648, 03662, 03665, 03668, 03672, 03683, 03687, 03696

Seçim yolsuzlukları: 03587, 03588, 03670, 03686, 03688

Seçim hayal kırıklıkları: 03690, 03693

12 Haziran 2011 tarihinde genel seçimler gerçekleştiğinden, sandık başında yer alan destekçilerin bildirimleri aracılığıyla sandık bazlı anında paylaşılan sonuçlarla ilgili gönderilerin en fazla sayıda olduğu dikkat çekmektedir. Seçim günü yapılan toplam 134 gönderinin 67'si sandık bazında alınan oyları ve kazanılan milletvekili sayılarını, 10 tanesi isim bazında seçilen milletvekillerini, 1 tanesi ise isim-il bazında oy oranlarını içeren gayriresmi sonuçları içermektedir. Bunun dışında bağımsız adaylar için oy çağrısında bulunan 24 gönderi, seçim zaferi, kutlamaları ve çıkan olayları içeren 9 gönderi, EDÖB vurgulu 8 gönderi, seçim yolsuzluklarını işleyen 5 gönderi ve seçim hayal kırıklıklarını yansıtan 2 gönderi bulunmaktadır.

EDÖB vurgulu içerik:

<u>Gönderi Numarası</u>	<u>Gönderi</u>	<u>Beğeni Sayısı</u>	<u>Yorum Sayısı</u>
03564	Baskiya maruz kalmadan,otekileştirilmeden yaşamak,her insanin hakki olduğu için, esit bir toplum için,baris için oyum blok adaylarına!	112	13

A. Makro yapı

1. Tematik yapı

12 Haziran 2011 seçim günü Emek, Demokrasi ve Özgürlük Bloku (EDÖB) adaylarının potansiyel seçmenlere oy toplama amaçlı hatırlatıldığı gönderilerden biridir.

2. Şematik yapı

Gönderinin Anlatım dili

Gönderi, 1. Tekil şahıs kullanılarak ve basit bir ünlem cümlesiyle oy vermeye çağrı niteliğindedir.

Ardalan Bilgisi

Daha önce EDÖB’le ilgili yazılan gönderilere gönderme yapılarak, blok adaylarının öne çıkardığı ve vaat ettiği kavramlar üzerine seçim günü son çağrı yapılmaktadır. Artık oy verme zamanı gelmiştir.

Bağlam bilgisi

Baskı ve ötekileştirilmeden uzak yurttaşlık, insan haklarına saygılı, eşitlikçi ve barışçıl bir toplum kurgusu EDÖB’ün politik gündeminde ve oluşturduğu alternatif politik vizyonda yer alan argümanlardır. Bu argümanların seçim günü potansiyel seçmene hatırlatılması oylarını yönlendirme açısından önemlidir.

B. Mikro Yapı

Sentaktik Çözümleme

Çatı bakımından aktif ve etkin bir yapıya sahiptir. Çağrı niteliğinde bir ünlem cümlesidir.

Bölgesel uyum

Oy vermeye çağrı niteliğinde yapılan gönderilerle uyum içindedir. Beğeni sayısı bunun kanıtıdır. Eşitlikçi, barışçıl, insan haklarına saygılı toplum vurgusu ancak baskı ve ötekileştirilmeden uzaklaştıkça gerçekleşeceğinden, bu bağlamda referansal ilişki kurulmuştur.

Kelime seçimleri

Baskı ve ötekileştirilme, Kürt kökenli yurttaşların süregelen sorunları olarak EDÖB’ün gündeminde yer aldığından, seçim gününde bu soruna gönderme tercih edilmiştir.

Retorik

Neden sonuç ilişkisi kurularak ve 1. Tekil şahıs kullanılarak, baskı ve ötekileştirmeye maruz kalmak istemeyen eşitlik, barış ve hakları peşinde koşan yurttaşlara vurgu yapılarak, inandırıcılık artırılmaktadır. 1. Tekil şahıs kişisel deneyim paylaşımına işaret ettiğinden Facebook takipçileri tarafından tercih edilen ve özdeşlik kurulabilen, daha çok beğeni alıp gündemde yükselen yapıya sahiptir.

Gönderi Numarası	Gönderi	Beğeni Sayısı	Yorum Sayısı
03566	Kirilan kolun, dokulen disin, kucuk dusurulen onurun hesabini sormak icin oyum blok adaylarına!	164	17
03567	Taş atan küçücük çocukların özgürlüğü için, cumartesi annelerinin acılarına tercüman olmak için, Şerzan Kurt için oyum blok adaylarına!	177	13
03568	Bu ülkede kürt sorunu var,bu ülkede bir baş örtüsü sorunu var,bu ülkede bir alevi sorunu var çözümü için oyum blok adaylarına!(aryan)	175	46
03569	Secimden başarıyla çıkıp ,secimden sonra çatı partisiyle daha kitlesel yarımlar için oyum blok adayların!	142	25
03570	Demirtaş: Bağımsız adayın olmadığı yerde oylar Emek Partisi'ne	173	61
03571	Endişeli bakışları yok etmek ve gülümsetmek için oylar bağımsız blog adaylarına	141	31

03564 numaralı gönderiden yola çıkarak 03566-71 numaralı gönderilerin de EDÖB'e seçim gününde son oy çağrısı niteliğinde olduğu görülmektedir. Kürt kökenli yurttaşların hakları temelinde oluşturulan politik hedefler ve bu hedeflerde yansıtılan kavramlar gönderilerin temelini oluşturmaktadır. Ancak 036568 numaralı gönderide ülkedeki Kürt sorununa ek olarak başörtüsü sorunu ve Alevi meselesine de gönderme yapılmaktadır. Bu bağlamda, EDÖB kendini toplumun baskı gören ve belli haklardan yararlanamayan kesimlerine hitap eden bir şemsiye oluşum olarak konumlandırmaktadır. Birbirini izleyen bu gönderilerde Urfa'da 2009'da yapılan gösteriler sırasında taş atan çocuklara¹⁴⁹ ve onların özgürlüklerine gönderme yapılmaktadır.

¹⁴⁹ <http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalDetaV3&ArticleID=981947&CategoryID=77>

Kelime seçimlerine bakıldığında “Kırılan kol, dökülen diş, düşürülen onur”, “Cumartesi annelerinin acılarına tercüman olmak”, “endişeli bakışları yok etmek” gibi daha olumsuz olaylara vurgu yapılarak, bu olumsuzlukların giderilmesi için çatı partisinin, şemsiye oluşumun EDÖB olduğu üzerinde durulmaktadır. Ayrıca Demirtaş’ın, bağımsız aday olmayan bölgelerde Emek Partisi’ne oy çağrısı da oldukça yüksek beğeni toplamıştır (173). 1.tekil şahıs kullanılan, aktif yapıda, basit cümleler yanında dolaylı ve kitlelere seslenen ünlem cümleleri de yer almaktadır. Genel olarak net bir üslup kullanılmış, ancak inandırıcılığı artıran herhangi bir veri ya da bağlantıdan yararlanılmamıştır.

Bundan sonra 12 Haziran’a ait gönderilerde “Seçim yolsuzlukları” temasına ait 03587, 03588, 03670, 03686, 03688 numaralı gönderiler ve “Seçim hayal kırıklıkları” temasına ait 03690, 03693 numaralı gönderiler bulunmaktadır. Oy çağrısı yapılan, seçim yolsuzlukları, seçim sonuçlarını duyuran ve seçim zaferi ve kutlamalara dair bu gönderiler belli kalıplar kullanıldığından ve mekan/zamana bağlı olarak bulunulan konumu tasvir eden anlık gönderiler olduğundan spesifik olarak incelemeye dahil edilmemiştir.

▪ **Sonuç Yerine**

BDP, EDÖB ve bağımsızlar için siyasi gündemin kilit noktaları olan anayasal haklar, anadilde eğitim hakkı, sivil itaatsizlik, KCK tutuklamaları ve demokratik çözüm çadırları, Facebook arayüzünde hesabı yönetenlerin yönlendirmesi ve ideolojik tabanın beklentileri nedeniyle en fazla paylaşılan ve yorum alan temalardır. Yukarıdaki analiz çalışması da bu kapsamda yapılmıştır.

D.C.W. Murti (2013) “Klavye Aktivizminin Siyasi Partiye Dönüşümü: Endonezya’da Sosyal Medya Aktivizmi, Yurttaşlık ve Demokrasi Dinamiklerini Anlamak” başlıklı makalesinde, Facebook bağlantısının bir grubun siyasi parti kurması sürecinde ve özellikle başkanlık adaylarının desteklenmesi konusunda destek sağladığını vurgulamaktadır. Facebook üyelerinin gönderi arşivlerinin analizi sonucunda demokrasiyi kolaylaştırmada arayüzün 5 işlevi üzerinde durulmuştur: kamuoyu tarafından savunma, siyasi destek, lidere sadakat, yaratıcı üretim ve karşı şüphe uyandırma. E.B.Breese’in kamusal alanlar bütünündeki çalışmasını (2011) kullanan araştırma, toplumsal hareketlerin klicktivizmden ‘gerçek’

aktivizme evrildiğini ve sivil alandan siyasi alana yöneldiğini göstermektedir. Araştırma, aynı zamanda, sohbet havasında geçen siyasi alandaki yurttaş katılımının gelişmekte olan ülke bağlamında ve güvenlik sözkonusu olduğunda değişim potansiyeli taşıdığını önermektedir.

BDP resmi Facebook sayfası özelindeki Nisan-Haziran 2011 tarihlerindeki kullanım pratikleri düşünüldüğünde, yukarıda sözü edilen kategorik işlevlerden “lidere sadakat” dışındaki işlevlerin geçerli olduğu söylenebilir. Bu işlev, BDP, lider hegemonyasının hüküm sürdüğü bir parti olmadığından, kuruluş ve siyasi mobilizasyon sürecinde rol oynamamıştır. Kürt sorunlarına ilişkin, özellikle anadilde eğitim hakkı ve anayasal haklar temelinde arayüzün *kamuoyu tarafından savunma* rolüyle öne çıktığı görülmektedir. *Siyasi destek* rolü ise özellikle sivil itaatsizlik alanında ve sandığa çağrı, oy desteği temalarında öne çıkmaktadır. *Yaratıcı üretim* sınırlı olmakla birlikte, gönüllüler tarafından hazırlanan bazı video klipler ya da şiirler/özdeyişler bu kategoriye girebilir. Bu üretimlerin paylaşım sayısı ve yapılan yorumların, parti etkinliklerine (miting, söyleşiler, geziler vs.) yapılan yorumlardan ve paylaşımlardan daha etkili siyasi mobilizasyon etkisi yarattığı söylenebilir. *Karşı şüphe* yaratımı da sivil itaatsizlik ve KCK tutuklamaları düşünüldüğünde AKP’nin icraatlarını sorgulama gerekliliği ve yurttaşlara siyasi iradelerini hatırlatma ekseninde belli bir ölçüde etkili olmuştur.

Bu döneme bakıldığında, genel olarak müzakereci demokrasinin koşulları sayılabilecek yurttaşın görüşünün alındığı, paylaşıldığı ya da değerlendirildiği bir ortam oluşturulmamıştır. Ancak kısa vadeli, 12 Haziran öncesi 3 aylık kampanya dönemi kapsamında siyasi adayların farklı kullanım pratikleri yoluyla kişisel öyküleme, mobilizasyon ve gönüllü destek çağrısı yapılmış; ana akım medya kanallarının yarattığı boşluk sosyal medyanın yeni keşfiyle doldurulmaya çalışılmıştır

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu araştırma projesinin amacı yeni medya ortamlarından sosyal medya uygulamalarının - özellikle Facebook ve Twitter'ın- seçim kampanyası sırasında kullanılmasının demokratik ve katılımcı yurttaşlık kültürünün gelişmesine yönelik katkısını siyasi partilerin ve liderlerin sosyal medya kullanım pratikleri ve etkileşim özelliği üzerinden inceleyebilmektir. Bu aslı amaç çerçevesinde, bu araştırmada Türkiye'de iktidarın, iktidara talip olanların ve yurttaşların demokratik değerlere ve ritüellere bağlılıklarının, iletişim becerilerinin ve siyasal katılım olanaklarının sosyal medya ortamında nasıl yaşama geçtiği 2011 Genel Seçimleri örnek olayı üzerinden tartışılmak istenmiştir; bu maksatla, farklı araştırma teknikleri kullanılarak arayüzey üzerinde çalışılmış, çevrimdışı görüşmelerle araştırmanın bulguları zenginleştirilmiştir. Bu noktada sosyal medya uygulamalarının farklı siyasi söylemlere erişebilirlik, yayılım ve kullanıcı kitleyle –burada seçmen anlamında- katılım/dâhil olma olanağını tanıdığını bir kez daha belirtelim. Yeni medya ortamlarının bu özelliklerinin siyasal iletişim sürecinde siyasi aktör ve seçmen arasındaki ilişkiyi nasıl etkilediği, bu yeni iletişim ortamlarında siyasi partilerin söylemsel pratiklerinin nasıl şekillendiği ve/veya çevrimdışı ortama paralel nasıl süregittiği gibi hususlarının iletişim bilimi alanında mutlaka irdelenmesi gerektiğini vurgulayalım.

Çalışmanın bu bölümde yukarıda özetlenen amaç doğrultusunda, sonuç kısmında *ilk olarak* bulgular üzerinde genel bir değerlendirme yapılacaktır; *ikinci olarak*, Türkiye'de demokrasi kültürünün gelişmesine yönelik olarak sosyal medya ortamlarının nasıl daha etkili ve işlevsel bir şekilde kullanılması gerektiği tartışılacaktır. Öneriler başlığı altında ise, bu konuyla ilgili olarak ileride yapılacak yeni bilimsel çalışmalarda yoğunlaşılması ve yahut ele alınması önerilen araştırma konuları/soruları üzerinde durulacaktır. Yine öneriler kısmında, siyasi parti ve liderlerin siyasal iletişim sürecinde sosyal medya ortamlarını kullanmalarına yönelik bazı somut değerlendirmeler sunulacaktır. Bu bölümde tikelden tümele doğru bir değerlendirme izleği benimsenmiş olup, siyasi partiler ve liderler üzerinden yapılan değerlendirmeler, Türkiye'de siyaset, siyasal iletişim süreci ve sosyal medya ortamları arasındaki ilişkiyi değerlendirmek için yansılacaktır. Böylece Türkiye'de katılımcı bir yurttaş kültürünün oluşabilmesi için siyasal iletişim süreçlerine, sosyal medya uygulamalarının rolüne, siyasal iletişim sürecinin aktörlerine (siyasetçiler, partiler ve yurttaş) ilişkin bir genel bir perspektif sunulmuş olacaktır.

Araştırmanın genel bulgularını değerlendirmeden siyasal iletişim süreci için sosyal medya araç ve ortamlarının siyasi partilere sağladığı olanakları bir kez daha hatırlatalım:

- Seçim kampanyasında düşük maliyetli kullanım-hatta gönüllü kullanımında sıfır maliyetli kullanım,
- Siyasi içeriklerin anında duyurulabilmesi ve yayılması,
- Genç seçmenlere erişim olanağının olması,
- Kampanyayı destekleyecek gönüllü ekibi/havuzu oluşturulabilmesi,
- Etkileşimsellik özelliğinden dolayı siyasetçi ve seçmen arasında bilgisayar dolayımı iletişimin kurulabilmesi.

Çalışma kapsamında sorulan, “*Siyasi partilerin resmi web sitelerine göre sosyal medya uygulaması kullanmaları, partilere ve liderlere ne gibi olanaklar sağlamaktadır?*” sorusunun yanıtını şu şekilde vermek mümkündür: genellikle web 1.0 tabanında örgütlenen resmi web siteleri, partilerin merkezi yapılarını İnternet’e taşıdığı bir tür platform olarak görülebilir. Bu yüzden söz konusu platformlar, partilerin bürokratik geleneklerini net bir biçimde yansıtmaktadır. Partilerin farklı alan ve teşkilatlardaki uzantılarını sergileme, icraatları hakkında bilgilendirme, etkinliklerini duyurma ve benzeri işlemlere sahip olan web siteleri, farklı tasarım özellikleri arz etmekle beraber, genellikle benzer bir yapısal düzen içinde örgütlenmiştir. Buradaki denge, partinin gözünden seçmenin beklentilerini karşılamak üzerine kuruludur. Seçmen tarafında bu beklentinin artmasıyla, partilerin halihazırdaki web sitelerinin form değiştirdiği açıkça görülmektedir. Bu durum özellikle tüm partilerin zaman içinde web sitelerine yönelik yaptıkları tasarımlarda görülmüştür. Özellikle sosyal medya uygulamaları AKP hariç partilerin web sitelerine entegre edilmiştir.

