

**Sosyal Medyanın Siyasal İletişim Aracı Olarak Kullanılması:  
Twitter Ankara Milletvekilleri Örneği**

The Use of Social Media as a Means of Political Communication:  
Twitter Samples of Ankara Deputies



**ANTALYA  
İL MİLLÎ EĞİTİM MÜDÜRLÜĞÜ**

**Münir Furkan ÖZKAN<sup>1\*</sup>**

**Deniz TÜRKMEN<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Cemal Mümtaz Sosyal Bilimler Lisesi, Eskişehir / Türkiye

<sup>1</sup>Cemal Mümtaz Social Sciences High School, Eskişehir / Turkey

\*f.ozkan577@gmail.com

denizalptekin@gmail.com

ORCID: 0000-0002-6472-6789

ORCID: 0000-0002-1883-2003

**MAKALE BİLGİSİ / ARTICLE INFORMATION**

**Geliş Tarihi / Date Received**

14.03.2019

**Kabul Tarihi / Date Accepted**

09.06.2020

**Yayın Tarihi / Date Published**

Temmuz / July 2020

**Yayın Sezonu / Pub Date Season**

Haziran - Aralık / June - December

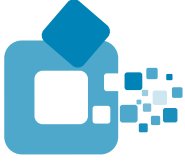
**ATIF / CITE as**

Özkan, M. F. ve Türkmen, D. (2020). "Sosyal Medyanın Siyasal İletişim Aracı Olarak Kullanılması: Twitter Ankara Milletvekilleri Örneği" / "The Use of Social Media as a Means of Political Communication: Twitter Samples of Ankara Deputies". bilar: Bilim Armonisi Dergisi, 3 (1): 5-15. doi: 10.37215/bilar.539861.

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/bilar>

Copyright © Published by Antalya İl Millî Eğitim Müdürlüğü Since 2018, Antalya, 07100 Turkey. All rights reserved.





## Sosyal Medyanın Siyasal İletişim Aracı Olarak Kullanılması: Twitter Ankara Milletvekilleri Örneği

The Use of Social Media as a Means of Political Communication:  
Twitter Samples of Ankara Deputies



ANTALYA  
İL MİLLÎ EĞİTİM MÜDÜRLÜĞÜ

### ÖZET

Bu çalışmanın amacı, Ankara milletvekillerinin bir sosyal medya aracı olan Twitter'ı kullanım sıklıklarını tespit ederek, mevcut Twitter hesaplarından temsil ettikleri Ankara hakkındaki gelişmeleri, sorunları ne sıklıkla kamuoyuna paylaştıklarını belirlemektir. Yapılan çalışmada 2018 yılının 15 Ekim – 15 Kasım tarihleri arasında, Ankara'yı temsil eden 36 milletvekilinin Twitter'daki şahsi hesaplarından yaptıkları paylaşımlar incelenmiştir. Bu incelemeler yapılırken içerik analizi yöntemi uygulanmıştır. Elde edilen bulgulara göre, belirtilen tarih aralığında 33 milletvekilinin toplamda 2916 adet paylaşım yaptığı tespit edilmiş olup, Ankara milletvekillerinin günlük tweet atma oranı %2,94 olarak saptanmıştır. Milletvekillerinin içinde en çok tweet AK Parti milletvekilleri tarafından paylaşılırken en az paylaşımı BBP milletvekilinin yaptığı görülmüştür. Toplamda AK Parti milletvekilleri 930, CHP vekilleri 846, MHP vekilleri 524, İYİ Parti milletvekilleri 315, HDP vekili 223 ve BBP milletvekili 78 adet paylaşım yapmıştır. Vekillerin tweetlerde ele aldıkları konular incelendiğinde %87,1 oranında ulusal konular ile ilgili paylaşım yaptıkları görülürken, %12,8 oranında yerel konular ile ilgili paylaşım yaptıkları tespit edilmiştir.

**Anahtar Sözcükler:** Siyasal iletişim, Sosyal medya, Twitter.

### ABSTRACT

The aim of the study is to determine how often Ankara deputies use Twitter, which is a means of social media and to state how often they share the developments and problems in Ankara with the public through their Twitter accounts. In the study, the content which 36 Ankara deputies shared through their personal Twitter accounts between 15 October – 15 November, 2018 has been examined. For this purpose, content analysis has been used in this research. According to the results obtained from the research, it has been found out that 33 deputies shared 2916 tweets between the specified dates; and the proportion of Ankara deputies' daily Twitter shares has been determined as 294%. It has also been found out that among the deputies, whereas AK Party deputies shared tweets at the most, BBP deputies shared tweets at the least. Totally among the political parties, AK Party deputies shared 930 tweets, CHP deputies shared 846 tweets, MHP deputies shared 524 tweets, İYİ Party deputies shared 315 tweets, HDP deputies shared 223 tweets and BBP deputies shared 78 tweets. When the content of the tweets has been analyzed, it has been seen that the proportion of tweets pointing national issues is 87.1% while the proportion of tweets including local issues is 12.8%.

**Keywords:** Political communication, Social media, Twitter.

## 1. GİRİŞ

Teknoloji günümüzde sosyal değişimleri biçimlendiren etkenlerin başında gelmektedir. Çağımızda bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, kişiler arası iletişim süreçlerini yeni bir boyuta taşımıştır ve bu gelişmeler sonucunda ortaya çıkan sosyal medya olgusu ile iletişim kavramı, tek yönlü bilgi paylaşımından çift yönlü ve eş zamanlı bilgi paylaşımına dönüşmüştür. Sosyal medya ortamları; bloglar, chat siteleri, sosyal ağ siteleri, forum ve e-posta ağları gibi kolaylıkla kullanılabilen ve karşılıklı bir şekilde katılıma açık olan sanal iletişim ortamları olarak tanımlanmıştır (Onat 2010, 105). Sosyal medyada, insanlar istedikleri şekilde çevreyle irtibat kurabilmekte ve internet tabanlı kanallarda çeşitli paylaşımlar yapabilmektedir (İmik Tanyıldızı ve Ateş 2018, 48).

Sosyal medya olgusu, kişilerin günlük yaşamlarında değişikliklere neden olurken, siyasetçilerin de dikkatini çekmiştir. Günümüzde sosyal medya ortamlarının yaygınlığı düşünüldüğünde siyasal bir iletişim aracı olarak sosyal medyanın önemi gittikçe artmış ve sosyal medya, seçmene ulaşmak ve bilgi vermek açısından gitgide tercih edilir olmuştur (Bayraktutan vd 2014, 65).

