

**SİYASAL İLETİŞİM SÜRECİ OLARAK CUMHURBAŞKANI ADAYLARININ
TWITTER HESAPLARININ İÇERİK ÇÖZÜMLEMESİ: 24 HAZİRAN 2018
SEÇİMLERİ¹**

Geliş Tarihi: 31.10.2018

Arş. Gör. Harun DUMLU²

Kabul Tarihi: 19.11.2018

Makale Türü: Alan Araştırması

Özet

24 Haziran 2018’de yapılan seçimlerde siyasi partiler ve adaylar oy oranlarını yükseltmek için çeşitli iletişim kanalları vasıtasıyla seçmenleri etkilemeye çalışmışlardır. Geleneksel medya araçlarının yanı sıra cumhurbaşkanı adayları sosyal medya platformlarından da seçmenleri etkilemeye çabası içerisindeyler. Kullanılan bu sosyal medya platformlarından biri de Twitter’dir. Buradan hareketle bu çalışmada, 24 Haziran 2018 tarihinde yapılan cumhurbaşkanlığı seçiminde aday olan siyasetçilere ait Twitter hesapları ve 24 Haziran 2018 seçimleri için paylaştıkları tweetleri içerik analizi ile incelenmiştir. Çalışmaya konu olan cumhurbaşkanı adayları Doğu Perinçek, Meral Akşener, Muharrem İnce, Recep Tayyip Erdoğan, Selahattin Demirtaş ve Temel Karamollaoğlu’dur. Cumhurbaşkanlığı adayları arasında seçim döneminde en çok tweet paylaşan adayın Meral Akşener en az tweet paylaşan adayın ise Doğu Perinçek olduğu belirlenmiştir. Cumhurbaşkanlığı Seçimi’nde aday olan 6 adayın da Twitter’ı aktif olarak kullandıkları ve seçim döneminde günde ortalama 5 tweet attıkları çalışmadan çıkarılan sonuçlar arasındadır.

Anahtar Kelimeler: Siyasal İletişim, Siyasal İletişim Süreci, Twitter, 24 Haziran 2018 Seçimleri, Cumhurbaşkanlığı Adayları.

Jel Kodları: D72.

**ANALYSIS OF TWITTER ACCOUNTS OF THE PRESIDENTIAL
CANDIDATES AS PROCESS OF POLITICAL COMMUNICATION: 24 JUNE 2018
ELECTIONS**

Abstract

In the elections held on June 24, 2018, political parties and candidates tried to influence voters through various communication channels to increase their voting rates. Besides traditional media tools, presidential candidates are also trying to influence voters from social media platforms. One of these social media platforms is Twitter. In this study, written and visual tweets shared by politicians who were candidates for the presidential election held on June 24, 2018 were analyzed through content analysis. The candidates for the presidency are Doğu Perinçek, Meral Akşener, Muharrem İnce, Recep Tayyip Erdoğan, Selahattin Demirtaş and Temel Karamollaoğlu. Candidate Meral Akşener who shares the tweet most in the election period among the presidential candidates is Doğu Perinçek who shares at least tweet. As a result, it was determined that 6 candidates who were candidates in Presidential Election were also using Twitter as active. Candidates also shared average of 5 tweets per day at during the election period.

Keywords: Political Communication, Political Communication Process, Twitter, 24 June 2018 Election, Presidential Candidates.

Jel Codes: D72.

¹ Bu çalışma Giresun Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme ABD, Doktora Programı, Stratejik Pazarlama Yönetimi dersi kapsamında Prof. Dr. Bayram KAYA’nın danışmanlığında hazırlanmıştır.

² Giresun Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, E-mail: hdumlu@hotmail.com

1. GİRİŞ

Son yıllarda artan sosyal medya kullanımı seçmenlerin tercihlerini sosyal medya üzerinden belirtmelerini beraberinde getirmiştir. Bu nedenle siyasi parti yöneticilerinin de seçmenleri etkileyebilmek amacıyla seçmenlerle iletişim kurma ve oy tercihlerini yönlendirmede sosyal medyayı kullandıkları görülmektedir. Özellikle Twitter ve Facebook, seçim dönemlerinde siyasi parti yöneticileri, adaylar ve seçmenler tarafından sıkça kullanılan sosyal medya platformlarıdır. Bu platformlar, yüksek maliyetler gerektiren geleneksel medya araçlarının karşılığında daha düşük maliyetlerle seçmene ulaşabilme ve fikir pazarlamasında bulunabilme kolaylığı sağlamaktadır.