Sosyal medyanın siyasi ve toplumsal algısı ise farklıdır. Çok yönlü bir kullanımının olması dolayısıyla sosyal medya ortamları, toplumun farklı kesimlerini birbirine bağlayan bir ağ olma vasfına sahiptir. Bu nedenle, sosyal medya ortamlarının kitlesel çapta gördüğü ilgi de fazladır. Her ne kadar siyasal iletişimdeki kullanımı sınırlı olsa da, sosyal medya ortamlarına, partilerin perspektifinden bakıldığında önemli bir temsil alanı olduğu gerçeği de göz ardı edilemez. Çünkü bu alanda, partilerin siyasal kampanyalarını en ince ayrıntısına kadar tasarlama ve gerektiğinde hasar tespiti yapma olanağı vardır (Vergeer, 2013: 14). Bu noktada yönetici panelleri, anlık etkinliğin izlenmesi işlevini görür. Örneğin bu bağlamda AKP, CHP ve MHP’nin sosyal medya uzmanları özellikle Facebook ortamını bir tür fikir iklimini ölçmek

için kullandıklarını belirtmiştir. Öte yandan, parti temsilcilerinin sosyal medya ortamlarındaki hareket alanı görece esnektir. Çünkü sosyal medya ortamları, siyasi aktörlerin/liderlerin parti çizgisinden uzaklaşarak kendi kişiselleştirilmiş kampanyalarını tasarlamalarına da imkân tanımaktadır (Vergeer, 2013: 10). Sosyal medya ortamlarının görece sağladığı bu esneklikten dolayı, özellikle Twitter uygulaması siyasetçiler tarafından bizzat kendileri tarafından kullanılmaktadır. Siyasetçilerin Twitter kullanımında parti gündeminden bağımsız olarak kimi zaman içerik üretildiği veya kişiselleştirilmiş üslup ve söylemsel pratiklerin hesapta yaşama geçirildiği de görülmüştür. Özellikle, İsmail Karaosmanoğlu, Mustafa Elitaş, Hasip Kaplan'ın Twitter hesaplarındaki gönderilerde ürettikleri söylem oldukça özgüdür. Başta Recep Tayyip Erdoğan olmak üzere, Kemal Kılıçdaroğlu ile Devlet Bahçeli'nin ise Twitter hesaplarında siyasi partinin ideolojik bileşenlerinden ve söyleminden yalıtık veya kopuk bir dilsel kullanım pratiğine başvurmadıkları saptanmıştır.

Sosyal medya ortamlarının kullanımını seçmen tarafında değerlendirecek olursak, belli bir partiyi takip etmede geleneksel medyaya ilave rol oynadığı gibi, parti kadrosunda yer alan milletvekillerinin anlık faaliyetleri hakkında bilgi edinme ve onlarla iletişim kurma deneyimini de beraberinde getirmektedir. Seçmenin parti temsilcisi ile doğrudan irtibata geçmediği durumlarda dahi, bu iki öznenin sosyal medya ortamları üzerinde karşılaşma ihtimali bulunmaktadır. Çoğu zaman, seçmenin partinin durağan web sitesini ziyaret etme motivasyonu olmasa da, sosyal medya ortamındaki dinamizmin siyasete yansması olasıdır. Örneğin, BDP'nin sosyal medya uygulamalarında bu dinamizmi görmek kısmen mümkündür.

Bunların yanı sıra, özellikle çok partili siyasal sistemlerde, parti web sitelerinin farklı kesimlerden seçmenin ortak ilgisini hedef alan modeline karşın sosyal medya ortamları, siyasal toplulukları ilgi alanlarına göre fragmanlara ayırabilmektedir (Vergeer, 2013: 15). Bu olgu özellikle, sosyal medya ortamlarında görülen çeşitli siyasal içerikli kampanyalar ile somutlanabilir. Burada özellikle benzer fikirlere sahip kişiler aynı çatı/etkinlik altında bir araya gelmektedir. Bu benzer fikirlere sahip kişilerin biraradalığının olumsuz bir sonucu ise, farklı fikirlere sahip kişilerle etkileşim ve temas/karşılaşma olanaklarının azalmasıdır. Bu durum da, siyasi partilerin sosyal medya ortamlarında varolan tekseslilik olgusu ile gözlemlenmiştir.

“Siyasi partilerin ve liderlerin sosyal medya uygulamalarını kullanmaları arasındaki farklar ve benzerlikler nelerdir? Hangi alanlarda ortaklaşmakta hangi alanlarda

farklılaşmaktadırlar?" şeklindeki araştırma sorumuzun yanıtlarını ise aşağıdaki gibi açıklayabiliriz: Türkiye’de siyasetçiler ve siyasi partiler için çalışan ister partili ve/veya gönüllü olsun, ister profesyonel olsun sosyal medya uzmanlarıyla görüşüldüğünde bu kişilerin büyük oranda sosyal medyayı bir tür kamuoyu araştırması ve yahut seçim araştırması yapılan bir zemin/veri kaynağı olarak gördükleri ve mecrayı bu anlamda etkili kullandıkları anlaşılmıştır. Örneğin, bir siyasi partide partiye ilişkin anaakım medyada gündeme oturan bir gelişmenin (örneğin bir milletvekilinin partiden istifası) etkisinin sosyal medyada takip edildiğini söyleyebiliriz. Sosyal medya ortamında yurttaşın bu meseleyi nasıl kavradığı ve/veya tartıştığı izlenilmekte, ardından üst yönetime bu konuda bilgi verilmektedir. Siyasi partiler seçmen profillerine yönelik olarak seçmenlerin ilgi alanlarını, tercihlerini ve sosyal medya ortamlarıyla olan ilişkilerini de analiz etmektedir. Sosyal medya ortamları bu bağlamda AKP, CHP ve MHP için “gerçek bir sosyal laboratuvar” biçiminde iş görmektedir. Bu noktada, sosyal medya ortamlarının siyasetçiler tarafından bir tür kamuoyu araştırması alanı olarak kullanılmasına örnek olarak CHP İstanbul Milletvekili Gürsel Tekin’in aşağıdaki vurgusu önemlidir:

"Yurttaşlarımızın beklentisiyle, siyasetçilerin ve medyamızın beklentisi çok örtüşmüyor, çakışmıyor. Onun için sosyal medyada yurttaşlar kendi gündemini rahatlıkla yaratıyor. Sosyal medyaya baktığımızda o kadar çarpıcı şeyler görüyorsunuz ki hiç ne siyasetçinin gündeminde var, ne gazetecinin gündeminde var. Yani, sosyal medya aynı zamanda da rahatlıkla kendi gündemin yaratıyor ve o gündemden yüzbinlerce, milyonlarca insana da rahatlıkla ulaşabiliyor." (Gürsel Tekin ile 27 Kasım 2012 tarihinde yapılan yüzyüze görüşmeden)

Benzer biçimde, siyasi partilerin bir diğer kullanım pratiği yeni seçmenlerin kazanılması ve seçmen mobilizasyonu açısından sosyal medya ortamlarının değerlendirilmesidir. Örneğin, bir siyasi parti temsilcisi, örgütlenme konusunda sıkıntı yaşadıkları mekânlar, yerler söz konusu olduğunda sosyal medya ortamlarını bireylere, sempatizanlara, potansiyel seçmenlere ulaşma konusunda etkili kullandıklarını ifade etmiştir. Bu örnekte olduğu üzere, geleneksel medya araçları ve ortamları üzerinden yüzyüze iletişim ile doğrudan ulaşamadıkları kişilere bu siyasi parti temsilcileri önce sosyal medya ortamlarında ulaşmış, partinin sempatizanlarını bir çay bahçesindeki parti tanışma toplantısına davet etmektedir. Siyasetçilerin ve sosyal medya uzmanlarının parti ve siyasi görüş ne olursa olsun uzlaştıkları en önemli husus, seçim öncesindeki ve sonrasındaki siyasi kampanyalar sırasında ve genel olarak siyasal iletişim sürecinde sosyal medya ortamlarında üretilen iletilerin/içeriklerin kampanyanın etkisini

arttıracağı konusundaki ortak görüştür. Bu bağlamda her siyasi parti ve siyasetçi bu alanda kendini geliştirme ve yatırım yapma ihtiyacı içerisinde. Bu konuda siyasi partilerin tümüne yönelik olarak söylenebilecek en somut bulgu, partilerin planlanmış iş takvimlerinde artık sosyal medya alanındaki çeşitli uygulamaların kullanımı konusundaki eğitimlerinde içerimlenmesi ve tüm bu uygulamaların merkez dışındaki örgütlere yönelik olarak da yaygınlaştırılması gereğine vurgu yapılmasıdır. Örneğin AKP Siyaset Akademisi ders içeriklerine sosyal medya kullanımı konusunun dahil edilmesi gibi.

Bu anlamda elbette, siyasi partinin kurumsal kimliğinin korunması hususu da önemli bir sorun olarak parti temsilcileri tarafından dile getirilmiştir. Amblem, slogan vb. simgesel göstergelerin veya içeriklerin sosyal medya ortamlarında herkes tarafından rahatlıkla kullanılabilir olması bu tartışmayı gündeme getirmektedir. Bu minvalde sosyal medya ortamlarının kullanımına yönelik siyasi partilerde verilen eğitim programlarının en önemli konularından birisi ortak kurumsal kimliğin nasıl korunacağı ve/veya sağlanacağı üzerinedir. Buradaki sorun, bu mecraayı kendine özgü özellikleriyle ve olanaklarıyla kullanmanın ötesinde, mecraayı halen geleneksel siyasal iletişim sürecinin bir uzantısı olarak algılama durumudur. Bu algılanış şekliyle de, siyasetçiler açısından sosyal medya ortamları alternatif bir kamusal alan ve yahut yeni bir siyasi tartışma ve müzakare alanı olmaktan çok, sadece doğrudan propaganda ve halkla ilişkiler aracı olarak görülmektedir. CHP İstanbul milletvekili adayı Cem Seyman da 6 Ocak 2013 tarihli kendisiyle yapılan görüşmede konuyla ilgili benzer bir vurguda bulunmuştur. Seyman, Türkiye’de siyasi partilerin sosyal medya kullanımına ilişkin yaptığı şu gözlemlerde, sosyal medya hesaplarının tek yönlü bir şekilde, liderlerin veya siyasetçilerin monolog yayılımı şeklindeki kullanıldığına dikkat çekmiştir: “Siyasi partilerde sosyal medyanın kullanımı ilginç, genellikle parti bildirisi gibi yayınlıyorlar, yine işte insanlara dokunmayan...” şeklinde Seyman, sosyal medya hesaplarında üretilen tek yönlü içeriği eleştirmiştir.

Sosyal medya hesaplarının kullanımındaki tek yönlülük kanımızca Türkiye’de siyasetin yapısal sorunlarından birisiyle, katılımcı yurttaş kültürünün gelişmemesi ve iletişimsel eylem pratiği temelinde tartışma etiğinin¹⁵⁰ olmamasıyla yakından ilgilidir. Çünkü güncel siyasette çokça örnekleri görüldüğü üzere, siyasetçilerin birbirleriyle kurdukları iletişim tartışma etiği

¹⁵⁰ İnternet ortamında kamusalılık, e-müzakare ve tartışma etiği için Tübitak Sobag destekli 2012 Ocak ayında tamamlanan, 110k051 numaralı “İnternet Mecraları, Kanaat Oluşumu ve Dolaşımı: Kamusal ve Mahrem Arasında” (Arslan Yeğen ve Binark, 2012) başlıklı araştırma projesinin bulgularına ve tartışmasına bakılabilir.

ilkelerinden uzak, kamuoyuna yönelik ürettikleri iletişim pratikleri ise daha yukarıdan bilen maktadır özne konumundadır. Sosyal medya ortamlarının etkileşime açılması ile, yurttaşla iletişimin ne şekilde sağlanacağı, demokratik bir iletişim pratiğinin nasıl gerçekleşeceği burada karşımıza yeni bir soru olarak çıkmaktadır. Özellikle yurttaş katılımı tüm siyasi partilerin söylemsel pratiklerinde var olmasına rağmen, özellikle AKP, CHP ve MHP'nin sosyal medya hesaplarındaki bu tek yönlü kullanım pratiği ilginç bir çelişkidir.

“Siyasi partilerin resmi web sitelerine göre sosyal medya uygulaması kullanmaları, partilere ve liderlere ne gibi olanaklar sağlamaktadır?” sorusunun yanıtını ise, bulgularımıza dayanarak şu şekilde yanıtlayabiliriz. Sosyal medya kullanımı ilk elde siyasi aktörlere siyasal iletilerini yeni medya ortamlarının zaman ve uzam sınırını ortadan kaldırabilmesi nedeniyle hızla yayabilmelerine olanak sağlamaktadır. Yine yeni medya ortamlarının sağladığı hız ve yayılım olanağı, özellikle seçim yasaklarının belli bir saate değin olduğu oy verme günü siyasetçilerin Twitter ortamında sandıkların açılması işleminden haber vermesine olanak tanımıştır. Bilhassa bu minvalde 12 Haziran 2011 tarihinde Twitter hesaplarının gerek nicel içerik çözümlemesi, gerekse söylem çözümlemesi bu olguyu destekleyici gönderileri incelemiştir.

Ancak burada araştırma kapsamında örnekleme takipçi sayıları ve/veya tweet sayıları nedeniyle dahil ettiğimiz siyasal parti liderlerinin, MYK üyelerinin ve milletvekili adaylarının takip ettikleri kişi sayısının çok düşük olduğunu bir kere daha belirtelim. Bu da siyasetçilerin Twitter arayüzeyini yukarıda da vurguladığımız gibi tek yönlü, propaganda amaçlı, adeta basit bir duyuru panosu niteliğinde kullandığının önemli bir kanıtıdır. Bu şekilde kullanımın doğal bir uzantısı da yeni medya ortamlarının etkileşim özelliğinin, kullanıcı türevli içerikle karşılaşma/temas durumunun ortadan kalkması veya azalmasıdır. Siyasetçilerin çoğu partilerine ya da şahsi olarak kendilerine yöneltilen yorumları ve görüşleri -ki bu da ancak mention yoluyla olabilir- dikkate alıp, söylemsel pratiklerini ve reflekslerini bu yönde şekillendirmemektedir. Üstelik hesapları araştırma döneminde incelendiğinde takibe dahi kapalı siyasetçiler vardır.

Araştırmanın örnekleme yer alan siyasi aktörler incelenen arayüzeyi çoğunlukla ve sıklıkla duyuru panosu ya da anlık konuma/yere ilişkin paylaşımları için kullanmaktadır. Siyasal aktörler sosyal medya ortamlarında içeriğin hızla yayılması ve dolaşma girmesi özelliğinden yararlanmaktadır. Ancak nadiren, siyasi kimliklerinin yanında gazetecilik/yazarlık gibi

mesleklere sahip olanlar, Ertuğrul Kürkçü ve Aynur Bayram örneğinde görüldüğü üzere, sosyal medya hesaplarını daha katılımcı kültürün desteklenmesi yönünde kullananlar da vardır. Hiç kuşkusuz katılımcılığı teşvik eden ve etkileşimli bir kullanım pratiği sosyal medya hesabının daha özenli ve dikkatli kullanılmasını gerekli kılmaktadır. Ayrıca bu kişiler, webdeki diğer varoluşlarına ilişkin de hiperlink paylaşımı yaparak, müzakereci siyasetin kapılarını aralamak için ilk adımı atmaktadır. Görüldüğü üzere, sosyal medya ortamlarının sadece kullanılması veya orada var olmak yeterli bir kullanım biçimi değildir. Siyasetçiler yeni medya ortamlarının bu bileşenlerini kullanarak, webdeki varlıklarını, görünürlüklerini ve sözlerinin yayılımını güçlendirmektedir. Örneğin, bu noktada AKP Gençlik Kolları eski başkanı İsmail Karaosmanoğlu'nun kendisiyle ilgili URLleri paylaşımı buna örnek gösterilebilir. Etkili ve nitelikli Twitter kullanım koşulları arasında yüksek oranda retweet, mention ve hashtag kullanımı da burada sayılabilir.