Bu çalışmada, bir sosyal medya platformu olan Twitter'ın kullanım pratikleri hakkında veri elde edilmesi hedeflenmiştir. Bu anlamda, çalışmanın temel amacı, halkı temsil etme yetkisi bulunan TBMM üyelerinin bir sosyal medya aracı olan Twitter'ı ne sıklıkla kullandıklarını tespit ederek, mevcut Twitter hesaplarında temsil ettikleri Ankara ili hakkındaki gelişmeleri, sorunları ne kadar sıklıkla kamuoyu ile paylaştıklarını belirlemektir.

### 1.1. Sosyal Medya ve Siyasal İletişim

Sosyal medya, insanların birbiriyle paylaşımında buldukları, birlikte üretim yapabildikleri ve çeşitli konuları tartışabildikleri, gelişmiş içerikli ve etkileşimli mobil teknolojileri kullanmaktadır. Sosyal medya, kullanıcıların diğer kullanıcılarla çevrim içi haber, video, fotoğraf gibi içerik paylaşımı sağlayan sitelerin ortak adı olarak da tanımlanabilir. İlgili literatüre baktığımızda sosyal medyanın farklı şekillerde tanımlandığı görülmektedir. Sosyal medya en basit tanımıyla, konuşmalar, bağlantılar ve katılımlardan kaynaklanan iletişim araçları, siteleri ve çevrimiçi yayınlar olarak da tanımlanmaktadır (Gunelius 2011, 10). Sosyal medya, topluluk merkezli web sitelerinde bilgi, tecrübe ve bakış açılarının paylaşılması ile ilgili olup, web 2.0 teknolojilerinin ve kullanıcı tabanlı içeriğin doğal bir sonucudur (Silsüpür 2016, 730). Bir başka tanıma göre; sosyal medya, zaman ve mekâna tabi olmayan, değişken tabanlı paylaşımların,

tartışmaların ön planda olduğu bir iletişim birimi veya kişilerin internet ağları üzerinden karşılıklı gerçekleştirdikleri diyalog ve paylaşımlar bütünü olarak tanımlanmaktadır (Kazancı 2013, 9).

Sosyal medyanın en önemli işlevleri arasında insanlara zaman ve mekân sınırlaması olmadan erişim özgürlüğü sağlaması ve her konuda fikir sahibi olma imkânı tanınması, anlık paylaşım ve etkileşim özelliği yer almaktadır. Bu sebeple, sosyal medya kullanımı, halkla ilişkiler açısından önemli bir iletişim aracı haline gelmiştir. Sosyal medyanın kitlelere ulaşmada sunduğu bu imkânlar her alanda olduğu gibi siyasal iletişimin de ilgisini çekmiştir.

Siyasal iletişim, iletişimin en önemli alanlarından biridir. Yüzyıllar boyunca toplumlarda yönetenler ve yönetilenler arasındaki ilişkilerin düzenlenebilmesi için siyasete hep ihtiyaç duyulmuştur (Fidan ve Özer 2014, 214). Lilleker (2013, 15) siyasal iletişimin siyasal etkinlikler kadar eski olduğunu belirtmektedir. Siyasal iletişim, toplulukların genel oy hakkını elde etmesiyle başlayıp, kitle iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle günümüzdeki şeklini almıştır. Bu bağlamda Aziz (2011, 3) siyasal iletişim kavramını, "siyasal aktörlerin belli ideolojik amaçlarını, belli gruplara, kitlelere, ülkelere ya da bloklara kabul ettirmek ve gerektiğinde eyleme dönüştürmek, uygulamaya koymak üzere çeşitli iletişim tür ve tekniklerini kullanmaları" olarak tanımlamaktadır. Günümüzde ise, siyasal iletişim kavramının popüler olması politikacılar, haber medyası ve halk arasında bilgi aktarımıyla ilgili etkileşimli bir süreç olmasından kaynaklanmaktadır. Hem siyaset hem de iletişim alanını kapsayan ve yaygın olarak kullanılan bir kavram olsa da siyasal iletişim için tek bir tanımlama yapılamamaktadır (Tokgöz 2010, 27). Siyasal iletişim, en genel tanımıyla siyasal aktörler tarafından sürdürülen iletişim süreçleri olarak tanımlanabilir (Doğan 2017, 11). Başka bir tanıma göre ise; siyasal iletişim, bilgilerin, toplulukların kendi aralarında girdiği iktidar olma mücadelesinin özel bir şekilde ifade edilmiş halidir (Çankaya 2015, 13).

Siyasal iletişim, sadece siyasal kampanya döneminde yürütülen iletişim faaliyetleri değil, sürekliliği olan faaliyetlerdir. Siyasilerin, hedef kitleyle sürekli iletişim halinde bulunması gerekmektedir. Bunun için kullanılan kitle iletişim araçları, ülke ve dünya gündemiyle ilgili bilgiler sunmakta ve hedef kitlenin beklentileri konusunda öncelik yaratmaktadır (Çakır ve Tufan 2016, 10). Sosyal medyanın, siyasi iletişim aracı olarak kullanılmasını sağlayan en önemli özelliği, interaktifliktir. Özellikle son yıllarda Twitter başta olmak üzere mikroblog servisleri, seçim kampanyaları ve örgütlenme süreçlerinde daha da fazla görünür ve vazgeçilmez unsurlar haline gelmektedir (Doğu vd 2014, 75). Sosyal

medya araçları sayesinde politikacılar daha çok tanınabilmekte ve daha çok seçmene ulaşarak, vatandaşların görüşlerini verimli bir biçimde değerlendirebilmektedir. Ayrıca sosyal medya sayesinde politikacılar aynı anda milyonlarca insana ulaşabilmektedir. Böylelikle siyasal katılım düzeyi artmakta ve sosyal medya demokrasiye katkı sağlamaktadır (Çağlar ve Köklü 2017, 152).

Sosyal ağların siyasi alanda kullanılması ilk olarak Amerika Birleşik Devletleri'nde görülmüştür (Genel 2012, 24). Siyasal iletişim açısından, sosyal medya kullanımının önemini ortaya koyan örneklerden biri, 2008 yılında yapılan ABD başkanlık seçimleridir. Bu seçimlerde başkan adayı Barack Obama ve diğer aday olan Hillary Clinton'ın sosyal medyayı yoğun ve etkin bir biçimde kullandığı görülmektedir (Borins 2011, 92, Bostancı 2014, 86). Türkiye'de de 12 Haziran 2011 genel seçimleri sosyal medya araçlarının kullanıldığı seçimlerden biridir. Siyasi partiler ve adaylar seçim kampanyalarında organizasyonlarının duyurulması ve seçmenlerle etkileşim sağlamak için Twitter gibi sosyal ağlardan sıklıkla faydalanmışlardır (Tarhan ve Fidan 2016, 414).