İletişim sürecinde kaynaktan alıcıya iletilen mesajların sonucunda alıcıdan kaynağa bir geribildirim iletilmektedir. Siyasi iletişim sürecinde seçim sonuçları geribildirim olarak kabul edilebilir. Ancak zamanında geribildirim alınmazsa verilen siyasal mesajların hedef kitleyi ne kadar tatmin ettiği belirlenemeyecektir. Bu da siyasi partiler ve adayların bekledikleri seçim sonuçlarının altında bir oy almalarına neden olabilmektedir. Sosyal medyada hedef kitle ile hızlı iletişim kurulabilmesi ve iletilen mesajlara çok hızlı geribildirim alınabilmesi, daha sonra gönderilecek mesajların bu geribildirimler dikkate alınarak şekillendirilmesini sağlamaktadır.

Bu çalışmada, 24 Haziran 2018 tarihinde yapılan cumhurbaşkanlığı seçiminde aday olan siyasetçilere ait Twitter hesapları ve 24 Haziran 2018 seçimleri için paylaştıkları tweetleri içerik analizi ile incelenmiştir. Çalışmanın, siyasi seçimlerde adayların Twitter kullanım alışkanlıkları ve kullanım amaçları konusunda literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışma da ilk olarak siyasal iletişim ve sosyal medya kavramları açıklanmış ardından siyasal iletişimde sosyal medya kullanımını konu alan akademik çalışmalar taranmıştır. Son olarak araştırmanın yöntemi ve bulgularına yer verilmiştir.

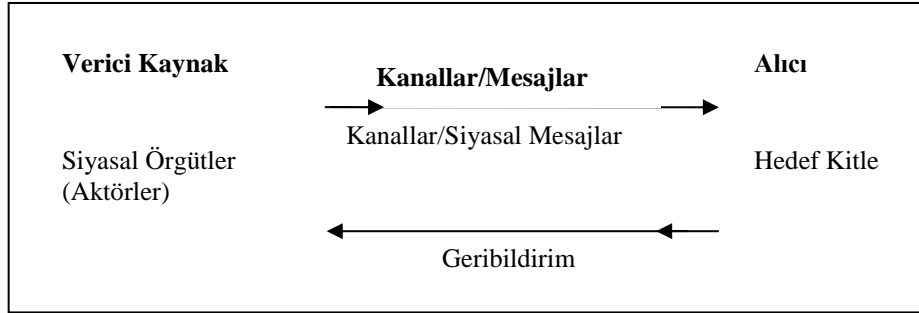
2. TEORİK ÇERÇEVE

2.1. Siyasal İletişim

İletişim kavramı çok farklı alanlarda kullanıldığından kavrama her alana özgü anlamlar yüklenmektedir. Bu nedenle iletişim kavramının herkes tarafından kabul edilen bir tanımını yapmak neredeyse olanaksızdır, ancak iletişim denince akla genellikle insanlar arası iletişim ve bu amaçla kullanılan araçlar gelmektedir (Orhon ve Eriş, 2012, s. 4). İletişim, duygu, düşünce, fikir, bilgi ve kültürü içeren anlamların kanallar yoluyla aktarıldığı bir süreçtir (Tutar, 2003, s. 34). İnsanlar arasındaki her türlü bilgi, duygu ve düşünce alışverişi olan iletişimin gerçekleşebilmesi için kaynak ve alıcı olmak üzere en az iki birim bulunmalıdır. Daha sonra kaynaktan alıcıya doğru bir mesaj gitmeli ve alıcı bunun karşılığında kaynağa geri bildirim sağlamalıdır (Işık, 2014, s. 6).