Ayrıca yukarıdaki bu soruyla ilgili olarak belirtilmesi gereken bir diğer husus, siyasi liderlerin gündelik siyasi dilde ürettiği ayrımcı ve popülist dilsel pratiklerin sosyal medya hesaplarında da dolaşıma girmesi durumudur. Siyasetçilerin söylemsel pratiklerin tek yönlü olmasından dolayı, yurttaş/takipçi/seçmen de sadece edilgen konumdadır. Siyasi parti kültürlerinin ve yapısının ayrıntılı olarak ele alındığı Birinci Bölüm'de de görüldüğü üzere parti içi demokrasinin, katılımın olmadığı partilerde, bir yandan parti içi farklı düşünceler bir yandan baskılanırken, öte yandan da sosyal medya ortamında yurttaşın siyasetçilerin, özellikle de liderlerin monologlarına yönelik kanaatlerini nezaket kuralları çerçevesine olsa dahi ifade etmenin olanağı/yolu etkileşimsizlikten, hesapların takibe kapalılığından ötürü kapanmaktadır. Bu noktada istihbarat birimlerinin, emniyet kuvvetlerinin ve yargı makamlarının sosyal medya hesapları üzerinde giderek artan dijital gözetimi olgusu ile ifade özgürlüğünü sosyal medya ortamların da kısıtlayıcı düzenlemeler getirmesi girişimi konusu da yurttaş tarafında oldukça önemlidir.¹⁵¹ Çünkü gerek dijital gözetim olgusu olsun gerekse

¹⁵¹ Dünyada ve Türkiye'de dijital gözetim olgusu konusunda bakınız: Arslantaş, Toktaş, S. vd. (2012) *Türkiye'de Dijital Gözetim*. İstanbul: Alternatif Bilişim Derneği Yayınları. E kitap olarak bakınız: <http://ekitap.alternatifbilisim.org/turkiyede-dijital-gozetim.html>, Türkiye'de sosyal medya ortamına yönelik kısıtlamalar, ceza uygulamaları ve dijital gözetim için Alternatif Bilişim Derneği tarafından hazırlanan 28 Eylül 2012 tarihli, "2012 yılında Türkiye'de İnternet'te Neler Oldu?: İlerleme Raporu"na bakılabilir. Bakınız: <https://yenimedya.wordpress.com/tag/turkiyede-sosyal-medya-kullananlara-cezalar/>. Emek Çaylı ve Gülsüm Depeli'nin derlediği 2001-2011 yıllarını kapsayan geniş kapsamlı Türkiye'de ifade özgürlüğünün onyılı raporunda da, gerek medya üzerinde siyasi ve ekonomik baskıların medya endüstrisinde yarattığı sansür ve otosansür konusunda bakılabilir: Emek Çaylı ve Gülsüm Depeli (2012) *İfade Özgürlüğünün On Yılı: 2001-2011*. İstanbul: BİA.

sosyal medya ortamlarında nefret söylemi dışındaki her türlü ifade özgürlüğünün, uluslararası mevzuatı ihlâl edilerek (gerek BM İnsan Hakları Evrensel Bildirgesinin 19.maddesine ve gerekse AİHS'nin 10.maddesine aykırı şekilde) yasal takibat ve cezalandırmalara maruz kalması yurttaşların katılım kültürü üzerinde bir anlamda otosansür etkisini doğurduğunu da burada zikretmeden geçmeyelim.

“Sosyal medya ortamlarında kullanıcının yeni medyanın etkileşimselik ve katılım, kullanıcı türevli içerik üretme gibi özelliklerini kullanması siyasi partilerin ve liderlerin söylemsel pratiklerini ve siyasal iletişim sürecini ne şekilde etkilemektedir?” sorusunun yanıtı, Türkiye’deki demokrasi kültürünün niteliği ve yurttaşın bu kültür içerisindeki sınırlı/edilgen rolüyle de yakından ilgilidir.

Bu noktada Iris Young’un müzakereci demokrasinin koşullarıyla ilgili önerilerine bakalım. Young’ın tanımladığı çıkara dayalı demokrasiden *müzakereci demokrasiye* geçişin ve/veya ikincisini deneyimlemenin koşullarından birisi de sivil toplumun güçlendirilmesidir. Young’a göre “Çıkara dayalı demokrasi kavrayışları, demokrasiyi öncelikle insanın tercihlerini ve taleplerini ifade etmesini getirme ve bunları bir oyla tescil etmesini sağlayan bir süreç olarak görürler. Demokratik karar almanın amacı, hangi liderlerin, kuralların ve politikaların en fazla sayıda insana en iyi şekilde hizmet edeceğine karar vermektir; bunun için de her birey kendi çıkarlarını tanımlar” (1998: 175). Devlet iktidarının hedeflendiği bir süreçte müzakerenin başarılı olması çok da beklenir bir durum değildir. Ancak sivil toplumda bireyler akılcı hedefler ortaya koyup, bu anlamda ikna edici argümanlar ifade edebilirler. Young müzakereci demokrasinin ve iletişimin gerçekleştiği önemli mekanizmalar olarak sivil toplum örgütlerine vurgu yapmaktadır (1998: 176). Ancak bu bakımdan Türkiye nüfusuna bakıldığında örgütlü bir biçimde toplumsal yaşama dâhil olan birey oranının oldukça düşük olduğu söylenebilir. Tam da bu noktada, Tokgöz’ün vurgusu önem kazanmaktadır. Tokgöz’e göre, sivil toplumda, özellikle yurttaşlar arasında iletişim özgürlüğü siyasal ve anayasal düzeylerde canla başla savunulmalıdır (2008: 85). Bu noktada bir kere daha Türkiye’de genel olarak medya metinleri ile medya profesyonellerinin üretim koşullarına ve yeni medya ortamlarından özellikle İnternet ortamına yönelik olarak giderek artan yoğunlukta kısıtlayıcı bir çerçevede yapılan yasal düzenlemelerin iletişim özgürlüğüne yaptığı çeşitli olumsuz müdahalelerinin daha altını çizelim (Kurban ve Sözeri, 2012 ve 2013).

Yukarıdaki soruyla ilgili olarak, bir bulgumuz da şudur: Siyasetçilerin ve özellikle siyasi partilerin seçim kampanyalarında kullandıkları en önemli vurgu, “Herkes için” vurgusudur. Bu tüm partiler için geçerli bir vurgu/çağrıdır. Bu sadece sosyal medya ortamları üzerinden gerçekleşebilecek bir ideal olabilir. Sosyal medya araç ve ortamları kuramsal olarak etnik köken, ırk, din, mezhep, dil, statü, sınıf ve cinsiyet ayrımı olmaksızın herkesin bir biçimde var olabileceği platformlardır. Ancak siyasi partilerin söylemsel pratiklerine ve ilişki ağlarına bakıldığında bu çeşitliliğin sosyal medya ortamlarında hakkıyla gerçekleşmediği görülmektedir.

Yukarıdaki soruyla ilgili bir diğer durum saptaması da sosyal medya ortamlarının ve İnternet’in ticarileşmesi sorunudur. Bu ekonomi politik olgu ve sosyal medya ortamlarının kullanıcılar üzerinden değer üretmesi sorunu üzerinde bu araştırmanın kapsamı dışındadır. Ancak, şu hususu belirtmek gerekir: Türkiye’de sosyal medya ortamları siyasal iletişim pratikleri açısından bir tür pazar/piyasa yönelimli araştırma ortamı ve veri sağlayıcısı olarak iş görmektedir. Bu nedenle de kullanıcıların “yurttaş” olmasından ziyade, “tüketici” olarak konumlandırılması söz konusudur. Bu kullanıcılar bazen de buradaki başarılı kullanım pratiklerinden dolayı yeni bir kariyer geliştirebilmektedir. Örneğin, AKP yönetiminde bu anlamda sosyal medya üzerinden keşfedilmiş ve partiye dâhil edilmiş bir uzman ve/veya çalışan söz konusudur. Diğer farklı örnekler üzerinden de bilinmektedir ki, sosyal medya ortamlarında bir tür şöhret yakalamış, takipçi sayısı fazla olan kimi popüler kullanıcılar daha sonra çevrim dışındaki mecralarda bu başarılı kariyerlerini devam ettirmektedir. Örneğin çok popüler bir blog yazarının çevrim dışında anaakım bir ulusal gazetede köşe sahibi olması artık sıradan bir olgu haline gelmiştir. Neo-liberalizmin yeni piyasa mantığının bu alanda da işlediği görülmektedir.

Araştırmamızın bulguları tümlüklü bir bakışla değerlendirildiğinde görülmektedir ki, anaakım güncel siyaset sosyal medya ortamlarında da kendini tekrar etmektedir, bu bağlamda çevrim dışı yaşamda güçlü olan siyasi parti veya hareketler bu gücünü sosyal medya ortamlarında da yeniden üretmektedir. Bu biçimde siyasetin sosyal medya ortamlarını “normalleştirilmesi”nden söz edebiliriz. Örneğin AKP hesaplarındaki ciddi takipçi sayısı bu durumun somut görünümünden biridir. Normalleştirmeden kast ettiğimiz olguyu şu şekilde açıklayabiliriz: Siyasetin yeni medya ile olan ilişkisinde siyaseti temsil eden taraf kurumsal yapılar olarak siyasi partiler olduğunda bu iletişim, siyasi partilerin, özellikle de anaakım düşüncüyü temsil eden partilerse, muhafazakâr, kapalı ve esnek olmayan yapılar olmaları nedeniyle gelişkin ve

olanak üreten bir nitelik kazanmamaktadır. Oysa ki, örneğin toplumsal hareketler ve yeni medya ilişkisi tam da toplumsal hareketlerin niteliği gereği, dışlamayan, radikal, alternatif olanın da içerimlendiği ve bu biçimde yeni olanakların ve temsil biçimlerinin gelişebildiği hareketli ve çok yönlü bir ilişkiyi ortaya koymaktadır.

Bütün incelenen hesaplarda, gerek Twitter ortamında gerekse Facebook ortamında siyasi partilerin temel amacın duyuru ve açıklama yapmak olduğu saptanmıştır. Bu anlamda sosyal medya ortamlarının siyasetçiler için sağladığı ve sıklıkla başvurdukları olanakları arasında şunları sayabiliriz:

- siyasi partilerin ve liderlerin kendilerini ve söylemlerini tanıtmayı amaçlamak
- bu enformasyonu sürekli güncellenebilir kılmak,
- düzenli enformasyon akışı ile seçmen kitleyi parti etkinliklerinden haberdar etmek,
- seçmenlerin belli konularda görüşlerini derlemek/gözlemek
- çevrimdışı ortamda siyasi partinin ve liderin etkinliklerine destek ve izleyen sağlamak.

Çevrim dışı siyasetin çevrimiçinde yeniden kendisini tekrar ettiği durumlardan birisi de rakipleri değersizleştirme ve küçültmeye yönelik söylemsel pratiklerdir. Bu bağlamda çevrimdışı iletişimsel eylemin temel özelliklerinin sosyal medya ortamlarında da tekrar ettiğini söyleyebiliriz. Bu olgu çalışmada özellikle siyasi partilerin sosyal medya hesaplarının söylem çözümlemesi yöntemiyle incelendiği Üçüncü Bölümde ayrıntılı olarak açıklanmıştır. Bu konuyla ilgili olarak, burada iki farklı siyasi partiden iki siyasetçinin, BDP'den Hasip Kaplan ve AKP'den Mustafa Elitaş'ın Twitter üzerinden gerçekleştirdikleri karşılıklı konuşmanın tablolaştırılmış halini durumu somutlamak için inceleyelim:

Tablo 25. *Hasip Kaplan ve Mustafa Elitaş'ın Twitter Üzerinden Karşılıklı Konuşmaları*

Hasip Kaplan	Tarih	Mustafa Elitaş
@mustafaelitas kararnameler bize sansür sürgün ve OHAL'i hatırlatır	05.04.11	

Hasip Kaplan	Tarih	Mustafa Elitaş
@mustafaelitas vaziyet iyi ı	06.04.11	
	06.04.11	@HasipKaplan iyi hersey yolunda. Havalar nasıl sizin oralarda :)
@mustafaelitas 24 donemde gorusuruz pek rahat olmayacak	06.04.11	
	06.04.11	@HasipKaplan belki gorusemeyiz siz yarın gelin görüşelim geç olmadan:)
	06.04.11	@Memetak @hasipkaplan şiddeti desteklemeyen ülkenin herferdine herbir santimetresine sevdalı vekiller olur insallah
	06.04.11	@Memetak @hasipkaplan kardeşlik dilini birlik ve beraberlik dilini. Koltuk sevdalısı değil ülke sevdalısı millet sevdalısı...

Hasip Kaplan	Tarih	Mustafa Elitaş
@mustafaelitas AKP liler Şırnak'ta dün canlı yayında silah çekti,ateş etti.Taktik mi değiştirdiniz,stratejik mi?	26.04.11	
	26.04.11	@HasipKaplan bizimkilerin silahı kalem, Mermisi fikirleridir. Sizinkiler ile karistirma
@mustafaelitas sizinkiler kursun kalem yerine silah Kursunu kullanıyor.	26.04.11	

Özellikle 2011 Genel Seçimleri'nde siyasi liderler ve siyasetçiler tarafından yürütülen seçim kampanyasında yukarıda serimlenen tarzda ifadelerin ve söylemsel pratiklerin yoğun bir

şekilde kullanıldığı görülmüştür. Bunun doğal bir yansıması sosyal medya ortamlarında dolaşıma giren söylemin bizzatı kendisidir. Konuyla ilgili bir tarihsel saptamaya yer vermek açısından, Başbakan Recep Tayip Erdoğan'ın 12 Haziran 2011 Genel Seçim sonuçlarına istinaden AKP Genel Merkezinde yaptığı konuşmadaki vurguyu hatırlamakta yarar vardır:

“Kampanya sürecinde istemeden kalbini kırdığımız, üzdüğümüz kardeşlerimiz varsa hepsinden başta şahsım, tüm arkadaşlarım adına helallik diliyorum. Kampanya sürecinde yaşananların, söylenenlerin, yanlış anlamaların, incitici kelamın meydanlarda kalmasını diliyorum. İstemeden incettiğimiz siyasilere varsa onlardan da helallik diliyorum. Ben aziz milletime, tüm siyasi partilere hakkımı helal ediyorum, hakkımızı helal ediyoruz.”¹⁵²

Sosyal medya ortamlarında kullanılan deyim, atasözü, şarkı sözü vb. söylemsel pratikler popülizm örnekleri olarak değerlendirilebilir. Öte yandan bu tür kullanımlar mecranın yazma-konuşma arasındaki melez üslup pratiğine de uygundur.