## 1.2. Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak Twitter

Genel olarak sosyal medya dendiğinde akla ilk olarak Facebook, Twitter, Youtube gibi mecralar gelmektedir. 2006 yılında kurulan Twitter, kullanıcıların iletileri gönderme ve gönderilen iletileri okumalarını sağlayan bir sosyal ağ ve mikroblog hizmetidir (Tarhan 2012, 82). Twitter, insanların birbirlerinden ve birbirlerinin düşüncelerinden sürekli haberdar olmalarını sağlamakta ve karşılıklı iletişim kurabilme imkânı sunmaktadır. Aynı zamanda Twitter, kullanıcılarına bilgi kaynaklarından aktarılan iletileri yeniden paylaşma sokabilme, yorumlayabilme ve onlara hızlı biçimde cevap verebilme imkânı tanımaktadır (İmik Tanyıldızı ve Ateş 2018, 50). Twitter, hem maliyet açısından daha az masraflı olması hem de her bireye kolayca ulaşılabilmesi sebebiyle günümüzün en önemli siyasal iletişim araçlarından biri haline gelmiştir. Twitter, siyasal iletişim bağlamında kamuoyu oluşturma, kamuoyunun desteğini çekme ve toplumsal yönlendirme amacı ile kullanılmaktadır. Siyasiler, Twitter'da partilerinin çizdiği kampanyayı kişiselleştirebilme ve kendi iletişim stratejilerini kurabilme imkânına sahip olmaktadır (Meriç 2015, 41).

## 2. MATERYAL VE METOT

Bu bölümde araştırmanın amacı, problemi, hipotezi, örnekleme, kısıtları, verilerin toplanması ve verilerin analizine yer verilmiştir.

### 2.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, TBMM üyelerinin bir sosyal medya aracı olan Twitter'ı aktif bir şekilde kullanıp kullanmadığını tespit ederek, mevcut Twitter hesaplarında temsil ettikleri Ankara hakkındaki gelişmeler ve sorunlar ile ilgili ne sıklıkla paylaşım yaptıklarını belirlemektir.

### 2.2. Araştırmanın Problemi ve Hipotezi

Araştırmada, Ankara milletvekilleri, Twitter uygulamasını kullanmakta mıdır?, Milletvekilleri, vatandaşları bilgilendirmek için Twitter'ı ne sıklıkla kullanmaktadır?, Milletvekilleri, temsil ettikleri il ile ilgili en çok hangi konuları Twitter üzerinden kamuoyu ile paylaşmaktadır?, Milletvekilleri, Twitter üzerinden hangi ulusal konular ile ilgili paylaşım yapmaktadır?, Milletvekilleri, Twitter'da en çok ulusal mı yoksa yerel konular üzerine mi paylaşım yapmaktadır? sorularına cevap aranmıştır.

Araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

- H0. Araştırmanın temel hipotezini, Ankara milletvekillerinin büyük çoğunluğunun Twitter hesabı sahibi olduğu oluşturmaktadır.
- H1. Ak Parti'ye mensup milletvekillerinin Twitter'daki günlük paylaşım oranı, Cumhuriyet Halk Partisi milletvekillerinin günlük paylaşım oranından daha fazladır.
- H2. Milletvekillerinin ekonomi kategorisinde yaptığı paylaşımlar daha çok ulusal içeriktedir.
- H3. Milletvekillerinin ulusal konularda paylaşım yapma oranları yerel konular ile ilgili paylaşım oranından daha yüksektir.

### 2.3. Araştırmanın Kısıtları

Araştırmanın evrenini, 2018 yılının 15 Ekim - 15 Kasım tarihleri arasında şahsi Twitter hesabı bulunan 36 Ankara milletvekilinin Twitter hesaplarındaki paylaşımları oluşturmaktadır. Çalışma, sadece 15 Ekim - 15 Kasım 2018 tarihleri arasındaki resmi Twitter hesapları ile sınırlıdır ve mevcut platformda milletvekillerinin hesabının var olması kistasına dikkat edilmiş ve paylaşımlar bu doğrultuda kodlama cetveline dahil edilmiştir.

### 2.4. Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri sağlama amacıyla ilk olarak, değerlendirmeye alınacak Ankara milletvekilleri bir bilgisayar yardımıyla tespit edilmiştir. Belirlenen meclis üyelerinin isimleri Twitter'da aktif kullanıcı olup olmadıkları incelenerek 15 Ekim-15 Kasım

2018 tarih aralığında temsil ettiği siyasi partilere göre bilgisayar üzerinde düzenlenmiş olan kodlama cetveline yazılmıştır. Çalışmanın veri kısmını oluşturan tweet-retweet paylaşımları günü gününe takip edilerek sayılmış ve belirtilen tarih dilimi arasında tarih kodlama cetveline işaretlenmiştir. Aynı zamanda takip edilen milletvekillerinin temsil ettikleri Ankara ili ile ilgili konu ve sorunları kamuoyuna aktarıp aktarmadıklarının ve ayrıca hangi ulusal meseleleri Twitter aracılığıyla kamuoyu ile paylaştıklarının tespiti amacıyla yerel ve ulusal kategoriler için iki ayrı konu kodlama cetveli oluşturulmuştur. Bu kodlama formlarında incelenen yerel ve ulusal bazda konu başlıkları çeşitli kategorilere ayrılmıştır. Konu kodlama cetvelerine işlenen tüm veriler ile orantısal bulgulara ulaşılmış ve elde edilen bulgular tablolastırılmıştır.

## 2.5. Veri Analizi

Yapılan araştırmada içerik çözümlemesi yöntemi kullanılmıştır. Tavşancıl ve Aslan (2001, 21-22) içerik analizini, metodolojik araç ve teknikler bütünü, kontrollü yorum yapma, nesnel, sistematik ve nicel yollardan betimleme, önceden belirlenmiş ölçütlere göre inceleme, anlam çıkarma, açık talimatlara göre nicelleştirme işlemi, kavramların ölçülmesi ve belirli bir anlam çıkarılması için kategorilere ayırma olarak tanımlamaktadır. Balcı'ya (2001, 209) göre de içerik analizi, insanların söyledikleri ve yazdıklarının açık talimatlara göre kodlanarak nicelleştirilmesi-sayısallaştırılması süreci olarak tanımlanabilir.