Siyasal iletişim ise çoğunlukla siyasetçilerin seçim dönemlerinde yaptığı iletişim çalışmaları olarak dar kapsamlı bir şekilde algılanmaktadır. 21. yüzyılda siyasal iletişim konusu ele alındığında medyayı da göz ardı etmemek gerekir. Çünkü medya, siyasal aktörlerin geniş kitlelere ulaşmak için kullandıkları en önemli araçtır. Ayrıca siyasal iletişim çalışmalarının büyük bir kısmı medya araçları üzerinden yürütülmektedir (Onay, 2012, s. 31). Siyasal iletişim, belli ideolojik amaçların toplumda 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 iletişimdir (Aziz, 2011, s. 19).

İletişim sürecinde vericiden gelen mesaj alıcıya bir kanal aracılığı ile gider. Alıcının bu mesajı alıp almadığı, alıyor ise nasıl bir etki ile aldığı bilgisi ise alıcının bu mesaja çoğunlukla aynı kanalı kullanarak geribildirimde bulunması ile oluşur. Genel iletişim sürecindeki bu işleyişin siyasal iletişim sürecinde de var olması gerekir. Yani verici - alıcı - mesaj - kanal - geribildirimden oluşan bu 5 ögenin işlevsel olarak kullanılması iletişim sürecini oluşturur (Aziz, 2011, s. 21-22). Bahsedilen bu iletişim süreci ve siyasal iletişim süreci Şekil 1’de görülmektedir.



Şekil 1. İletişim ve siyasal iletişim süreci

Kaynak: Aziz, A., 2011:22.

İletişim sürecinde kaynaktan alıcıya giden mesajlarda olduğu gibi siyasal iletişim sürecinde de kaynak olan siyasal örgütlerden veya aktörlerden hedef kitleye doğru siyasal mesajlar kanallar vasıtasıyla iletilmektedir. Bu kanallar mitingler, toplantılar, televizyon, radyo, pankartlar, afişler, internet reklamları ve sosyal medya siteleri gibi kanallardır. Geleneksel medya araçları ile iletilen siyasal mesajlara geribildirim almak çok zor olmaktadır. Geribildirim, seçim sonuçlarında sağlanmış olur, bu da beklentileri karşılamayabilir. Ancak sosyal medya aracılığıyla iletilen mesajlara anlık olarak karşılık bulmak çok kolaydır. Sosyal medyada yapılan bir paylaşım hedef kitleden beğeni ve yorum olarak geribildirim sağlanmış olur. Bu sayede hedef kitlenin beklentileri ve siyasal mesajlara karşı tutum ve düşünceleri öğrenilecektir. Sonrasında verilecek mesajlar bu geribildirimler dikkate alınarak şekillendirilebilir.

2.2. Sosyal Medya

İnternetin ilk dönemlerinde (Web 1.0), internet kullanıcıları içerik üretmeyip sadece teknik becerisi olan kişi ve kurumlar tarafından oluşturulan internet sitelerini ziyaret edebilmekteydiler. 2000’li yılların başında Web 2.0 adını alan gelişmeler ile internet kullanıcıları kolay bir şekilde içerik üretmeye başlamışlardır. Bu sayede, çoğu tüketici olan internet kullanıcıları aynı zamanda üretici konumuna da geçmişlerdir (Bostancı, 2015:51). Sosyal medyanın oluşumunu, gelişimini ve insanlar arasında hızla yayılmasını sağlayan Web 2.0 olmuştur. Web 2.0 ile gelişen sosyal medya, internet aracılığıyla kişiler, topluluklar ve işletmeler arasında iletişim, işbirliği ve paylaşım imkanı sağlayan araçlardır (Kırcova ve Enginkaya, 2015, s. 4).

Web 2.0 ile gelişen sosyal medya son yıllarda insan hayatında aktif olarak rol almaktadır. Öyle ki insanlar, günlük aktivitelerinden özel günlerine, sevinç ve başarılarından zor günlerine kadar her anlarını sosyal medya araçlarıyla paylaşmaktadırlar. Bu sosyal medya platformları arasında dünya genelinde en çok kullanılanları şöyle sıralanmaktadır (www.statista.com):

- Facebook,

- Youtube,
- Instagram,
- Twitter,
- Pinterest,
- Snapchat,
- Tumblr,
- Flickr,
- Google+,
- LinkedIn, v.d.