Araştırmanın bir bulgusu da, sosyal medya ortamlarında gündem konusudur. Bu konu siyasi partilerin seçim döneminde kullandıkları sosyal medya hesapları üzerinden ele alınmıştır. Burada anaakım medyanın ve kamuoyunun gündeminin sosyal medya ortamlarının gündemini de belirleyip belirlemediği konusu da ele alınmıştır. Özellikle Twitter gündemine bakıldığında, bu araştırma projesi çerçevesinde örneklem kapsamında seçilen günlerde o günlere ait gündemin sınırlı bir biçimde de olsa tweetlerde yer aldığı görülmüştür. Aslında bu durum, anaakım medyanın ve kamuoyunun gündeminin dışında, bu gündemlerden bağımsız olarak sosyal medya ortamlarının ayrı ortamlar olarak kullanılmadığı göstermektedir. Bu durumun istisnası ise MHP ve özellikle BDP'nin sosyal medya ortamlarını bir anlamda kendi gündemlerini yaratmak için kullanmalarıdır. Sosyal medya ortamları özellikle anaakım medya endüstrisi ve yapılanması içerisinde kendine yeterince ve eksiltilmemiş temsil olanağı bulamayan BDP ve şimdilerde MHP için önemli bir kamusal duyuru, yayılım ve etkileşim olanağı sunmaktadır. Yeni medya ortamları, MHP ve BDP için çeşitli olanakları beraberinde getirmekte ve geleneksel kanalların sınırlılıklarını ortadan kaldırmaktadır. MHP'nin alternatif medya arayışında görece yenilikçi olduğu, ancak yeni medya ortamlarına özgü stratejilerin geliştirilmesi ve olanakların doğru biçimde kullanılması konusunda net bir odağa sahip olmadığı ifade edilebilir. Çalışmanın üzerinde durduğu Twitter ise, MHP denkleminde

¹⁵² <http://t24.com.tr/haber/erdoganin-3-balkon-konusmasinin-tam-metni-74-milyonun-hukumeti-olacagiz/150677>, Erişim tarihi: 06 Nisan 2013

geleneksel medyaya bir alternatif olmaktan ziyade, seçmenin partiyle olan bağı kuvvetlendirmenin bir aracı olarak görülebilir. BDP'nin sosyal medya kullanım pratikleri açısından üç temel saptama yapabiliriz: Twitter hesapları daha bireyselleşmiş bir kullanım olanağı sunarken, Facebook partinin kendi ideolojisini yaymak, örgütlenmek ve kitleyi mobilize etmek için diğer partilere göre daha etkileşimli bir şekilde kullanılmaktadır. Her iki sosyal medya aracı da, BDP için alternatif medya özelliği ve işlevi taşımaktadır. Nicel içerik çözümlemesinin bulgularında da Twitter ortamının özellikle BDP özelinde “sosyal medya muhabirliği” işlevi gördüğünü göstermiştir. Bu bağlamda, MHP, BDP, EDÖP ile Bağımsız adaylar Twitter’da kısmen “kendi seçmeni”ne yönelik içerik üretmişlerdir.

Burada çalışmanın önerilerini sunmaya geçmeden önce araştırma ekibi olarak, araştırma süreci ile ilgili bir değerlendirmeye araştırma etiği ve araştırmacının öz-düşünümselliği açısından yer vermeye uygun görüyoruz. Her şeyden önce bu araştırma bir ekip çalışması ve kolektif bir üretimin sonucudur. Yürütücü, araştırmacılar ve bursiyer olarak genç akademisyenler birlikte tüm araştırmayı tasarlamış ve tüm metin birlikte yazılmıştır. Kolektif çalışma yapmak ve ekip içerisinde tartışma, irdeleme ve birlikte düşünme kültürünü geliştirmek bu araştırmanın tüm araştırmacılara kazandırdığı en önemli çıktıdır kanımızca. Araştırmanın yeni medya ortamlarından sosyal medya üzerinde yapılması araştırma tekniğinin şekillenmesinde araştırma ekibini bir hayli zaman harcamaya zorlamıştır. Araştırma yöntem ve teknikleri proje önerisinde –içerik ve söylem çözümlemesi olarak- ilk başta belirtilmiş olsa dahi, bu çalışmada çok geniş bir süreyi kapsayan zaman diliminde bu yöntemlerin kullanılması çeşitli güçlükler doğurmuştur. Özellikle içerik çözümlemesinde birleştirme süreci, kodlama cetvelinin oluşturulması tüm araştırma ekibinin birlikte düşündüğü bir süreçtir. Keza, van Dijk’in haber metinlerinde uyguladığı söylem çözümlemesi de Twitter ve Facebook ortamları için adapte edilmiştir. Bunların dışında siyasal iletişim sürecinde AKP, CHP, MHP, BDP, EDÖP ve bağımsızlar olmak üzere 2011 Genel Seçimleri’nde siyasetçilerin sosyal medya kullanım pratikleri incelenirken, Türkiye’de siyasal kültür ve demokrasi kültürü konusunda da araştırmacılar önemli kazanımlar elde etmişlerdir. Siyasi partilere, siyasal katılıma ve siyasal iletişime ilişkin okumalar, örneklem kapsamında nicel-nitel içerik çözümlemesine ve söylem çözümlemesine tabii tutulan gönderilerin/içeriklerin her partinin kendi ideolojisi, öyküsü içerisinde ele alınması için araştırmacıları yönlendirmiş, bunun bir sonucu olarak araştırma projesinin başında tasarlanmayan bir şekilde Birinci Bölüm’de her parti kendi özgül ideolojik bileşenleri, demokrasi ve yurttaş tahayyülü temelinde ele alınmış, bu ideolojik temellenme de partilerin web 1.0 dan web 2.0 a uzanan, hatta cep telefonları ile

İnternet yayıncılığını kapsayan yeni medya kullanım pratiklerinin değerlendirilmesiyle de pekiştirilmiştir.

Araştırma sürecinde araştırma ekibinin kendi öyküsünün kısa da olsa paylaşılması kanımızca oldukça önemli ve diğer araştırmacılar için yol göstericidir.

Öneriler

Burada önerilerimizi iki alt başlık altında toplayarak sunmaktayız. *İlk olarak*, budan sonraki bilimsel çalışmalara yönelik önerilerimiz; *ikinci olarak*, siyasi parti ve liderlerin siyasal iletişim sürecinde sosyal medya ortamlarını kullanmalarına yönelik önerilerimiz.

a) *Bilimsel Çalışmalara Yönelik Öneriler*

Aziz'e göre "Siyasal iletişimde mesajı verenler genelde örgütlü yapılardır. Bu mesajlar çoğunlukla ya doğrudan siyasi kimliği olan yerden verilir ya da toplum/ belirli bir grup, topluluk adına hareket eden belirli bir kişi ya da gruplar tarafından verilir. Bunların bir kısmı, yaygın adı ile 'kamuoyu' adına oluşturulur, gündeme getirilir ve ilgili hedef kitleye aktarılır" (2003: 5). Ancak örneğin sosyal medya ortamlarında dolaşıma sokulan mesajlar bireysel tasarımlar olabilir. Bu da önemli bir vurgudur. Dolayısıyla siyaset yapma biçimi açısından daha farklı duran, diğer bir deyişle farklı bir tarzı olan siyasetçilerin de *tekil örnekler* üzerinden çalışılması bu anlamda gerekli olabilir.

Siyasetçilerin, özellikle AKP'li siyasetçilerin sosyal medya ortamlarında takip edilme sayıları oldukça çok yüksektir. Araştırma projesinde örneklem alma sürecinde ölçülen tarihlere örneğin Hüseyin Çelik'in hiç tweeti yoktur, ancak 25.303 takipçisi vardır. Bu örnek üzerinden gidersek, bir sonraki araştırmada mutlaka takipçiler üzerinden bir çalışma planlanmalı ve böylece bu varsayılan iletişimsel eylemin karşı aktörlerinin süreci nasıl anlamlandırdıkları/alımladıkları da ortaya konulmalıdır. Bu da hem çevrimiçi yeni medya etnografisini ve çevrim dışı kullanıcı alımlamasını gerekli kılmaktadır.

Bundan sonra İnternet dolayımı yapılacak bir siyasal iletişim çalışmasında video paylaşım ağlarına mutlaka bakılması gereği de ortaya çıkmıştır. Bu sadece bizim gözlemimiz değil, siyasi partilerin sosyal medya uzmanları ile çalışanları tarafından da tespit edilen bir durumdur. Video paylaşım ağları parti sempatanların ve gönüllülerin sıklıkla içerik üretip dolaşıma soktukları ortamlardır. Bu şekilde kullanıcı türevli içeriklerin partilerin siyasi kampanyalarına ne şekilde eklemlendiği de mutlaka ele alınmalıdır. Çünkü, artık siyasal iletişim sürecine ve profesyonel uzmanların hazırladığı siyasal kampanyalara yurttaşın bizzatihi kendisi de yaptığı içerik üretimleri ile müdahil olabilmektedir.

Siyasal iletişim bağlamında çalışılan en geleneksel konulardan birisi de siyasal duyumsamazlık (*political apathy*) ve siyasallaşma bağlamında birey üzerinde medyanın yarattığı etkidir. Benzer bir motivasyonla siyasallaşma/siyasal toplumsallaşma konusunda sosyal medya ortamların yurttaş üzerindeki etkisi de bundan sonraki bilimsel çalışmalarda incelenebilir.

b) Siyasi Parti Ve Liderlerin Siyasal İletişim Sürecinde Sosyal Medya Ortamlarını Kullanmalarına Yönelik Öneriler

Sosyal medya araç ve ortamları üzerinden yürütülen siyasal iletişim kampanyalarının sürekliliği de önemli bir husustur. Bu konuda bir kesinti vb. olmaması için de bu alanda çalışan kişi ve grupların partili olmaları, en azından parti sempatanı olmaları önemlidir. Herhangi bir partinin sosyal medya üzerinden yürüttüğü iletişimin profesyonel bir grup tarafından yürütülmesi durumunda, örneğin sözleşme süresi sonunda bu iletişim kanalının kapanması, kapatılması anlamına gelmektedir. Sosyal medya ortamlarında düzenlenen kampanyalarda elde edilen takipçi kazanımlarının sürekliliğinin sağlanması ve kaybedilmemesi, yeni siyasi kampanyalara kanalize edilmesi gereklidir. Siyasi liderlerin özellikle Türkiye bağlamında da sosyal medya ortamlarının kullanıcılarının özellikle genç nüfus olduğunu göz önüne alması ve bu hedef kitlenin özelliklerine göre sosyal medya stratejilerini yeniden değerlendirmeleri gerekmektedir. Bununla ilgili bir diğer önerimiz de, partinin genç nüfusun kişisel kitlevi iletişim olanağını mobilize etmesi gereğidir. Birinci Bölümde de Castells'in zikrettiği kişisel kitlevi iletişim/kitlevi öz-iletişim olgusunun siyasi aktörler açısından seçim kampanyasında gönüllü bir çalışan ordusu yaratmak açısından büyük bir gizil gücü vardır.

Müzakareci anlayışın gelişebilmesinin koşullarından birisi de Young'ı izleyerek söyleyecek olursak, tarafların iletişim süreci içerisinde bireysel deneyimlerini aktarmaları, öykülemeleridir. Tarafların, var olan kamusal tartışmaya yönelik katkı koyabilmelerini, konuya akılcı bir açılımın gerçekleşmesini sağlayan en önemli ifade biçimlerinden birisi de bu mekanizmadır. Tartışma konusu olan herhangi bir sürece, olaya ilişkin tarafların deneyimlerini aktarmaları, sahicilik, samimiyet, ikna ve kavrama konusunda önemli katkı sağlamaktadır. Siyasi aktörlerin sosyal medya hesaplarında deneyim paylaşmaması durumu, taraflar arasındaki ayrımı belirginleştirmekte ve konular/bakış açıları arasındaki mesafeyi arttırmakta; siyaseti öfkeli monologlardan oluşan söylemsel pratiklere dönüştürmektedir.

Siyasi partilerin sosyal medya hesaplarının yurttaş katılımına açılması ve yurttaşın siyasetçilerle etkileşime girmesi, siyasetin dilinin müzakereci bir demokrasiye doğru evrilebilmesi için, kanımızca reel siyasetin dilinin ve yapısının değişmesi gerekmektedir. Lincoln Dahlberg'in izleyerek diyecek olursak (2001: 615-633; ayrıca bakınız Chadwick, 2006: 89) siyasi partilerin sosyal medya hesaplarında ürettikleri dilin samimi, dürüst, açık, art niyetsiz, öz-düşünümsel, farklı siyasi görüşleri de dinlemeye, akılcı eleştiri ve argüman geliştirmeye yönelik olması gerekmektedir. Siyasal aktörlerin öz-düşünümsel olması, kendi kanaatlerini, değerlerini ve argümanlarını yeni ve farklı argümanlar ile karşısında eleştirel bir şekilde değerlendirmeye tabii tutması demektir. *Öz düşünümsellik*, siyasetçilerin söylemsel pratiklerini müzakereci demokrasinin zemini için de besleyen bir erdemdir. Türkiye'de yeni medya ortamları, özellikle de sosyal medya araç ve ortamları siyasetçiler tarafından kullanıldığında, onların kendi kanaat ve değerlerini tek yönlü bir şekilde "dikte etmek" ve yahut "yukarıdan aşağıya" nasihat vermek için kullanılmamalı; kendi gibi düşünmeyenlerin katılımına ve kanaatlerin birbiriyle yarışmasına açılmalıdır. Hali hazırdaki tablo bu değildir. Ancak tekrar altını çizelim, müzakereci bir demokrasi kültürünün varlığının temeli ve koşulları siberuzamda değil; reel yaşamda atılır ve geliştirilir.

Sonuç olarak denilebilir ki, siyasal iletişim ve sosyal medya arakesitinde özellikle demokrasi kültürünün ve katılımcı demokrasi pratiklerinin gelişimini incelemek önemli bir çalışma alanına işaret eder. Ancak, bu iletişimsel eyleme tek yönlü bakıldığında bütüncül bir görünüm elde etmek mümkün değildir. Bir şekilde sosyal medyayı kullanan gerek siyasetçiler gerekse yurttaşlar açısından bu tartışma, ekonomik göstergeler, İnternet erişiminin yaygınlığı, sayısal uçurum, katılımcı/sivil yurttaşlık, tartışma etiği kültürü ve deneyimi, eğitim ve dijital deneyim/ler ile yeni medya okuryazarlığı temelinde ve üstelik her bir başlık altında yeniden

ele alınabilir. Elbette, bu anlamda hem örgün eğitimde hem de yaygın/yaşam boyu yetişkin eğitiminde medya okuryazarlığı bağlamında yeni medya okuryazarlığı konusunun yurttaşlık bilgisinin bir bileşeni olarak ele alınmasında, nefret söylemi ve netiket gibi konuların ve tartışmaların da bu müfredata eklenmesinde hiç kuşkusuz gerek ve fayda vardır. Douglas Kellner ve Richard Kahn'ın da belirttiği gibi aktif yurttaş teknolojik okuryazarlığın çoklu formlarını öğrenmek zorundadır (2007: 33). Siyasi iletişim sürecinde siyasetçilerin sosyal medya hesaplarını kullanım pratiklerinin incelenmesi ve ortaya çıkan görünüm, biz araştırmacıları yine yeni medya okuryazarlığı olgusuna ve bu dijital becerinin-niteliğinin donanımın toplumun her kesiminde temsil edenler ve edilenler tarafından kazanılması gereğine tekrar getirmiştir.

REFERANSLAR

- ACAR, E., *Sosyal Medya Pazarlaması: Sosyal Webde Pazarlama Stratejileri*, Efil, Ankara, (2010).
- ACAR, E., Sosyal Medyada 12 Haziran Genel Seçimleri, *Hepimiz Globaliz Hepimiz Yereliz*, ed: Sözen E., Alfa Basım Yayın, İstanbul, (2012). 259-274.
- AĞTAŞ, Ö., Siyaset Sahnemiz, Popülizm ve Eskisiyle, Yenisiyle CHP, *Birikim Dergisi*, 267, 46-53, (2011).
- AKDOĞAN, Y., *Muhafazakâr Demokrasi*, Ak Parti Yayınları, Ankara, (2003).
- AKDOĞAN, Y., Muhafazakar-Demokrat Siyasal Kimliğin Önemi ve Siyasal İslamcılıktan Farkı, *Ak Parti Toplumsal Değişimin Yeni Aktörleri*, ed: Yavuz H., Kitap Yayınevi, İstanbul, (2010). 59-95.
- AKP 2011 Genel Seçim Beyannamesi:
<http://www.akparti.org.tr/upload/documents/beyanname2011.pdf> (Erişim 14.08.2012).
- AKTAŞ H., *Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak İnternet*. Konya: Tablet Kitabevi, (2004).
- ALEXA, Top Sites in Turkey: <http://www.alexa.com/topsites/countries/TR> (Erişim: 10.03.2013).
- ALTUN, F., İslamcılığın Muhafazakar Demokrasiyle İmtihanı, *Anlayış Dergisi*, 31, 42-43, (2005).
- ARSLAN YEĞEN, U. T., BİNARK, M., İnternet Mecraları, Kanaat Oluşumu ve Dolaşımı: Kamusal ve Mahrem Arasında, Proje No: 110K051, (ARALIK 2011).
- AYBEK, Ş., *CHP Tarihi*, Maya Akademi, Ankara, (2009).
- AYGÜL, E., *Yeni Medyada Nefret Söyleminin Üretimi: Bir Toplumsal Paylaşım Ağı Olarak Facebook Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (2013).
- AZİZ, A., *Siyasal İletişim*, Nobel, Ankara, (2003).