Araştırmanın temel verilerini oluşturan milletvekillerinin Twitter paylaşımları için günlük paylaşım kodlama cetveli oluşturulmuş ve her bir milletvekili için günlük paylaşım sayısı buraya işlenmiştir. Ayrıca yerel ve ulusal bazda içerik çözümlemesi kodlama formlarında incelenen konu başlıkları çeşitli kategorilere ayrılmıştır. Yerel konu

kodlama cetvelinde yer alan kategori başlıkları; imar, çevre ve altyapı sorunları, kültür, sanat ve tarihsel içerikli paylaşımlar, eğitim, ekonomi, spor, güvenlik ve asayiş, sağlık ve yerel konular harici yapılan paylaşımlar şeklindedir. Yerel konular harici paylaşımlar kategorisi içerisinde, Ankara ile ilgili olmayan her türlü içerik, genel merkez paylaşımları, seçim bölgesi dâhilinde olmayan kişisel ziyaretler, yerel parti teşkilatlarının diğer kategorilerin sınırları dışında yapmış oldukları faaliyetler ve özel gün paylaşımları yer almaktadır. Ulusal konu kodlama cetvelinde yer alan kategori başlıkları ise aynı şekilde; imar, çevre ve altyapı sorunları, kültür, sanat ve tarihsel içerikli paylaşımlar, eğitim, ekonomi, spor, güvenlik ve asayiş, sağlık ve diğer ulusal çapta paylaşımlar şeklindedir. Ulusal konu cetvelindeki 'Diğer' kategorisi içine, vekillerin ulusal bağlamda yaptıkları grup ya da kişisel ziyaretleri, uluslararası konular ve uluslararası ziyaretler ile ilgili paylaşımları, belirlenen diğer kategoriler haricinde görüş belirttikleri paylaşımlar ve özel gün paylaşımları dâhil edilmiştir. Milletvekillerinin kişisel hesaplarından paylaştıkları tweet ve retweetler araştırmanın yürütüldüğü tarih aralığında günü gününe kaydedilmiş, konu kodlama cetvelerine işlenen tüm veriler ile orantısal bulgulara ulaşılmış ve elde edilen bulgular tablolastırılmıştır.

## 3. BULGULAR

Çalışmada elde edilen bulgulara göre, Ankara milletvekillerinin hepsinin şahsi Twitter hesabı bulunmaktadır. Çalışmamızda 15 Ekim -15 Kasım tarihleri arasında 36 milletvekilinin kişisel hesaplarından yapmış oldukları paylaşımlar incelenmiş ve 3 vekilin hiç paylaşımında bulunmadığı tespit edilmiştir. Geriye kalan 33 milletvekili, belirtilen tarih aralığında toplam olarak 2916 adet tweet/retweet atmıştır.

**Çizelge 1.** Cinsiyete Göre Toplam ve Günlük Dağılım

PARTİLER	MİLLETVEKİLİ SAYISI			ATILAN TWEET-RETWEET				TOPLAM PAYLAŞIM SAYISI
	KADIN	ERKEK	TOPLAM	KADIN	GÜNLÜK (%)	ERKEK	GÜNLÜK (%)	
AK PARTİ	4	10	14	609	5	321	1.07	930
CHP	1	9	10	141	4.7	705	2.6	846
MHP	1	4	5	156	5.2	368	3.06	524
İYİ PARTİ	1	4	5	20	0.6	295	2.4	315
HDP	1	0	1	223	7.4	0	0	223
BBP	0	1	1	0	0	78	2.6	78
<b>TOPLAM</b>	<b>8</b>	<b>28</b>	<b>36</b>	<b>1149</b>	<b>22.9</b>	<b>1767</b>	<b>11.7</b>	<b>2916</b>

Milletvekillerinin cinsiyetlerine göre toplam ve günlük paylaşım sayıları ve oranları Çizelge 1.'de verilmiştir. Elde edilen verilere göre, belirtilen tarih aralığında 8 kadın milletvekili günlük %4,7

ortalama paylaşım oranı ile toplamda 1149 tweet/retweet paylaşımı yapmıştır. 28 erkek milletvekili ise günlük %2,10 paylaşım oranı ile toplamda 1767 paylaşım sayısına ulaşmıştır. Tüm milletvekilleri

arasında en yüksek günlük paylaşım sayısına %7.4 paylaşım oranı ile Halkların Demokratik Partisi'ne mensup olan Filiz Kerestecioğlu Demir ulaşmıştır. Kadın milletvekilleri arasında Halkların Demokratik Partisi'ne mensup Filiz Kerestecioğlu

Demir günlük paylaşım oranında birinci sırada yer alırken Milliyetçi Hareket Partisi'ne mensup erkek milletvekilleri de günlük %3.06 paylaşım ile erkek milletvekilleri arasında ilk sırada yer almıştır.

**Çizelge 2.** Siyasi Partilere Göre Toplam Dağılım

İL	ATILAN TWEET-RETWEET SAYISI										TOPLAM			
	AK PARTİ	%	CHP	%	MHP	%	İYİP	%	HDP	%	BBP	%	TWEET	%
ANKARA	930	31.89	846	29.01	524	17.96	315	10.80	223	7.64	78	2.67	2916	100.0

Siyasi partilere göre toplam dağılım Çizelge 2.'de verilmiştir. Ortaya çıkan bulgulara göre toplam tweet sayısının %31,89'u Adalet ve Kalkınma Partisi milletvekilleri tarafından paylaşılmıştır. Onları sırasıyla, Cumhuriyet Halk Partisi (%29,01), Milliyetçi Hareket Partisi (%17,96), İYİ Parti (%10,80), Halkların Demokratik Partisi (%7,64) ve Büyük Birlik Partisi (%2,67) izlemiştir.

**Çizelge 3.** Siyasi Partilere Göre Günlük Dağılım

SİYASİ PARTİLER	MİLLETVEKİLİ SAYISI	ATILAN TWEET RETWEET SAYISI	GÜNLÜK PAYLAŞIM
AK PARTİ	14	930	2.21
CHP	10	846	2.82
MHP	5	524	3.49
İYİ PARTİ	5	315	2.1
HDP	1	223	7.4
BBP	1	78	2.6

Çizelge 3.'te Ankara milletvekillerinin siyasi partilerine göre günlük paylaşım sayılarına yer verilmiştir. Çizelgeden elde edilen bilgilere göre, Halkların Demokratik Partisi grubuna mensup olan Filiz Kerestecioğlu Demir günlük %7,4 tweet atma oranıyla diğer partiler arasında ilk sırada yer almaktadır. Günlük %3,49'luk paylaşım oranıyla Milliyetçi Hareket Partisi milletvekilleri ikinci olurken, üçüncü sırada ise %2,82 oranla Cumhuriyet Halk Partisi milletvekilleri yer almıştır. Büyük Birlik Partisi milletvekili %2,6 paylaşım ile dördüncü sırada, Adalet ve Kalkınma Partisi milletvekilleri %2,21 paylaşım ile beşinci sırada ve İYİ Parti milletvekilleri %2,1 paylaşım ile altıncı sırada yer almaktadır. Toplamda ise paylaşımında bulunan 33 milletvekilinin günlük tweet atma oranının %2.94 olduğu görülmektedir.

15 Ekim – 15 Kasım tarihleri arasında yapılan araştırma sonucunda, Ankara milletvekillerinin kişisel hesaplarından yaptıkları paylaşım sayıları çoktan aza doğru Çizelge 4.'de verilmiştir. Çizelgedeki bilgilere göre toplamda 315 paylaşım sayısı ile Adalet ve Kalkınma Partisi'nden Asuman Erdoğan en çok paylaşım yapan milletvekili olmuştur. Milliyetçi Hareket Partisi'nden en çok paylaşımı 236 paylaşım sayısı ile Sadir Durmaz

**Çizelge 4.** Toplam Paylaşım Sayısına Göre Milletvekilleri

SIRALAMA	MİLLETVEKİLLERİNİN ADLARI	SİYASİ PARTİ	ATILAN TWEET SAYISI
1	Asuman ERDOĞAN	AK PARTİ	315
2	Sadir DURMAZ	MHP	236
3	Filiz KERESTECİOĞLU DEMİR	HDP	223
4	Yıldırım KAYA	CHP	177
5	Nihat YEŞİL	CHP	165
6	Murat EMİR	CHP	165
7	Nevin TAŞLIÇAY	MHP	156
8	Lütfiye Selva ÇAM	AK PARTİ	151
9	Gamze TAŞCIER	CHP	141
10	Koray AYDIN	İYİ PARTİ	139
11	İbrahim Halil ORAL	İYİ PARTİ	115
12	Zeynep YILDIZ	AK PARTİ	112
13	Yaşar YILDIRIM	MHP	89
14	Barış AYDIN	AK PARTİ	88
15	Mustafa DESTİCİ	BBP	78
16	Ali Haydar HAKVERDİ	CHP	75
17	Emrullah İŞLER	AK PARTİ	46
18	Mevlüt KARAKAYA	MHP	43
19	Yalçın AKDOĞAN	AK PARTİ	41
20	Durmuş YILMAZ	İYİ PARTİ	41
21	Hacı TURAN	AK PARTİ	39
22	Servet ÜNSAL	CHP	36
23	Bülent KUŞOĞLU	CHP	36
24	Orhan YEGİN	AK PARTİ	33
25	Levent GÖK	CHP	32
26	Arife Polat DÜZGÜN	AK PARTİ	31
27	Şenol BAL	İYİ PARTİ	20
28	Ali İhsan ARSLAN	AK PARTİ	19
29	Tekin BİNGÖL	CHP	19
30	Fatih ŞAHİN	AK PARTİ	18
31	Mehmet Naci BOSTANCI	AK PARTİ	16
32	Nevzat CEYLAN	AK PARTİ	14
33	Yıldırım Tuğrul Türkeş	AK PARTİ	7
34	Ahmet Haluk KOÇ	CHP	0
35	Erkan HABERAL	MHP	0
36	Ayhan ALTINTAŞ	İYİ PARTİ	0

yaparken, Halkların Demokratik Partisi'nden ise en çok paylaşımı 223 gönderiyle Filiz Kerestecioğlu Demir yapmıştır. Cumhuriyet Halk Partisi milletvekili Yıldırım Kaya 177 gönderim ile kendi siyasi partisi içinde ilk sırada yer almıştır. İYİ Parti'de ise Koray Aydın 139 paylaşım ile mensubu olduğu siyasi grup içinde birinci olurken, Büyük Birlik Partisi'nde Mustafa Destici 78 gönderi ile listede 15. sırada yer almıştır. Belirtilen tarih aralığında Cumhuriyet Halk Partisi'ne mensup

Ahmet Haluk Koç, Milliyetçi Hareket Partisine mensup Erkan Haberal ve İYİ Parti milletvekili Ayhan Altıntaş hiç paylaşım yapmamışlardır.

Çizelge 5.'te Ankara milletvekillerinin temsil ettikleri Ankara ile ilgili yerel konu paylaşımlarının sayısı ve dağılımı verilmiştir. Milletvekillerinin toplam olarak 375 adet yerel içerikli paylaşım yaptığı tespit edilmiştir. Elde edilen bilgilere göre, Ankara milletvekillerinin 252 paylaşım sayısı ile en çok Ankara ili içerisinde gerçekleşen fakat belirlenen

**Çizelge 5.** Ankara Milletvekillerinin Twitter'da Ele Aldıkları Yerel Konuların Dağılımı

MİLLETVEKİLLERİ	SIYASİ PARTİ	İMAR, ÇEVRE, ALTYAPI	KÜLTÜR, SANAT VE TARİHSEL	EĞİTİM	EKONOMİK	SPOR	GÜVENLİK ASAYİŞ	SAĞLIK	YEREL KONULAR HARİCİ PAYLAŞIMLAR	TOPLAM	
1	Ali İhsan ARSLAN	AK PARTİ	0	0	3	0	0	0	2	5	
2	Arife Polat DÜZGÜN	AK PARTİ	0	0	0	7	1	0	6	15	
3	Asuman ERDOĞAN	AK PARTİ	7	1	4	5	1	0	21	44	
4	Barış AYDIN	AK PARTİ	2	0	0	3	2	1	17	27	
5	Emrullah İŞLER	AK PARTİ	2	0	1	1	4	1	22	32	
6	Fatih ŞAHİN	AK PARTİ	0	0	0	0	2	0	4	6	
7	Hacı TURAN	AK PARTİ	2	0	0	1	2	0	14	19	
8	Lütfiye Selva ÇAM	AK PARTİ	1	0	0	0	2	0	15	18	
9	Mehmet Naci BOSTANCI	AK PARTİ	0	0	0	0	0	0	0	0	
10	Nevzat CEYLAN	AK PARTİ	2	0	0	0	0	0	4	6	
11	Orhan YEGİN	AK PARTİ	2	0	0	4	0	0	19	25	
12	Yalçın AKDOĞAN	AK PARTİ	0	0	0	0	0	0	2	2	
13	Yıldırım Tuğrul TÜRKERŞ	AK PARTİ	0	0	0	0	0	0	0	0	
14	Zeynep YILDIZ	AK PARTİ	2	0	1	4	4	0	46	57	
15	Ahmet Haluk KOÇ	CHP	0	0	0	0	0	0	0	0	
16	Ali Haydar HAKVERDİ	CHP	0	0	0	0	0	1	1	2	
17	Bülent KUŞOĞLU	CHP	0	0	0	0	0	0	2	2	
18	Gamze TAŞCIER	CHP	1	0	1	0	0	0	6	8	
19	Levent GÖK	CHP	2	1	1	0	1	0	2	7	
20	Murat EMİR	CHP	1	0	0	1	0	0	2	4	
21	Nihat YEŞİL	CHP	1	0	0	0	0	0	0	1	
22	Servet ÜNSAL	CHP	0	0	0	0	0	0	1	1	
23	Tekin BİNGÖL	CHP	0	0	0	0	0	0	0	0	
24	Yıldırım KAYA	CHP	0	0	2	1	2	1	13	19	
25	Erkan HABERAL	MHP	0	0	0	0	0	0	0	0	
26	Mevlüt KARAKAYA	MHP	0	0	0	0	0	0	4	4	
27	Nevin TAŞLIÇAY	MHP	0	0	0	0	0	0	11	11	
28	Sadir DURMAZ	MHP	3	0	0	0	0	0	0	3	
29	Yaşar YILDIRIM	MHP	0	0	0	1	1	0	5	7	
30	Ayhan ALTINTAŞ	İYİ PARTİ	0	0	0	0	0	0	0	0	
31	Durmuş YILMAZ	İYİ PARTİ	1	0	0	0	0	0	0	1	
32	İbrahim Halil ORAL	İYİ PARTİ	6	0	4	0	1	0	11	22	
33	Koray AYDIN	İYİ PARTİ	0	0	0	0	0	0	8	8	
34	Şenol BAL	İYİ PARTİ	0	0	0	0	0	0	0	0	
35	Mustafa DESTİCİ	BBP	0	0	0	0	0	0	0	0	
36	Filiz KERESTECİOĞLU DEMİR	HDP	4	0	0	0	0	0	15	19	
<b>TOPLAM</b>			<b>39</b>	<b>2</b>	<b>17</b>	<b>28</b>	<b>23</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>252</b>	<b>375</b>