- AZİZ, A., *Siyasal İletişim*, Nobel, Ankara, (2011).
- BAŞKAN, F., Globalization and Nationalism: The Nationalist Action Party of Turkey, *Nationalism and Ethnic Politics*, Routledge, 12, 83–105, (2006).
- BAYRAKTUTAN SÜTÇÜ, G., İktidarın Müzelerinin Sanal Uzamdaki Varlığı Üzerinden Siyasal İletişimi Yeniden Düşünmek, *Yeni Medya Çalışmaları*, ed: Binark M., Dipnot Yayınları, Ankara, (2007). 71-96.
- BAYRAKTUTAN SÜTÇÜ, G., *Blog Ortamı ve Türkiye’de Blogosferdeki Akademik Entelektüeller Örneği*, (Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (2010).
- BAYRAKTUTAN, G., BİNARK, M., ÇOMU, T., DOĞU, B., İSLAMOĞLU, G., TELLİ AYDEMİR, A., Sosyal Medyada 2011 Genel Seçimleri: Nicel – Nitel Arayüzey İncelemesi, *Selçuk İletişim Dergisi*, 7(3), 5-29, (2012).
- BENNETT, W. L., Communicating global activism: strengths and vulnerabilities of networked politics, *Information, Communication and Society*, 6(2), 143–68, (2003).
- BENOIT, W. L., Content Analysis in Political Communication, *The Sourcebook for Political Communication Research: Methods, Measures, and Analytical Techniques*, ed: Bucy E.P., Holbert R. L., Routledge, New York, (2011). 268-279.
- BİLA, H., *CHP 1919-2009*, Doğan Kitap, İstanbul, (2008).
- BİLGİN, N., *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi: Teknikler ve Örnek Çalışmalar*, Siyasal Kitabevi, Ankara, (2006).
- BİNARK, M., Yeni Medya Dolayimli İletişim Ortamında Olanakların ve Ol(a)mayanların Farkında Olmalı, *Evrensel Kültür*, 216, 60-63, (2009).
- BİNARK, M. ve LÖKER, K., *Sivil Toplum Örgütleri İçin Bilişim Rehberi*, STGM, Ankara, (2011).
- BORA, T., Türk Sağı: Siyasal Düşünce Tarihi Açısından Bir Çerçeve Denemesi, *Türk Sağı Mitler, Fetişler, Düşman İmgeleri*, ed: Kerestecioğlu Özkan İ., Öztan G.G., İletişim Yayınları, İstanbul, (2012). 9-28.

- BORA, T., CANEFE, N., Türkiye’de Popülist Milliyetçilik, *Anavatandan Yavruvatana: Milliyetçilik, Bellek ve Aidiyet*, ed: Canefe N., İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, (2007).
- BOYD, D., Social Network Sites: my definition, (2006):
http://many.cornate.com/archives/2006/11/12/social_network_sites_my_definition.php
(Erişim: 21.02. 2011).
- BOYD, D., NICOLE, B. E., Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, *Journal of Computer-Mediated Communication* ,13, 210–230, (2008).
- BREESE, E. B., Mapping the Variety of Public Spheres, *Communication Theory*, 21, 130-149, (2011).
- BRUNS, A., BURGESS, J., #Ausvotes: How twitter covered the 2010 Australian federal election”, *Communication, Politics, Culture* 44(2), 37-56, (2011).
- BURT, E., TAYLOR, J., When virtual meets value: insights from the voluntary sector, *Information Communication and Society*, 4(1), 54–73, (2001).
- CASTELLS, M., *Communication Power*, Oxford University Press, NY, (2009).
- CASTELLS, M., Ağ Toplumunda İletişim, İktidar ve Karşı-İktidar, Yeni Medya Üzerine, Akdeniz Üniversitesi İletişim Araştırma ve Uygulama Merkezi, Antalya, 13- 45, (2012).
- CENTER FOR RESPONSIVE POLITICS, “Expenditures breakdown”, (2008):
<http://www.opensecrets.org/pres08/expenditures.php?cycle=2008> (Erişim: 15.04.2013).
- CHADWICK, A., HOWARD, P. N., “New directions in internet politics research”,
Routledge Handbook of Internet Politics, ed: Chadwick A., Howard P. N., Routledge, New York, (2009).
- CHADWICK A., *Internet Politics: States, Citizens, and New Communication Technologies*, Oxford University Pres, New York, (2006).
- CHAFFEE, S. H., METZGER, M. J., The End of Mass Communication? *Mass Communication and Society*, 4(4), 365–379, (2001).
- CHP, 2011 Seçim Bildirgesi: http://www.chp.org.tr/wp-content/uploads/secim_bildirgesi-web.pdf (Erişim: 17.09.2012).

CHP, Demokrasi Raporu, (BYKP) Çalışmaları No:7, (Mayıs 2011):

<http://www.chp.org.tr/wp-content/uploads/demokrasiraporu.pdf> (Erişim: 14.02.2013).

CHP, Parti Programı <http://www.chp.org.tr/wp-content/uploads/chpprogram.pdf> (Erişim: 14.02.2013).

CIVICWEB D13 Report, The Production of Civic websites for young people: <http://www.civicweb.eu/images/stories/reports/civicwebwp74thnovemberproducerreportfinal.pdf> (Erişim: 21.02.2011).

COHEN, B. C., *The Press and Foreign Policy*, University of California, (1993).

ÇAHA, Ö., GUIDA, M., *Türkiye’de Seçim Kampanyaları*, Orion Kitabevi, Ankara, (2011).

ÇAKIR, R., 12 Eylül’den 12 Haziran’a Siyasi Partiler: Barış ve Demokrasi Partisi, SETA Vakfı Analiz Raporu, 38, (2011).

ÇAKMAK KILIÇASLAN, E., *Siyasal İletişim-İdeoloji ve Medya İlişkisi*, Kriter Yayınevi, İstanbul, (2008).

ÇEÇEN, A., *100 Soruda Kemalizm: Başlangıcından Günümüze*, Kilit Yayınları, Ankara, (2012).

ÇELİK, H., EKŞİ, H., Söylem Analizi, *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 27, 99-117, (2008).

ÇETİNSAYA, G., İslamcılıktaki Milliyetçilik, *Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce*, Cilt 6: İslamcılık, İletişim Yayınları, İstanbul, 420-451, (2004).

ÇINAR, M., *Siyasal bir Sorun Olarak İslamcılık*, Dipnot, Ankara, (2005).

ÇINAR, M., Kendi Ezberini Bozamayan Parti, *Birikim Dergisi*, 283, 30-34, (2012).

DALSGAARD S., Facework on Facebook: The presentation of self in the virtual life and its role in the US elections, *Anthropology Today*, 24(6), 8-12, (2008).

DAĞTAŞ, B., İngiliz Kültürel Çalışmaları’nda İdeoloji, *Kurgu Dergisi*, 16, 335-357, (1999).

DAHLBERG, L., The Internet and Democratic Discourse, *Information, Communication and Society*, 4(4), 615-633, (2001).

- DAHLGREN, P., Media, Citizenship and Civic Culture, *Mass Media & Society*, ed: Curran I. J., Gurevitch M., Arnold, Londra, (2000).
- DAHLGREN, P., *Media and Political Engagement: Citizens, Communication, and Democracy*, Cambridge University Press, NY, (2009).
- DAVIS, A., New media and fat democracy: the paradox of online participation, *New Media Society*, 12(5), 745–761, (2010).
- DAVIS, R., BAUMGARTNER, J. C., FRANCA, P. L., MORRIS, J. S., “The internet in U.S. election campaigns”, *Routledge Handbook of Internet Politics*, ed: Chadwick A., Howard P.N., Routledge, NY,(2009).
- DELWICHE, A., Agenda–setting, opinion leadership, and the world of Web logs, *First Monday*, ISSN 1396–0466, (2005, 05), text. Retrieved February 17, 2013: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/1300/1220>
- DIARMAID, B., The Evolving Use of Social Media for Political Campaigns, (2011): <http://socialmediatoday.com/diarmaid-byrne/338242/evolving-use-social-media-political-campaigns> (Erişim: 01.09.2012).
- DICK, J. V., Tracing Twitter: The Rise of a Microblogging Platform, *International Journal of Media & Cultural Politics*, 7(3), 333-348, (2011).
- DONSBACH, W, Agenda-Setting Effects. In *The International Encyclopedia of Communication*, ed: Donsbach W., Wiley-Blackwell, (2008, May 6).
- DOĞANAY Ü., *Demokratik Usuller Üzerine Yeniden Düşünmek*, İmge Kitabevi, Ankara, (2003).
- DÖNMEZ, R. Ö., Adalet ve Kalkınma Partisi: İslamcılıktan Post Kemalist Bir Anlatıya Doğru, *Doğu Batı Dergisi*, 58, 37-57, (2011).
- DUMAN, M. Z., Kürt Siyasetinde Paradigmal Değişim, *Sosyoloji Dergisi*, (Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayını), 26, 91- 115, (2012).
- DURAK, Y., Dindar-Muhafazakar Burjuvazi ve Yukarıdan Dindarlık, *Birikim Dergisi*, 278-279, 46-54, (2012).

- DURNA, T., KUBİLAY, Ç., Söylem Kuramları ve Eleştirel Söylem Çözümlenmeleri, *Medyadan Söylemler*, ed: Durna T., Libra Kitapçılık ve Yayıncılık, İstanbul, (2010). 47-84.
- EKİNCİ, Ç., 2011 Genel Seçimlerinde *Hürriyet, Zaman, Yeni Şafak ve Cumhuriyet* Gazetelerinde Diyarbakır, İzmir, Ankara ve İstanbul Mitinglerine İlişkin Gündem Koyma, Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Yüksek Lisans Programı HİT 503 İletişim Kuramları İçerik Çözümlemesi Ödevi, (2012).
- EMRE, Y., CHP Sosyal Demokrat Olabilir Mi?, *Birikim Dergisi*, 287, 39-45, (2013).
- ENGİN, E., Sanal Alemde Seçim Bereketi”, *Birgün Gazetesi*, (5. 07. 2007).
- ERDOĞAN, N. P., AKP'nin Siyasal Söylemi Üzerine: Biz Hizmet Partisiyiz, *Birikim Dergisi*, 283, 66-71, (2012).
- EVRE, B., Söylem Analizine Yönelik Farklı Yaklaşımlar: Bir Sınıflandırma Girişimi, *Medyada Gerçekliğin İnşası*, ed: Parlak İ., Çizgi Kitabevi, Konya, (2009). 107-152.
- FARSONGİ H. M., Active netizens on Facebook: Case study of Indonesian' online participation regarding the 2009 Presidential Election, Media, Democracy and Change-Refeered Proceedings of the Australiand and New Zealand Comm. Association, (2010).
- FISKE, J., *İletişim Çalışmalarına Giriş*, çev: İrvan S., Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, (1996).
- FOOT, K. A., SCHNEIDER, S. M., *Web Campaigning*, MIT Press, Cambridge, (2006).
- GENEL, M. G., SİYASAL İLETİŞİM KAMPANYALARINDA SOSYAL MEDYANIN KULLANIMI (12 HAZİRAN 2011 SEÇİMLERİ “twitter” ÖRNEĞİ), *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC*, Volume 2 Issue 4, 23-31, (2012).
- GEORGE, A. L., İçerik Çözümlemesinde Nicel ve Nitel Yaklaşımlar, İletişim Araştırmalarında İçerik Çözümlemesi, çev: Çebi M. S., Alternatif, Ankara ,(2003). 9-47.
- GERAY, H., *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş İletişim Alanından Örneklerle*, Siyasal Kitabevi, Ankara, (2004).
- GÖKÇE, O., *İçerik Analizi: Kuramsal ve Pratik Bilgiler*, Siyasal Kitabevi, Ankara, (2006).

- GÖKER G., İnternet'in Türkiye'de Kadın Hareketi Üzerindeki Etkisi: Kadın Kurultayı E-Grubu Örneği, *Yeni Medya Çalışmaları*. (Der.) Binark M., Dipnot Yayınları, Ankara, (2007). Pp: 205-247.
- GÖKER G., Internetsiz devrim mümkün mü?, *Evrensel Kültür*, Aralık 2009, Sayı: 216, 73-76, (2009).
- GRABE M. E., BUCY E. P., Image bite Analysis of Political Visuals: Understanding the vidual Framing Process in Election News, *The Sourcebook for Political Communication Resarch: Methods, Measures, and Analytical Techniques*, ed: Bucy E. P., Holbert R. L., Routledge, New York, (2011). 209-237.
- GUERGUIEVA, V. Voters, MySpace and YouTube: the Impact of Alternative Communication Channels in the 2006 Election Cycle and Beyond, *Social Science Computer Review*, 26(3), 288-300, (2008).
- GUREVITCH, M., COLEMAN, S., BLUMLER, J. G., Political Communication –Old and New Media Relationships, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 625, 164-181, (2009).
- GÜREL, T., *Türk Siyasi Tarihinde “Muhafazakârlık” Kimliği ve AKP Örneği İncelemesi*, (Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (2007).
- HALE, W., Hıristiyan Demokrasi ve AKP, Benzerlikler ve Zıtlıklar, *Ak Parti Toplumsal Değişimin Yeni Aktörleri*, ed: Yavuz H., Kitap Yayınevi, İstanbul, (2010). 97-120.
- HANSEN, A., İçerik Çözümlemesi, İletişim Araştırmalarından İçerik Çözümlemesi, çev: Çebi M. S., Alternatif, Ankara, (2003). 49-102.
- HATİPOĞLU, A., *CHP'nin İdeolojik Dönüşümü: Kemalizmden Sosyal Demokrasiye*, Kaynak Yayınları, İstanbul, (2012).
- HERKNER, W., İçerik Çözümlemesi, İletişim Araştırmalarından İçerik Çözümlemesi, çev: Çebi M. S., Alternatif, Ankara, (2003). 124-176.
- HOCAOĞLU, D., Yeni M.H.P. ve Ülkücülük, Son Çağrı, 05, (17.04.1997): <http://www.durmushocaoglu.com/dh/yazi.asp?yid=4406964> (Erişim: 26.08.2012).
- IFUKOR, P., “‘Elections’ or ‘Selections’? Blogging and Twittering the Nigerian 2007 General Elections”, *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(6), 398-414, (2010).