kategorilerin dışında olan yerel sorunlar harici paylaşımlar yaptıkları görülmüştür. Yerel sorunlar harici paylaşımlar kategorisi içerisine, parti genel merkezlerinin adına veya bireysel olarak yapılan ziyaretler, yerel parti teşkilatlarının belirlenen kategoriler dışında yaptığı faaliyetler, Ankara'nın kültür, sanat ve tarihi ile bağı olmayan her türlü içerik ve özel gün paylaşımları dâhil edilmiştir. Yerel Sorunlar Harici Paylaşımlar kategorisinden sonra sayısal çokluk baz alınarak değerlendirilirse sırasıyla İmar, Çevre ve Altyapı başlıklı kategori 39 paylaşım ile ikinci sırada, 28 paylaşım sayısı

ile Ekonomi kategorisi üçüncü sırada, 23 paylaşım sayısı ile Spor kategorisi dördüncü sırada, 17 paylaşım sayısı ile Eğitim kategorisi beşinci sırada, 10 paylaşım sayısı ile Sağlık kategorisi altıncı sırada, 4 paylaşım sayısı ile Güvenlik ve Asayiş kategorisi yedinci sırada ve son olarak 2 paylaşım ile Kültür, Sanat ve Tarihsel paylaşımlar kategorisi son sırada yer almıştır. Ankara milletvekillerinden Adalet ve Kalkınma Partisi'ne mensup olan Zeynep Yıldız'ın toplamda 57 paylaşım sayısı ile yerel konularda en çok paylaşım yapan milletvekili olduğu saptanmıştır.

**Çizelge 6.** Ankara Milletvekillerinin Twitter'da Ele Aldıkları Ulusal Konuların Dağılımı

MİLLETVEKİLLERİ	SİYASİ PARTİ	İMAR, ÇEVRE, ALTYAPI	KÜLTÜR, SANAT VE TARİHSEL	EĞİTİM ÜNİVERSİTE	EKONOMİK	SPOR	GÜVENLİK ASAYİŞ	SAĞLIK	DİĞER	TOPLAM	
1	Ali İhsan ARSLAN	AK PARTİ	1	1	0	0	1	2	0	9	14
2	Arife Polat DÜZGÜN	AK PARTİ	1	0	0	0	0	1	14	16	
3	Asuman ERDOĞAN	AK PARTİ	23	7	18	15	5	16	11	176	271
4	Barış AYDIN	AK PARTİ	14	2	2	0	2	1	1	39	61
5	Emrullah İŞLER	AK PARTİ	2	0	0	0	0	0	12	14	
6	Fatih ŞAHİN	AK PARTİ	0	0	0	0	0	1	0	11	12
7	Hacı TURAN	AK PARTİ	3	1	0	1	0	0	15	20	
8	Lütfiye Selva ÇAM	AK PARTİ	19	4	8	3	3	4	2	90	133
9	Mehmet Naci BOSTANCI	AK PARTİ	0	0	0	0	0	0	16	16	
10	Nevzat CEYLAN	AK PARTİ	2	0	0	2	0	0	4	8	
11	Orhan YEGİN	AK PARTİ	1	2	0	0	0	0	5	8	
12	Yalçın AKDOĞAN	AK PARTİ	5	0	0	0	0	0	34	39	
13	Yıldırım Tuğrul TÜRKÜŞ	AK PARTİ	0	0	0	0	0	0	7	7	
14	Zeynep YILDIZ	AK PARTİ	3	4	1	2	2	4	0	39	55
15	Ahmet Haluk KOÇ	CHP	0	0	0	0	0	0	0	0	0
16	Ali Haydar HAKVERDİ	CHP	0	1	4	13	0	3	5	47	73
17	Bülent KUŞOĞLU	CHP	1	0	0	10	0	0	23	34	
18	Gamze TAŞCIER	CHP	1	1	0	34	0	3	40	54	133
19	Levent GÖK	CHP	2	1	1	0	0	1	20	25	
20	Murat EMİR	CHP	1	1	5	36	1	14	18	85	161
21	Nihat YEŞİL	CHP	5	2	5	51	0	12	2	87	164
22	Servet ÜNSAL	CHP	0	2	0	8	0	3	6	16	35
23	Tekin BİNGÖL	CHP	1	0	0	7	0	0	5	6	19
24	Yıldırım KAYA	CHP	0	3	38	9	14	3	2	89	158
25	Erkan HABERAL	MHP	0	0	0	0	0	0	0	0	0
26	Mevlüt KARAKAYA	MHP	0	7	1	1	0	0	30	39	
27	Nevin TAŞLIÇAY	MHP	2	1	12	18	2	4	12	94	145
28	Sadir DURMAZ	MHP	1	0	0	1	1	14	0	216	233
29	Yaşar YILDIRIM	MHP	0	0	0	0	0	7	0	75	82
30	Ayhan ALTINTAŞ	İYİ PARTİ	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31	Durmuş YILMAZ	İYİ PARTİ	7	0	1	11	0	2	3	16	40
32	İbrahim Halil ORAL	İYİ PARTİ	2	1	0	5	3	0	1	81	93
33	Koray AYDIN	İYİ PARTİ	0	2	1	25	1	5	0	97	131
34	Şenol BAL	İYİ PARTİ	0	0	0	1	0	1	0	18	20
35	Mustafa DESTİCİ	BBP	1	4	1	12	4	7	1	48	78
36	Filiz KERESTECİOĞLU DEMİR	HDP	7	8	3	38	1	7	12	128	204
<b>TOPLAM</b>		<b>105</b>	<b>55</b>	<b>101</b>	<b>303</b>	<b>40</b>	<b>113</b>	<b>123</b>	<b>1701</b>	<b>2541</b>	