- INTERNET WORLD STATS: <http://www.internetworldstats.com> (Erişim: 01.09.2012).
- IRAK, D., YAZICIOĞLU, O., *Türkiye ve Sosyal Medya*, Okuyanıs Yayınları, İstanbul, (2012).
- İNAL, A. *Haberi Okumak*, Temuçin Yayınları, İstanbul, (1996).
- İNCEOĞLU, Y. G., ÇOMAK, N. A., Teun A Van Dijk, *Metin Çözümlemeleri*, ed: İnceoğlu Y. G., Çomak N. A., Ayrıntı Yayınları, İstanbul, (2009). 19-82.
- İNSEL, A., Muktedir Oluşun İfadeleri, *Birikim Dergisi*, 267, 11-14, (2011).
- İNSEL, A., Güvenin Tesisinden Özgüven Patlamasına, *Birikim Dergisi*, 283, 15-21, (2012).
- JENSEN, K. B., New Media, Old Methods- Internet methodologies and the Online/offline Divide, *The Handbook of Internet Studies*, ed: Consalvo M., Ess C., Wiley-Blackwell, Malden, MA, (2011). 43-58.
- KAHN R., KELLNER D., Globalization, Technopolitics, Radical Democracy, *Radical Democracy and the Internet: Interrogating Theory and Practice*, (Der.) Dahlberg L. ve Siapera E., Palgrave, New York, (2007). Pp: 17-36.
- KARAKAYA-POLAT R., The Internet and Political Participation: Exploring the Explanatory Links, *European Journal of Communication*, 20 (4), 435-459, (2005).
- KEYMAN, F., Kürt Sorununu Yeniden Düşünmek: Güvenlik İkilemi ve Demokratik Çözüm Olasılığı, *Türkiye'nin Yeniden İnşası-Modernleşme, Demokratikleşme, Kimlik*, ed: Keyman F., Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, (2013).125- 147.
- KILIÇDAROĞLU, K., *Türkiye'ye Sözüm Var: Oktay Ekşi İle Nehir Söyleşi*, Literatür, İstanbul, (2011).
- KIYMAZ, E., *Türkiye'nin Kürt Sorununa Yaklaşımında Değişim (1990-2010)*, (Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (2010).
- KLUVER, R., JANKOWSKI, N. W., FOOT, K. A., SCHNEIDER, S. M., *The Internet and National Elections: A Comparative Study of Web Campaigning*, Routledge, New York, (2007).
- KOCABIYIK, H., 2000'li Yıllarda Milliyetçi Hareket Partisi, *Türkiye'de Siyasi Partiler*, ed: Ete H., Meydan Yayıncılık, (2011).

- KOÇAK, K., “Kasımpaşalı Haylaz”dan “Otokrat Master”a, *Birikim Dergisi*, 267, 34-38, (2011).
- KONDA BAROMETRESİ 4. ARA RAPOR, Konda Araştırma ve Danışmanlık, (Temmuz 2011).
- KÖKÇE, H. K., *Two Transformative Actors of Turkish Politics: Justice and Development Party and Kurds*, (Yüksek Lisans Tezi), Ortadoğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (2010).
- KÖKSOY, E., İnternetin Siyasal İletişim Aracı Olarak Kullanımı (İktidar ve Anamuhalefet Partilerinin Web Sayfaları Analizi), (Yüksek Lisans Tezi), Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (2008).
- KÖSE, A. ve YILMAZ, M. *Seçimler ve Değerler*, Serander Yayınları, Trabzon, (2012).
- KURBAN, D., SÖZERİ, C., *İktidar Çarkında Medya*, İstanbul. TESEV Raporu, (2012).
- KURBAN, D., SÖZERİ, C., Türkiye’de Özgür ve Bağımsız Bir Basın İçin Siyasa Önerileri, TESEV Demokratikleşme Programı Medya Raporları Serisi 4, (Mart 2013).
- KÜMBETOĞLU, B., *Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma*, Bağlam Yayıncılık, İstanbul, (2005).
- LANG, K., LANG, G. E., The Mass Media and Voting, ed: Berelson B., *Reader in Public Opinion and Communication* (2nd Revised edition), Free Pr, (1966).
- LILLEKER D. G., JACKSON N., Politicians and Web 2.0: the current bandwagon or changing the mindset?, Politics: Web 2.0: An International Conference, Royal Holloway, (2008).
- LIPPMANN, W., *Public Opinion*. Harcourt, Brace, (1922).
- LISTER, M., DOVEY, J., GIDDINS, S., GRANT, I., KELLY, K., *New Media: A Critical Introduction*, Routledge, NY, (2003).
- LUTZ, M., Social Pulpit: The Barack Obama’s Social Media Toolkit, Edelman, (2009).
- MAGRO, M. J., A Review of Social Media Use in E-Government, *Administrative Sciences*, 2(2), 148–161, (2012).
- MAYRING, P., *Nitel Sosyal Araştırmaya Giriş: Nitel Düşünce İçin Bir Rehber*, çev: Gümüş A., Durgun, S. M., BilgeSu, Ankara, (2011).

- McCOMBS, M. E., SHAW, D. L., The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187, (1972).
- METE, Ö. L., AK Görev: Siyasi İslamcılığı Tasfiye, *Sabah*, (11.08.2003).
- MEYER, M. Between theory, method, and politics: positioning of the approaches to CDA, *Methods of Critical Discourse Analysis*, ed: Wodak R., Meyer M., Sage Pub, London, (2001).
- MHP, “2011 Seçim Beyannamesi: 2023’e Doğru Yükselen Ülke Türkiye Sözleşmesi”
- MURTI, D. C. W., Keyboard Action End up Political Party: Understanding the Intertwining Relations of Social Media Activism, Citizenship, and the Dynamics of Democracy in Indonesia, *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 3 (2), 2013.
- MUTLU E., *İletişim Sözlüğü*, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, (2004).
- NEUMAN, W. L., *Toplumsal Araştırma Yöntemleri – Nicel ve Nitel Yaklaşımlar*, çev: Özge, S., C:2, YayınOdası, İstanbul, (2007).
- ÖKSÜZ O., TURAN-YILDIZ E., Siyasal İletişimde İnternet Kullanımı: “Türkiye ve ABD’deki Siyasal Partilerin Web Sitelerinin Karşılaştırmalı Analizi”, 2nd International Symposium, Communication in the Millenium, İstanbul, (2004).
Tam metin, <http://cim.anadolu.edu.tr/pdf/2004/1130855423.pdf> adresinden indirilmiştir.
Erişim tarihi: 5 Şubat 2011.
- ÖZER, Ö., *Eleştirel Haber Çözümlemeleri*, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları, Eskişehir, (2009).
- ÖZKAZANÇ, A., Cumhuriyet Döneminde Siyasal Gelişmeler: Tarihsel-Sosyolojik Bir Değerlendirme, *1920’den Günümüze Türkiye’de Toplumsal Yapı ve Değişim*, ed: Alpkaya F., ve Duru B., Phoenix Yayınevi, Ankara, (2012).
- ÖZMAN, A., COŞAR, S., 1980 Sonrasında Türkiye’de Merkez Siyaseti Yeniden Kavramsallaştırmak: Dönüşüm mü, Süreklilik mi?, *Türkiye’nin Yeniden İnşası-Modernleşme, Demokratikleşme, Kimlik*, ed: Keyman F., Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, (2013). 97- 124.
- PAPACHARISSI, Z., The virtual geographies of social networks: a comparative analysis of Facebook, LinkedIn, ASmallWorld, *New Media and Society*, 11(1-2), 199-220, (2009).

- RAPAPORT, R., "Net vs. Norm." Forbes, 29.05.2000:
http://www.forbes.com/asap/2000/0529/053_print.html (Erişim: 14.02.2013).
- RAWLS, J., *Sivil İtaatsizliğin Tanımı ve Haklılığı*, Ayrıntı Yayınlar, İstanbul, (2001).
- RESNICK, D., Politics on the Internet: The Normalization of Cyberspace, *The Politics of Cyberspace*, ed: Toulouse C., Luke T. W., Routledge, New York & London, (1998).
- ROBERTSON, S. P., VATRAPU, R. K., MEDINA, R., The social life of social Networks: Facebook linkage patterns in the 2008 U.S. Presidential Election, The Proceedings of the 10th Int. Digital Governmet Research Conference, (2009).
- SALTER L., Democracy, new social movements and the Internet: A Habermasian analysis, *Cyberactivism: Online activism in theory and practice*, (Eds.) McCaughey M. and Ayers M., Routledge, London, (2003).
- SARAÇOĞLU, C., Türkiye Sağı, AKP ve Kürt Meselesi, *Türk Sağı Mitler, Fetişler, Düşman İmgeleri*, ed: Kerestecioğlu Özkan, İ., Öztan G. G., İletişim Yayınları, İstanbul, (2012). 243-279.
- SARIBAY, A. Y., *Siyasal Sosyoloji*, Der Yayınları, İstanbul, (1994).
- SELÇUK, A., ŞEKER, M., *Danıştay Saldırısı Haberlerinde Söylem ve İdeoloji*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, (2012),
- SELÇUK, Y., İkrar İle İnkâr Arasında AK Parti'nin Kimliği, *Anlayış Dergisi*, 31, 51-54, (2005).
- SKALSKI, P., (t.y.) Content Analysis of Interactive Media: academic.csuohio.edu/.../Interactive09.ppt (Erişim: 05.04. 2012).
- SMALL, T. A. The Facebook Effect? Online campaigning in the 2008 Canadian and U.S. Elections, *Polity Options*, November, 85-87, (2008).
- SOCIAL MEDIA AND POLITICAL ENGAGEMENT, PEW İnternet Araştırma Merkezi: <http://pewinternet.org/Reports/2012/Political-engagement.aspx>
- SÖNMEZ, M., *Kürt Sorunu ve Demokratik Özerklik*, NotaBene, İstanbul, (2012).
- SÖZEN, E. *Söylem, Belirsizlik, Mücadele, Bilgi/Güç ve Refleksivite*, Paradigma Yayınları, İstanbul, (1999).

- STEMPEL III, GUIDO, H. İçerik Analizi, İletişim Araştırmalarından İçerik Çözümlemesi, çev: Çebi M.S. , Alternatif, Ankara, (2003). 189-213.
- STROMER GALLEY, J., “Online interaction and why candidates avoid it”, *Journal of Communication* 50(4), 111–32, (2000).
- SÜLLÜ, Z., Siyasal İletişim Sürecinde Milliyetçi Söylemin Kullanımı, (Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (2007).
- ŞENER G., *Küresel Kapitalizmin Yeni Kamusal Alanı olarak İnternet: Yeni Toplumsal Hareketlerin İnternet Kullanımı*, (Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi S.B.E., (2006).
- ŞENGÜL, M., *Türkiye’de Siyasal İletişim: 22 Temmuz 2007 Seçimlerinde AKP Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (2010).
- TAMBINI, D. New Media and Democracy: The Civic Networking Movement, *New Media and Society*, 1(3), 305-329, (1999).
- TAŞKIN, Y., *AKP Devri*, Birikim Yayınları, İstanbul, (2013).
- TELLİ AYDEMİR, A., Civicweb: İnternet, Young People and Civic Participation, *Citizenship and Cultural Identities in the EU: Old Questions, New Answers*, Promeda Ofset, Ankara, (2008). 57-70.
- TELLİ AYDEMİR, A., ve APAK, B., Young Political e-partners of today in Turkey, Young Citizens, ICT’s and Democracy, Malmö, İsveç, (2007).
- TEPE, S., İslami Eğilimli Bir Parti Olarak Adalet ve Kalkınma Partisi’nin Değişim Vaatleri, Çelişkileri ve Sınırları, *Ak Parti Toplumsal Değişimin Yeni Aktörleri*, ed: Yavuz H., Kitap Yayınevi, İstanbul, (2010). 141-182.
- THE WASHINGTON POST, “Barack Obama, Social Networking King”, (6 Ekim 2007): <http://blog.washingtonpost.com/44/2007/10/barack-obama-social-networking.html> (Erişim 01.09.2012).
- THE WASHINGTON POST, “Obama Raised Half a Billion Online”, (20 Kasım 2008): <http://voices.washingtonpost.com/44/2008/11/20/obama-raised-half-a-billion-on.html> (Erişim: 01.09.2012).

- TIĞ, A., BAYDAROĞLU, İ., PEHLİVAN, S., *Recep Tayyip Erdoğan Ne Diyor?*, Kim Ne Diyor Yayınları, İstanbul, (2012).
- TOKGÖZ, O., *Seçimler Siyasal Reklâmlar ve Siyasal İletişim*, İmge Kitabevi, Ankara, (2010).
- TOKGÖZ, O., *Siyasal İletişimi Anlamak*, İmge Kitabevi, Ankara, (2008).
- TOPRAK, A., YILDIRIM, A., AYGÜL, E., BİNARK, M., BÖREKÇİ, S., ÇOMU, T., *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook- Görülüyorum Öyleyse Varım!*, Kalkedon Yayınları, İstanbul, (2009).
- TSAGAROUSIANOU, R. “Electronic democracy: rhetoric and reality”, *Communications: The European Journal of Communication Research*, 24(2),189–208, (1999).
- TUĞAL, C., *Pasif Devrim: İslami Muhalefetin Düzenle Bütünleşmesi*, çev: Aydar B. F., Koç Üniversitesi Yayınları, İstanbul, (2011).
- TUMASJAN, A., SPRENGER, T. O., SANDNER, P. G., WELPE, I. M., Election Forecasts With Twitter: How 140 Characters Reflect the Political Landscape, *Social Science Computer Review*, çevrimiçi yayın (12 Aralık 2010):
<http://ssc.sagepub.com/content/early/2010/09/24/0894439310386557> (Erişim: 05.02. 2011).
- TUNÇ A., Yurttaşlık Hareketi Bir Klik Ötede mi?:Küresel Direnç Platformu Olarak İnternet, Medya Toplum, *İnternet, Toplum, Kültür*. (Der.) Binark M. ve Kılıçbay B., Epos Yayınları, Ankara, 137-152, (2005).
- TUNÇ, A., ve ATIKKAN, Z., *Blogdan Al Haberi, İstanbul*, Yapı Kredi Yayınları, (2011).
- TURKHEIMER, M., A YouTube Moment in Politics: An Analysis of the First Three Months of the 2008 Presidential Election, Unpublished research, Occidental College, Colorado, USA, (2007).
- TÜRK, H. B., 12 Haziran Seçimleri: “Yine AKP Attı, 3-0” “Burada Herkes Mağdurdur”, *Birikim Dergisi*, 267, 15-23, (2011).
- TÜRK, H. B., Bu Diyar, Tekmil Sizin!, R.Tayyip Erdoğan’ın Dünyası, *Birikim Dergisi*, 283, 41-57, (2012).

- TÜRK, T. C., “Parti İçi Demokrasi: CHP, MHP ve Ak Parti”, (Yüksek Lisans Tezi), Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (2009).
- UYSAL, A., ‘Herkesi Yakalamak’ İsteyen Parti: ‘Yeni CHP’, *Birikim Dergisi*, 267, 54-58, (2011).
- UYSAL, A., CHP ve Kürt Meselesi: Kürtler CHP’yi Böler Mi?, *Birikim Dergisi*, 287, 23-30, (2013).
- UZUN, T., Tek Parti Döneminde Siyasal Oluşumlar, 'İkinci Grup'tan Serbest Fırka'ya, *İttihat ve Terakki'den Günümüze Siyasal Partiler*, ed: Uzun T., Orion Kitabevi, Ankara, (2010). 109-126.
- VAN DIJK, T. A. Söylem ve İktidar, *Nefret Suçları ve Nefret Söylemi*, haz: Çavdar A., Yıldırım A., çev: Pınar Uygun P., Uluslararası Hrant Dink Vakfı Yayınları, İstanbul, (2010). 9-44.
- VERGEER, M., Politics, elections and online campaigning: Past, present . . . and a peek into the future, *New Media Society*, 15: 9, (2013), originally published online 30 September 2012.
- WARD, S., GIBSON, R., European political organizations and the internet: Mobilization, participation, and change, *Routledge Handbook of Internet Politics*, ed: Chadwick A., Howard P. N., Routledge, NY, (2009).
- WEARE, C., LIN, W.,Y. Content Analysis of the World Wide Web, *Social Science Computer Review*, 18(3), 273-292, (2000)
- WEAVER, D. H., Political Issues and Voter Need For Orientation, *Agenda Setting: Readings on Media, Public Opinion and Policy Making*, ed: McCombs M. E., Proress D. L., Taylor & Francis Group, (1991).
- WILLIAMS, C. B., GULATI, G. J. J., Social Networks in Political Campaigns: Facebook and the 2006 Midterm Elections, *Annual Meeting of the American Political Science Association*, Chicago, (2007):
- <http://www.bentley.edu/news-events/pdf/FacebookAPSA2007final.pdf> (Erişim: 21.02. 2011).

WILLIAMS, C. B., GULATI, G. J. J., Facebook Grows Up: An Emprical Assessment of Its Role in the 2008 Congressional Elections, Annual Meeting of the Midwest Political Science Association, Chicago, (2009).

YAŞLI, F., *AKP ve Yeni Rejim*, Tan Kitabevi, Ankara, (2012).