Ankara milletvekillerinin Twitter’da ele aldıkları ulusal konuların dağılımı Çizelge 6.’da verilmiştir. Milletvekillerinin toplam olarak 2541 adet ulusal içerikli paylaşım yaptığı tespit edilmiştir. Ortaya çıkan verilere göre, 15 Ekim – 15 Kasım tarih aralığında, Ankara milletvekilleri 1701 paylaşım sayısı ile en çok belirlenen kategorilerin dışında konuları içeren “Diğer” konular ile ilgili paylaşımlar yapmıştır. “Diğer” kategorisi içerisinde vekillerin ulusal bağlamda yaptıkları grup ya da kişisel ziyaretleri, belirlenen diğer kategoriler haricinde görüş belirttikleri paylaşımlar, uluslararası konular ve uluslararası ziyaretler ile ilgili paylaşımlar ve özel gün paylaşımları dâhil edilmiştir. “Diğer” kategorisi ile ilgili paylaşımlardan sonra, sayısal çokluk olarak ikinci sırada 303 paylaşım sayısı ile Ekonomi kategorisi yer almıştır. Sırasıyla, 123 paylaşım sayısı ile Sağlık kategorisi üçüncü sırada, 113 paylaşım sayısı ile Güvenlik ve Asayiş kategorisi dördüncü sırada, 105 paylaşım sayısı ile İmar, Çevre ve Altyapı kategorisi beşinci sırada, 101 paylaşım sayısı Eğitim kategorisi altıncı sırada, 55 paylaşım sayısı ile Kültür, Sanat ve Tarihsel paylaşım kategorisi yedinci sırada ve son olarak 40 paylaşım sayısı ile Spor kategorisi sekizinci sırada yer almıştır. Ulusal konulu paylaşımlarda en çok paylaşım yapan milletvekilinin 271 paylaşım sayısı ile Adalet ve Kalkınma Partisi’ne mensup olan Asuman Erdoğan olduğu görülmektedir.

Çizelge 7. Kategorilere Göre Yerel ve Ulusal Paylaşım Sayıları		
KATEGORİLER	YEREL PAYLAŞIM SAYISI	ULUSAL PAYLAŞIM SAYISI
İmar, Çevre ve Altyapı	39	105
Kültür, Sanat, Tarihsel	2	55
Eğitim	17	101
Ekonomik	28	303
Spor	23	40
Güvenlik ve Asayiş	4	113
Sağlık	10	123
Yerel Konular Harici Paylaşımlar	252	-
Diğer	-	1701
<b>TOPLAM</b>	<b>375</b>	<b>2541</b>

Çizelge 7.’de Ankara milletvekillerinin konu kategorilerine göre, yerel ve ulusal konulardaki paylaşım sayıları yer almaktadır. Bu verilere göre karşılaştırmalı olarak bakıldığında, başkent milletvekilleri en çok ulusal konularda paylaşım yapmışlardır. Toplam paylaşım sayılarına bakıldığında, Ankara milletvekillerinin %87,1 oranında ulusal konularda ve %12,8 oranında yerel konularda paylaşım yaptığı görülmektedir.

#### 4. SONUÇ VE TARTIŞMA

Günümüzde internet teknolojileri siyasal iletişim çalışmaları açısından büyük önem arz etmektedir. Sosyal paylaşım ağları günden güne seçmene ulaşmak ve kamuoyunu bilgilendirmek amacıyla daha çok kullanılır hale gelmektedir. Bu çalışma, halkı temsil etme yetkisi bulunan milletvekillerinin, bir sosyal medya aracı olan Twitter’ı ne sıklıkla kullandıklarını tespit etmek ve şahsi Twitter hesaplarından temsil ettikleri Ankara ili hakkındaki gelişme ve sorunlar ile ilgili ne sıklıkta ve hangi konularda paylaşım yaptıklarını belirlemek amacıyla yapılmıştır.

Elde edilen bulgulara göre araştırmamızın temel hipotezini oluşturan milletvekillerinin çoğunun kişisel Twitter hesabına sahip olduğu saptanmıştır. TBMM 27. Dönem Ankara milletvekilleri listesinden hareketle, milletvekillerinin Twitter’da şahsi hesabı bulunup bulunmadığı tek tek incelenerek, hepsinin kişisel hesabının bulunduğu savı doğrulanmıştır. Çalışmanın yürütüldüğü tarih aralığında 36 Ankara milletvekilinden, 33 milletvekilinin paylaşımlar yaptığı tespit edilmiştir. Milletvekilleri toplamda 2916 tweet/retweet atmışlardır. Ortaya çıkan verilere göre belirtilen tarih aralığında toplam tweet sayısına göre en çok tweet Adalet ve Kalkınma Partisi milletvekilleri tarafından paylaşılırken, en az paylaşımı Büyük Birlik Partisi milletvekili yapmıştır. Günlük tweet paylaşım oranına bakıldığında ise, vekillerin günlük tweet atma oranı %2,94 olarak tespit edilmiştir. Yapılan toplam paylaşım sayısına göre 315 paylaşım ile Adalet ve Kalkınma Partisi’nden Asuman Erdoğan en çok paylaşım yapan milletvekili olurken, yine Adalet ve Kalkınma Partisi’ne mensup olan Yıldırım Tuğrul Türkeş 7 paylaşım ile en az paylaşım yapan milletvekili olmuştur. Siyasi partilere göre günlük paylaşım dağılımına bakıldığında Cumhuriyet Halk Partisi’ne mensup milletvekillerinin günlük paylaşım oranı %2.82 iken, Ak Parti’ye mensup milletvekillerinin paylaşım oranının %2.21 olduğu görülmüştür. Birinci hipotezde öne sürülen Ak Parti milletvekillerinin günlük paylaşım oranından daha fazla olduğu görüşünün yanlış olduğu belirlenmiştir.

Milletvekillerinin ekonomi kategorisinde yaptığı paylaşımlara bakıldığında, ekonomi kategorisinde 28’i yerel, 303’ü ulusal içerikli olmak üzere toplamda 331 paylaşım yapıldığı saptanmıştır. İkinci hipotezde öne sürülen ekonomi konusundaki paylaşımların daha çok ulusal içerikte olduğu savı doğrulanmıştır.