YAVUZ, M. H., Giriş: Türkiye’de İslami Hareketin Dönüşümünde Yeni Burjuvazinin Rolü, *Ak Parti Toplumsal Değişimin Yeni Aktörleri*, ed: Yavuz H., Kitap Yayınevi, İstanbul, (2010). 7-30.

YAVUZ, M. H., *Erbakan’dan Erdoğan’a Laiklik, Demokrasi, Kürt Sorunu ve İslam*, çev: Adalı L., Kitap Yayınevi, İstanbul, (2011).

YEĞEN, M., The Kurdish question in Turkey, Nationalisms and Politics in Turkey: Political Islam, Kemalism and the Kurdish Issue, ed: Casier M, Jongerden, J., Routledge, New York, (2011).72–73.

YILDIRIM, D., AKP ve Neoliberal Popülizm, *AKP Kitabı Bir Dönüşümün Bilançosu*, ed: Uzel İ., Duru B., Phoenix Yayınevi, Ankara, (2009). 66-107.

YILMAZ, M., *İlimli İslam ve Muhafazakâr Demokrasi (AK Parti Örneği)*, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (2007).

YOUNG, I., M., İletişim ve Öteki: Müzakereci Demokrasinin Ötesinde, *Demokrasi ve Farklılık-Siyasal Düzenin Sınırlarının Tartışmaya Açılması*, yay. haz: Benhabib S., Dünya Yerel Yönetim ve Demokrasi Akademisi Yayını (WALD), İstanbul, (1998). s.174- 196.

İnternet Kaynakları

<http://www.akparti.org.tr/> (Erişim: 25.11.2012).

www.akparti.org.tr/site/yonetim/genel-baskan (Erişim: 25.11.2012).

<http://www.alexa.com/topsites/countries/TR> (Erişim: 17.12.2012).

<http://www.chp.org.tr/> (Erişim: 25.11.2012).

http://www.chp.org.tr/?page_id=67 (Erişim: 25.11.2012).

https://en.wikipedia.org/wiki/GUI_widget (Erişim: 16.12.2012).

<http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/printnews.aspx?DocID=16441051> (Erişim: 13.02.2013).

<http://www.mhp.org.tr/http://bdp.org.tr/anasayfa/> (Erişim: 25.11.2012).

http://www.mhpankara.org.tr/MHP_tarihce.php (Erişim: 25.11.2012).

<http://www.milliyet.com.tr/chp-den-arapca-internet-sitesi/siyaset/sondakika/25.02.2011/1356926/default.htm> (Erişim: 13.02.2013).

<http://www.ntvmsnbc.com/id/25204338/>

<http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalDetayV3&ArticleID=1052591&CategoryID=78> (Erişim: 18.02.2013).

<https://www.socialbakers.com/countries/continents/> (Erişim: 17.12.2012).

<http://www.technologyreview.com/featured-story/428150/what-facebook-knows/>

https://tr.wikipedia.org/wiki/2011_T%C3%BCrkiye_genel_se%C3%A7imleri

<http://www.tuik.gov.tr>

Sayın.....

“Sosyal Medya Ortamlarının Siyasal İletişim Uygulamaları Açısından İncelenmesi: Türkiye’de 2011 Genel Seçimlerinde Facebook Ve Twitter’ın Siyasi Partiler Ve Liderler Tarafından Kullanılması” isimli ve 111K263 kodlu TÜBİTAK destekli araştırma projesi kapsamında sosyal medya kullanımlarının niteliği nedeniyle görüşme yapmak için seçilen milletvekilleri, konu ile ilgili olarak çalışan milletvekili danışmanı/ sosyal medya danışmanı ve siyasi partilerin sosyal medya çalışanları ile görüşmeler yapılması planlanmıştır. Projenin temel amacı, sosyal medya uygulamalarının siyasal iletişim pratiği olarak etkisinin ve kullanım amaçlarının 2011 genel seçimleri özelinde ve özellikle etkileşim kavramı çevresinde yurttaşlık kültürünün gelişimine yönelik katkısı bağlamında tartışılmasıdır.

Sizlerle bu amaçla yapılacak görüşmeler araştırma etiğine uygun yürütülecektir. Bu çerçevede şu konulara dikkat çekmek isteriz:

—Yapılan görüşme sadece araştırma amacıyla ve bu proje kapsamında yapılacak bütün bilimsel üretimlerde (makale, kitap, kitap bölümü, bildiri, sunum vb.) kullanılacaktır.

—Görüşmenin aslına uygunluğunu sağlamak üzere ses kaydına izin vermeniz durumunda, çözülmüş metin, görüşmenin aslına uygunluğunu denetlemeniz açısından isterseniz size de gönderilecektir.

Proje kapsamında bizimle görüşerek ülkemizdeki toplumsal araştırmalara yapacağınız katkı için şimdiden teşekkür ederiz.

111K263 TÜBİTAK SOBAG PROJESİ

Araştırma Ekibi Adına

Yrd. Doç. Dr. Günseli Bayraktutan

Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi

E-posta: bayrakt@baskent.edu.tr

Cep tel: 0536 5733663

Araştırma ile ilgili olarak detaylı bilgi ve iletişim için:

E-posta: bayrakt@baskent.edu.tr

Cep tel: 0536 573 3663

EK 2

TÜBİTAK SOBAG 111K263

SOSYAL MEDYA ORTAMLARININ SİYASAL İLETİŞİM UYGULAMALARI AÇISINDAN İNCELENMESİ: TÜRKİYE'DE 2011 GENEL SEÇİMLERİNDE FACEBOOK VE TWITTER'İN SİYASİ PARTİLER VE LİDERLER TARAFINDAN KULLANILMASI

GÖRÜŞME SORULARI

- 1) Sosyal medyayı ve araçlarını bir siyasal iletişim kampanyası açısından nasıl değerlendiriyorsunuz? Avantajları ve varsa dezavantajları sizce nelerdir?
- 2) Facebook ve Twitter arasındaki fark sizce nedir? Siz her iki platformda da aktif misiniz? Facebook ve Twitter'ı kullanma/ tercih nedenleriniz nelerdir?
- 3) Facebook ve Twitter hesaplarınızı siz mi yönetiyorsunuz, bir sosyal medya danışmanınız var mı?
- 4) Sizce sosyal medyada mecranın kendi gündemi var mı, yoksa başka bir gündem mi (anaakım medya, siyaset vb.) belirleyici?
- 5) Seçim bölgesi açısından sizce sosyal medya kullanımı fark ediyor mu? Örneğin Ankara'ya görece uzak bölgeler açısından siyasetçi seçmen arasındaki iletişimi kolaylaştırıyor mu?
- 6) 2011 genel seçimlerinde sosyal medyanın siyasetçiler ve seçmen açısından kullanımına ilişkin genel ve kısa bir değerlendirme yapabilir misiniz?
- 7) Hesaplarda bugüne kadar hiç ileti temizliği yapıldı mı, yapıldıysa neden? Herhangi bir biçimde istenmeyen yorum vb. silinmesi söz konusu oldu mu?
- 8) Bu mecradaki iletişim etkinliği ile ilgili olarak herhangi bir hukuki sorun yaşandı mı, yaşandıysa nasıl?
- 9) Sizce hem siyasetçinin hem de seçmenin kullandığı donanım (akıllı telefonlar, diğer mobil cihazlar, örneğin Iphone vb. araçlar) sosyal medya kullanımı açısından önemli mi, etkili mi?
- 10) Sizce bu mecraların aktif kullanımı ne demek? Aktif kullanıcılarla ilişkiniz farklılaşıyor mu? Nasıl? Örneğin bu mecralardaki iletişim ve/veya etkileşim dolayısıyla yüzyüze iletişime geçtiğiniz herhangi bir seçmen var mı?

- 11) Sosyal medyadaki hesaplarınız için bir tür strateji belirliyor musunuz?
- 12) Sosyal medya hesaplarınızla ilgili istatistik tutuyor musunuz, bu anlamda kontrol ediyor musunuz? Örneğin en yoğun geribildirim aldığınız günler, en çok kullanan kişiler (kadın mı erkek mi gibi)?
- 13) Hesaplarınıza erişmesini engellediğiniz kişiler var mı?
- 14) Konuya ilişkin eklemek istedikleriniz.

EK 3-Görüşmecilere ve görüşmeye dair bilgiler

Görüşülen kişinin Adı, soyadı, Unvanı/ Görevi, Parti	Görüşme tarihi ve yeri	Görüşme Ortamının Uygunluğu	Yüz yüze Görüşme süresi Ve Ses Kaydı İzni	E-posta aracılığıyla yapılan Görüşmeye dair bilgi	Görüşmeyi yapan/ yazılı iletişimi kuran araştırmacı
İsmail Karaosmanoğlu, 2011 Genel Seçimleri döneminde Gençlik Kolları Başkanı AKP	10 Ocak 2013, AKP Genel Merkez Binası	Görüşme AKP Genel Merkezi, Gençlik ve Kadın Kollarının yerleştiği katta, bir toplantı odasında gerçekleştirilmiştir. Görüşmede kullanılan mekân kesintiye uğramadan görüşmenin yapılabilmesi için uygun bir mekandır, sessizdir, dikkat dağıtacak herhangi bir olay ve/veya durum söz konusu değildir.	75 dakika ve Ses kaydı izni var	-	Yürütücü
Zafer Çubukçu, AKP Gençlik Kolları Başkanı, Neslihan Cenk, Gençlik Kolları Tanıtım Medya Başkanı, Muhammed Burak Gültekin, Gençlik Kolları Tanıtım Medya Komisyonu Üyesi	17 Ocak 2013, AKP Genel Merkez Binası	Görüşme AKP Genel Merkezi, Gençlik ve Kadın Kollarının yerleştiği katta, bir toplantı odasında gerçekleştirilmiştir. Görüşmede kullanılan mekân kesintiye uğramadan görüşmenin yapılabilmesi için uygun bir mekandır, sessizdir, dikkat dağıtacak herhangi bir olay ve/veya durum söz konusu değildir.	Yaklaşık 60 dakika, ses kaydı izni var.	-	Yürütücü Bursiyer

Salih Kapusuz, Ankara Milletvekili, Halkla İlişkilerden Sorumlu Genel Başkan Yardımcısı,	06 Aralık 2012 E-posta görüşmesi	-	-	Salih Kapusuz ile sekreteri Hülya Kömbe aracılığıyla e-posta görüşmesi yapılmıştır.	Yürütücü ve bursiyer
Melih Morsümbül, Halkla İlişkiler Birimi Sorumlusu, CHP	24 Ocak 2013, CHP Genel Merkezi'nde Yüzyüze görüşme	CHP Genel Merkezi'den Halkla İlişkiler Birimi'ne ait ofiste yapılan görüşme esnasında görüşme sıklıkla telefon görüşmeleri ile kesintiye uğramıştır. Ancak, genel olarak görüşmenin geçerliliği ve güvenilirliği ile ilgili bir sorun yaşanmamıştır.	Yaklaşık bir saat süren görüşme sırasında ses kaydı yapılmasına izin verilmemiştir. Araştırmacılar not tutarak görüşmeyi gerçekleştirmişlerdir.	Melih Morsümbül'le Muharrem Erdem aracılığıyla iletişim kurulmuştur.	Yürütücü ve bursiyer
Cem Seymen, 2011 Genel Seçimleri İstanbul 2. Bölge Milletvekili Adayı, CHP	06 Ocak 2013, İstanbul'da bir kafede	Cem Seymen'le yapılan görüşme amacına uygundur, geçerli ve güvenilir bir görüşme olmuştur.	Cem Seymen ses kaydına izin vermiştir. 24 dakikalık ses kayı mevcuttur.	Doğrudan Cem Seymen'le iletişim kurulabilmiştir.	Bursiyer
Gürsel Tekin, 24. dönem İstanbul Milletvekili İletişim, Tanıtım ve Medya ile İlişkiler Genel Başkan Yardımcısı, CHP	27 Kasım 2012, CHP Genel Merkezi'nde Yüzyüze görüşme	Görüşme, Gürsel Tekin'in CHP Genel Merkezi'ndeki odasında yapılmıştır. Görüşme kesintiye uğramadan gerçekleştirilmiş, herhangi bir olay sorun yaşanmamıştır.	Gürsel Tekin ses kaydına izin vermiştir, 18 dakikalık ses kayı mevcuttur.	Gürsel Tekin'le ofisinden sekreteri ve danışmanı üzerinden iletişim kurulmuştur.	Bursiyer
Serdar Paktin, CHP 2011 Genel Seçim Kampanyası Sosyal Medya Uzmanı	07 Ocak 2013, Serdar Paktin'in ofisi	Serdar Paktin'le yapılan görüşme verimli bir görüşme olmuştur. Profesyonel sosyal medya danışmanlığı konusunda oldukça yararlı olan görüşme işleyişe ilişkin bir perspektif kazanılmasını sağlamıştır.	Serdar Paktin ses kaydına izin vermiştir (54 dakika), ancak deşifrenin kullanılmaması yönünde istekte bulunmuştur. Kendisinin bu istediğine araştırma etiği kapsamında uyulmaktadır.	Kendisi ile iş ortağı Papatya Tıraşın aracılığıyla iletişim kurulmuştur.	Bursiyer

Çetin Elmas, Prof.Dr., Genel Başkan Başdanışmanı ve Alptürk Tv Koordinatörü, MHP	14 Kasım 2012, MHP Genel Merkezi'nde yüzyüze görüşme	Görüşme, Elmas'ın Alptürk Tv stüdyolarındaki ofisinde yapılmış ve herhangi bir sorun yaşanmamıştır.	55 dakika. Ses kaydı mevcut.	Doğrudan kendisi ile iletişim kurulmuştur.	Bursiyer
Dündar Gün, Çağrı Merkezi ve Sosyal Medya Müdürü, MHP	14 Kasım 2012, MHP Genel Merkezi'nde yüzyüze görüşme	MHP Genel Merkez binasındaki Uzaktan Eğitim Merkezi'nde yapılan görüşmede ortam son derece uygundur.	90 dakika. Ses kaydı mevcut.	Doğrudan kendisi ile iletişim kurulmuştur.	Bursiyer
Ruhsar Demirel, Aile, Kadın ve Engellilerden Sorumlu Genel Başkan Yardımcısı, MHP	14 Kasım 2012, MHP Genel Merkezi'nde yüzyüze görüşme	Demirel'in MHP Genel Merkezi'ndeki odasında yapılan görüşmede ortam uygundur.	50 dakika. Ses kaydı mevcut.	Randevu talebi için sekreteri Tuğçe Özyurt ile görüşülmüştür.	Bursiyer
Yusuf Günay, Seçim öncesinde MHP Merkez Yönetim Kurulu üyesi	20 Kasım 2012, Telefon görüşmesi	-	15 dakika. Ses kaydı mevcut.	Doğrudan kendisi ile iletişim kurulmuştur.	Bursiyer
Ertuğrul Kürkçü, EDÖB Mersin Milletvekili	22 Kasım 2012	Kürkçü'nün TBMM'de bulunan ofisinde gerçekleştirilmiştir.	Yaklaşık 1 saatlik görüşme kaydı mevcut.	Danışmanı Ekin Ulaş Demirci aracılığıyla görüşülmüştür.	Araştırmacı
Hasip Kaplan, BDP Şırnak milletvekili	E-posta görüşme	-	-	Danışmanı Ferhan Kaplan aracılığıyla ulaşılmıştır.	Araştırmacı

TÜBİTAK
PROJE ÖZET BİLGİ FORMU

Proje No:111k263
Proje Başlığı: SOSYAL MEDYA ORTAMLARININ SİYASAL İLETİŞİM UYGULAMALARI AÇISINDAN İNCELENMESİ: TÜRKİYE'DE 2011 GENEL SEÇİMLERİNDE FACEBOOK VE TWITTER'İN SİYASİ PARTİLER VE LİDERLER TARAFINDAN KULLANILMASI
Proje Yürütücüsü ve Araştırmacılar: Doç.Dr. Günseli BAYRAKTUTAN-Başkent Üniversitesi Prof.Dr. Mutlu BİNARK-Başkent Üniversitesi Yrd.Doç.Dr. Aslı TELLİ-AYDEMİR-İstanbul Şehir Üniversitesi Bursiyerler: Burak DOĞU-İzmir Ekonomi Üniversitesi, Tuğrul ÇOMU-Bozok Üniversitesi, Gözde İSLAMOĞLU-Kocaeli Üniversitesi
Projenin Yürütüldüğü Kuruluş ve Adresi: BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ
Destekleyen Kuruluş(ların) Adı ve Adresi: YOK
Projenin Başlangıç ve Bitiş Tarihleri: 01.11.2011-15.04.2013
Öz (en çok 70 kelime) Sosyal medya ortamlarından <i>Facebook</i> ve <i>Twitter</i> 'in Türkiye'de siyasi partiler ve siyasi parti liderleri tarafından 2011 Genel Seçimlerinde kullanılmasını inceleyen bu araştırma bu sosyal medya uygulamalarının hangi amaçlarla, ne şekillerde kullanıldığını, bu bağlamda ortaya çıkan ortak, benzeşen veyahut farklı uygulamalar, siyasi partilerin resmi web sitelerine göre sosyal medya hesapları kullanımlarıyla ortaya çıkan olanaklara ve sosyal medya ortamlarında kullanıcının yeni medyanın etkileşimsel ve katılım, kullanıcı türevli içerik üretme gibi özelliklerini kullanması sonucunda siyasi partilerin ve liderlerin söylemsel pratiklerinin ve siyasal iletişim sürecini ne şekilde etkilendiği ele alınmaktadır.
Anahtar Kelimeler: sosyal medya, siyasal iletişim, siyasal parti, siyasi lider, 2011 Genel

Seçimlerini, yurttaş kültürü, Twitter, Facebook, İnternet, web 2.0

Fikri rn Bildirim Formu Sunuldu mu? Evet Gerekli Değil

Fikri rn Bildirim Formu'nun tesliminden sonra 3 ay içerisinde patent başvurusu yapılmalıdır.

Projeden Yapılan Yayınlar:

ULUSLARASI HAKEMLİ DERGİDE YAYIN:

Bayraktutan, G. Binark, M. omu, T. Vd. (2013) "Siyasal İletişim Sürecinde Sosyal Medya ve Türkiye'de 2011 Genel Seçimlerinde Twitter Kullanım", *Bilig*, (SSCI Indeks'de taranıyor) İlk Hakem Değerlendirmesini Geçti, 2. Hakem Değerlendirmesindedir.

ULUSAL HAKEMLİ DERGİDE YAYIN:

Bayraktutan, G. Binark, M. omu, T. Vd. (2012) "Sosyal Medyada 2011 Genel Seçimleri: Nicel –Nitel Arayüzey İncelemesi", *Selçuk İletişim Dergisi*, 7 (3):5-29. [ISSN 1302 2865] (TÜBİTAK ULAKBİM Sosyal Bilimler Veritabanı'nda taranmaktadır.)

ULUSLARARASI HAKEMLİ KONFERANS/KONGREDE TAM BİLDİRİ METNİ YAYINI:

Bayraktutan, G., Binark, M., omu, T., Doğu, B., İslamoğlu, G. ve A.T. Aydemir. (2012) "Discussion on Methodology in New Media Studies: Evaluation on Quantitative-Qualitative Interface Analysis on the Use of Twitter and Facebook by Political Parties-Leaders during 2011 General Elections in Turkey", *International Symposium on Language and Communication: Research Trends and Challenges (ISLC)*, 10- 13 June 2012, İzmir, Turkey, pp. 683- 696. [ISBN-978-605-86867-0-0]

ULUSAL KONFERANS BİLDİRİ SUNUMU

• PANEL 1

Bayraktutan, G. (2012) "Proje Genel Tanıtım ve Yöntem", *XVII. Türkiye'de İnternet Konferansı, 2011 Seçimlerinde Sosyal Medya Kullanımı Paneli*, 07- 09 Kasım 2012, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

omu, Y. (2012) "111k263 ve İçerik zmlemesi", *XVII. Türkiye'de İnternet Konferansı, 2011 Seçimlerinde Sosyal Medya Kullanımı Paneli*, 07- 09 Kasım 2012, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

Binark, M. Ve omu, T. (2012) "AKP ve 2011 Genel Seçimlerinde Twitter Kullanımı", *XVII. Türkiye'de İnternet Konferansı, 2011 Seçimlerinde Sosyal Medya Kullanımı Paneli*, 07- 09 Kasım 2012, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

İslamoğlu, G. (2012) "CHP ve 2011 Genel Seçimlerinde Twitter Kullanımı", *XVII. Türkiye'de İnternet Konferansı, 2011 Seçimlerinde Sosyal Medya Kullanımı Paneli*, 07- 09 Kasım 2012, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

Doğu, B. (2012) "MHP ve 2011 Genel Seçimlerinde Twitter Kullanımı", *XVII. Türkiye'de İnternet Konferansı, 2011 Seçimlerinde Sosyal Medya Kullanımı Paneli*, 07- 09 Kasım 2012, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

Telli-Aydemir, A. (2012) “BDP, Bağımsızlar ve 2011 Genel Seçimlerinde Twitter Kullanımı”, *XVII. Türkiye’de İnternet Konferansı, 2011 Seçimlerinde Sosyal Medya Kullanımı Paneli*, 07- 09 Kasım 2012, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

Bakınız: <http://inet-tr.org.tr/inetconf17/ayrinti.pdf> (sf/14)

• **PANEL 2 ORGANİZASYONU**

YENİ MEDYA I. ULUSAL KONGRESİNDE (Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi, 7-8 Mayıs 2013) PANEL ÖNERİSİ KABUL EDİLDİ

Günseli Bayraktutan	SİYASAL İLETİŞİMDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI: TÜRKİYE’DE 2011 GENEL SEÇİMLERİ ÖRNEĞİ
Aslı Telli Aydemir	SİYASAL İLETİŞİM PRATIĞI OLARAK BARIŞ VE DEMOKRASİ PARTİSİ (BDP), EMEK DEMOKRASİ VE ÖZGÜRLÜK BLOĞU VE BAĞIMSIZ ADAYLARIN 2011 GENEL SEÇİMLERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI
Mutlu Binark ve Tuğrul Çomu	SİYASAL İLETİŞİM PRATIĞI OLARAK ADALET VE KALKINMA PARTİSİ’NİN (AKP) 2011 GENEL SEÇİMLERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI
Gözde İslamoğlu	SİYASAL İLETİŞİM PRATIĞI OLARAK CUMHURİYET HALK PARTİSİNİ’NİN (CHP) 2011 GENEL SEÇİMLERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI
Burak Doğu	SİYASAL İLETİŞİM PRATIĞI OLARAK MİLLİYETÇİ HAREKET PARTİSİNİ’NİN (MHP) 2011 GENEL SEÇİMLERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI

Bakınız: www.yenimedya.org.tr

ULUSLARARASI HAKEMLİ KONGRE/KONFERANSTA BİLDİRİ SUNUMU:

Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Doğu, B., İslamoğlu, G. ve A.T. Aydemir. (2012) "The use of Twitter at 2011 Turkish general elections by the party leaders and its members", *8th Dubrovnik Media Days*, 16-17 Kasım 2012, Hırvatistan. (Tam metin Bildiri Kitabında Yayına Hazırlanıyor)

Bayraktutan, G., Binark M, Çomu, T. Vd. (2012) “Researching Facebook and Twitter at 2011 Turkish General Elections: A Methodological Discussion”, *10th International Symposium Communication in the Millenium*, İstanbul Üniversitesi, 24-26 Mayıs 2012, İstanbul.

DAVETLİ KONUŞMA:

Bayraktutan, Günseli. (2012) “Sosyal Medya Demokrasi İlişkisi”, *Küyerel Konferansı*,12

Mayıs 2012, İstanbul.


ATIF:

Başak Solmaz, Gökhan Tekin, Züleyha Herzem, Muhammed Demir (2013) “İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama” *Selçuk İletişim Dergisi*, Ocak 2013 (7) 4, sf. 25’de Bayraktutan, G. Binark, M. Çomu, T. Vd. (2012) “Sosyal Medyada 2011 Genel Seçimleri: Nicel –Nitel Arayüzey İncelemesi”, *Selçuk İletişim Dergisi*, 7 (3):5-29. [ISSN 1302 2865] atıf yapılmıştır.

YAYINA SUNULAN ÇALIŞMALAR:

- Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Doğu, B., İslamoğlu, G. and A.T. Aydemir (2013) "The Use of Facebook at 2011 Turkish General Elections By The Parties And The Leaders", *Social Media in Politics: Case Studies (2008-2013)* Der. Dr. Bogdan Patrut. Springer’ e değerlendirme için sunuldu.
- Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Doğu, B., İslamoğlu, G. and A.T. Aydemir (2013) “Manufacturing Hegemony via ICT: The Justice and Development Party’s Social Media Campaign during 2011 General Elections” *Digital Transformations in Turkey*. Der. Banu Akdenizli .Routledge ile görüşülecek.
- Doğu, B., Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., İslamoğlu, G. ve A.T. Aydemir (2013) “Alternatif Medya Arayışı: 2011 Genel Seçimlerinde MHP'nin Twitter Deneyimi", *Gazi İletişim Dergisi*’ne değerlendirme için sunuldu.
- İslamoğlu, G. Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Doğu, B., ve A.T. Aydemir (2013) “Cumhuriyet Halk Partisini’nin 2011 Genel Seçimlerinde Sosyal Medya (Twitter) Kullanımı” *Yeni Medya ve İletişim Yönetimi* Der. İdil Sayımer.Yayınevi Aranıyor.

Ekte Bulunan “ARDEB Başarı Öyküsü Formu”, “Kazanımlar” Bölümünde Belirtilen Kriterlere Göre Proje Çıktılarınızın Başarı Öyküsü Niteliği Taşındığını Düşünüyorsanız “ARDEB Başarı Öyküsü Formu”nu doldurunuz.

<p style="text-align: center;">Proje Adı SOSYAL MEDYA ORTAMLARININ SİYASAL İLETİŞİM UYGULAMALARI AÇISINDAN İNCELENMESİ: TÜRKİYE’DE 2011 GENEL SEÇİMLERİNDE FACEBOOK VE TWITTER’İN SİYASİ PARTİLER VE LİDERLER TARAFINDAN KULLANILMASI</p>	<p style="text-align: center;">Proje Yürütücüsü Doç.Dr. Günseli BAYRAKTUTAN</p>
<p style="text-align: center;"><i>(PROJE ŞEKİL/GRAFİK/FOTOĞRAF) BURASI İÇİN EKTE % ADET FOTOĞRAF SUNULMUŞTUR.</i></p>	<p style="text-align: center;">Proje No 111k263</p>
	<p style="text-align: center;">Destek Miktarı (100.865,000TL)</p>
	<p style="text-align: center;">Proje Başlama-Bitiş Tarihi 01.11.2011-15.04.2013</p>
	<p style="text-align: center;">Yürütücü Kuruluş BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ</p>
	
<p>Projenin Amacı ve Önemi Projenin Amacı: Sosyal medya ve siyasi iletişim arakesitinde konumlanan bu araştırma projesinin amacı siyasi partilerin, liderlerin ve adayların Türkiye’de 2011 Genel Seçimlerinde web 2.0’ın sosyal medya uygulamalarını hangi amaçlarla, ne şekillerde kullandıklarını, bu bağlamda ortaya çıkan ortak veyahut benzeşen uygulamaları, farkları, siyasi partilerin resmi web sitelerine göre sosyal medya uygulamaları kullanmalarıyla ortaya çıkan olanakları ve sosyal medya ortamlarında kullanıcının yeni medyanın etkileşimsellik ve katılım, kullanıcı türevli içerik üretme gibi özelliklerini kullanması sonucunda siyasi partilerin ve liderlerin söylemsel pratiklerinin ve siyasi iletişim sürecinin ne şekilde etkilendiğini ortaya çıkarmaktır.</p> <p>Projenin Önemi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bu projede ilk kez böylesine kapsamlı bir şekilde Türkiye’de 2011 Genel Seçimleri bağlamında (1 Nisan-12 Haziran 2012 tarihleri arasında) AKP, CHP, MHP, BDP, EDÖP ve bağımsızların Twitter ve Facebook hesapları, bu hesaplarda üretilen içerik ve örnekleme dahil edilen milletvekili adayları ile Parti liderlerinin söylemsel pratikleri hem nicel-nitel içerik çözümlemesi hem de söylem çözümlemesi yöntemi ile analiz edilmiştir. 2. Projenin bulguları siyasi partilere ve liderlere sosyal medya kullanım pratikleri konusunda düşünümsel bir bilgi sağlayacaktır. 3. Projenin bulguları Türkiye’de katılımcı yurttaş temelinde demokrasi kültürünün gelişmesi için sosyal medya ortamlarının diyologa dayalı bir şekilde kullanılması gerektiği ortaya koyarak, demokrasi kültürünün gelişmesi için katkı sağlamıştır. 	

4. Projenin bulguları, daha uzun erimli bir çalışmada sosyal medya ortamlarının siyasi kampanyaların kullanıcı/seçmen kanaatini oluşturma konusunda “etki araştırmasına” yönelik ön hazırlık ve temel başvurunun ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Proje ile Elde Edilen veya Beklenen Bilimsel, Teknolojik, Ekonomik ve Sosyal Kazanımlar

- *Projenin ülkenin bilimsel ve teknolojik araştırma gücüne, bilim insanı yetiştirilmesi ve yeni yetenekler kazanılmasına sağladığı katkılar*

TÜBİTAK desteği bu çalışmaların bulgularının temel alınarak, daha uzun erimli bir çalışmada sosyal medya ortamlarının siyasi kampanyaların kullanıcı/seçmen kanaatini oluşturma konusunda “etki araştırmasına” yönelik ön hazırlık ve temel başvurunun ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Projenin her iki bursiyeri profesyonel akademik yaşama kazandırıldı: Tuğrul Çomu, Bozok Üniversitesi İletişim Fakültesi’ne, Gözde İslamoğlu Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi’ne araştırma görevlisi olarak yerleştiler.

Tuğrul Çomu y.lisans tez çalışmasını proje sürecine koşut başarıyla tamamlayarak, Ankara Üniversitesi SBE Gazetecilik Anabilim Dalında doktora eğitimine başladı.

Sosyal medya hesaplarının incelenmesi için geliştirilen içerik analizi şablonu olsun söylem çözümlemesi şablonu olsun farklı sosyal medya araçlarına ve her türlü kullanıcının sosyal medya hesaplarını kullanım pratiklerine uygulanabilir bir temel kaynak oluşturmaktadır.

Proje için TÜBİTAK Desteğinin Önemi

- TÜBİTAK desteği ile, saha çalışması özellikle siyasi partilerle görüşme daha kolay gerçekleşmiştir. Katılımcıların, araştırmaya güven duymasını sağlamıştır.
- Araştırma için gerekli mobilite ve veri tabanı oluşturmaları TÜBİTAK desteği ile ancak olanaklı olmuştur.
- TÜBİTAK desteği bilimsel üretimlerin belli disiplin içinde takvime bağlı üretilmesini sağlamıştır.
- TÜBİTAK desteği ayrıca farklı üniversitelerden (beş ayrı üniversite) aynı konu üzerine bilgi birikimine sahip akademisyenlerin bir araya gelerek, birlikte üretim ve çalışma kültürünü yerleştirebilmesi maddi alt yapıyı hazırlamıştır (seyahat ve ekipman).
- TÜBİTAK desteği bu çalışmaların bulgularının temel alınarak, daha uzun erimli bir çalışmada sosyal medya ortamlarının siyasi kampanyaların kullanıcı/seçmen kanaatini oluşturma konusunda “etki araştırmasına” yönelik ön hazırlık ve temel başvurunun ortaya çıkmasını sağlamıştır.

ARDEB BAŞARI ÖYKÜSÜ

1. Proje yürütücüsü iletişim bilgileri:

Adı – Soyadı : Günseli BAYRAKTUTAN

Unvanı : Doç.Dr.

Telefon : 0536 5733663

E-posta adresi : bayrakt@baskent.edu.tr