Ankara milletvekillerinin ele aldıkları yerel ve ulusal konuların dağılımı ile ilgili elde edilen bulgular neticesinde vekillerin bir aylık süre içerisinde Ankara ilini ilgilendiren konular ile ilgili

Twitter paylaşım sayısı 375 olarak saptanmıştır. Ulusal konular ile ilgili Twitter paylaşım sayısı ise 2541 olarak tespit edilmiştir. Çıkan sonuca göre, vekillerin yerel konulardan çok ulusal konular üzerine paylaşım yaptıkları hipotezinin doğru olduğu görülmektedir. Yerel konular ile ilgili paylaşımlara bakıldığında vekillerin en çok Ankara ili içerisinde gerçekleşen fakat belirlenen kategorilerin dışında olan yerel sorunlar harici paylaşımlar (genel merkez paylaşımları, Ankara ile ilgili olmayan her türlü içerik, kişisel ziyaretler, yerel parti teşkilatlarının diğer kategoriler dışında kalan faaliyetleri ve özel gün paylaşımları)

yaptıkları görülmüştür. Ulusal konular ile ilgili paylaşımlara bakıldığında ise vekillerin, en çok ulusal bağlamda yaptıkları grup ya da kişisel ziyaretleri, uluslararası konular ve özel günler ile ilgili paylaşımlar yaptıkları tespit edilmiştir.

Karşılaştırmalı olarak bakıldığında, Ankara milletvekillerinin %87,1 oranında ulusal konularda ve %12,8 oranında yerel konularda paylaşım yaptığı saptanmıştır. Başkent Ankara ile ilgili yerel sorunları meclise taşıyıp çözüm önerileri geliştirmek açısından milletvekillerinin paylaşımlarında yerel konulara daha çok değinmeleri önem arz edecektir.

## KAYNAKLAR

- Aziz, A. (2011). *Siyasal İletişim: Nobel Yayınları*. Ankara-Türkiye.
- Balcı, A. (2001). *Sosyal Bilimlerde Araştırma: Yöntem, Teknik ve İlkeler: Pegem A Yayıncılık*. Ankara -Türkiye.
- Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Doğu, B., İslamoğlu, G., Aydemir, A. (2014). "Siyasal İletişim Sürecinde Sosyal Medya ve Türkiye'de 2011 Genel Seçimlerinde Twitter Kullanımı". *Bilig*, 68: 59-96.
- Borins, S. (2011). "Online Adaydan Online Başkana". Devran, Y. (Ed.). *Seçim Kampanyalarında Geleneksel Medya, İnternet ve Sosyal Medyanın Kullanımı* (s. 85-93): Başlık Yayın Grubu. İstanbul-Türkiye.
- Bostancı, M. (2014). "Siyasal İletişim 2.0". *Erciyes İletişim Dergisi "akademia"*, 3(3): 84-96.
- Çağlar, N. , Köklü, P.H. (2017). "Yeni Medyanın Siyasal İletişim Araç Olarak Kullanımı: Siyasal Partilerin Resmî Web Sitelerine Yönelik Bir Araştırma". *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1): 148-173.
- Çakır, H. , Tufan, S. (2016). "Siyasal İletişim Sürecinde Sosyal Medya: Türkiye'de Siyasi Liderlerin Instagram Kullanım Pratikleri Üzerine Bir İnceleme". *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2: 7-28.
- Çankaya, E. (2015). *Siyasal İletişim Dünyada ve Türkiye'de: İmge Kitabevi*. Ankara-Türkiye.
- Doğan, A. (2017). *Türkiye'de Siyasal İletişim ve Siyasal Davranış: Nobel Yayınları*. Ankara-Türkiye.
- Doğu, B., Özçetin, B., Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Aydemir, A., İslamoğlu, G. (2014). *Siyasetin Yeni Hali: Vaka-i Sosyal Medya: Kalkedon Yayınları*. İstanbul-Türkiye.
- Fidan, Z. , Özer, N.P. (2014). "Siyasi Partilerin Siyasal İletişim Aracı Olarak Web Sayfalarını Kullanımı". *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4 (2): 211-233.
- Genel, M.G. (2012). "Siyasal İletişim Kampanyalarında Sosyal Medyanın Kullanımı (12 Haziran 2011 Seçimleri: "Twitter" Örneği)". *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – Tojdac*, 2(4): 23-31.
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing: McGraw Hill*. New York-The United States of America.
- İmik Tanyıldızı, N. , Ateş, T.Y. (2018). "Siyasi Parti Genel Başkanlarının 15 Temmuz Darbe Girişimi Sonrası Twitter Mesajlarına Yönelik İçerik ve Söylem Çözümlemesi". *ASSAM International Refereed Journal*, 10: 46-63.
- Kazancı, M. (2013). *Kamu ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler: Turhan Kitabevi*. Ankara-Türkiye.
- Lilleker, D.G. (2013). *Siyasal İletişim Temel Kavramlar: Kaknüs Yayınları*. İstanbul-Türkiye.
- Meriç, Ö. (2015). "140 Karakter ile Siyaset Konuşmak: Twitter'da Siyasetçi-Yurttaş Etkileşimi". *Ersöz Kulakoğlu, S., Uğurlu, Ö. (Ed.). İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar – Twitter* (s. 33-58): Heretik Yayınları. Ankara-Türkiye.
- Onat, F. (2010). "Bir Halkla İlişkiler Uygulama Alanı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Sivil Toplum Örgütleri Üzerine Bir İnceleme". *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kavram ve Araştırma Dergisi*, 31: 101-122.
- Silsüpür, Ö. (2016). "Siyasal İletişim Aracı Olarak Twitter'ın Kullanımı: 07 Haziran 2015 Genel Seçimi Üzerine Bir Çalışma". *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(2): 725-747.

Tarhan, A. (2012). "Büyükşehir Belediyelerinin Sosyal Medya Uygulamalarına Halkla İlişkiler Modellerinden Bakmak". İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 35: 79-101.

Tarhan, A., Fidan, Z. (2016). "Siyasal İletişimde Sosyal Medyanın Kullanımı: 7 Haziran- 1 Kasım 2015 Genel Seçimleri Twitter Örneği". Balcı, Ş. (Ed.). 7 Haziran'dan 1 Kasım'a Türkiye'de Siyasal İletişim Uygulamaları (s. 401-440): Literatürk Academia. Konya-Türkiye.

Tavşancıl, E., Aslan, A. E. (2001). İçerik Analizi ve Uygulama Örnekleri: Epsilon Yayınevi. İstanbul – Türkiye.

Tokgöz, O. (2010). Seçimler, Siyasi Reklamlar ve Siyasal İletişim: İmge Kitabevi. Ankara-Türkiye.