Dünya genelinde ve Türkiye’de popüler sosyal medya platformlarından biri olan Twitter, 2006 yılında Jack Dorsey, Evan Williams, Noah Glass ve Biz Stone tarafından kurulmuştur. Kullanıcılarına en fazla 280 karakterden oluşan Tweet adı verilen iletiler paylaşma imkanı sağlayan ve paylaşılan tweetlere takipçilerin yorum yapmasına olanak veren sosyal ağ sitesidir (www.twitter.com). Gerçek hayatta bir araya gelme imkanı bulunmayan veya bu imkanı çok az olan insanların aynı konu çevresinde bir araya gelmelerini sağlamaktadır. Ayrıca Twitter, Arap Baharı başta olmak üzere birçok sivil hareketin gerçekleşmesinde büyük katkı sağlamıştır (Bostancı, 2015, s. 63).

3. LİTERATÜR TARAMASI

Literatürde siyasi seçimlerle, sosyal medya kullanımıyla ve siyasi seçimlerde sosyal medya kullanımlarına yönelik çok sayıda çalışma yer almaktadır. Bu çalışmalar arasında siyasi liderlerin ve seçim döneminde adayların sosyal medya kullanımı üzerine yapılmış olan bazı çalışmalar incelenmiştir. Stieglitz, vd. (2012), Alman siyasi partilerinin, Facebook, Twitter, Flickr ve YouTube sosyal medya platformlarındaki varlıklarının analizinin yanı sıra Alman Parlamentosu üyelerin sosyal medya kullanımıyla ilgili bir anket yapmışlardır. Çalışma, politikacıların mevcut sosyal tartışmalar ve sosyal medyada kendi itibarı hakkında güncel bilgi sahibi olmalarının yanı sıra yeni eğilimleri tespit etmeleri ve farklı sosyal ağlardaki etkili kullanıcıları tanımlamaları gerektiğini göstermiştir.

Andaç ve Akbıyık (2016), 1 Kasım 2015 genel seçimleri öncesinde Isparta ili milletvekili adaylarının Facebook’u kullanım amaçları ve yoğunluklarını içerik analizi yöntemini kullanarak incelemişlerdir. AK Parti ve MHP milletvekili adaylarının sosyal medyayı kullanıyor olmasına karşın diğer partilerin milletvekili adaylarının sosyal medyaya gereken ilgiyi göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

Çakır ve Tufan, (2016), Türkiye’de siyasi liderlerin Instagram kullanımı üzerine bir inceleme yaptıkları çalışmada Ak Parti Genel Başkanı Ahmet Davutoğlu ve MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli’nin Instagram’daki hesaplarını ele almışlardır. Çalışma sonuçları Ak Parti ve MHP Genel Başkanlarının Instagram’ı çok aktif kullanmadıklarını göstermiştir. Çift yönlü iletişime imkan sunan özelliklerin de siyasi parti liderlerince kullanılmadığı, genellikle tek yönlü gönderilerin paylaşıldığı tespit edilmiştir.

Nulty, vd. (2016), 2014 Avrupa Parlamentosu seçim kampanyası sırasında siyasi aktörlerden gelen ve bunlara atıfta bulunan tweetleri kullanarak sosyal medyanın seçim kampanyası sırasında siyasal iletişim aracı olarak kullanımını incelemişlerdir. Çalışmanın sonucunda siyasal iletişimin içerik ve duygusal tonunun, sol-sağ gibi farklılıklardan ziyade,

Avrupa Birliği'nin siyasi mücadelesinde yapılan tercihleri daha fazla yansıttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Demirhan (2017) yaptığı çalışmada 2017 Anayasa Referandumunda siyasal iletişim aracı olarak Twitter kullanımını ele almıştır. Çalışmada içerisinde “anayasa” kelimesi geçen 150.000 tweet ele alınmıştır. Twitter’ın işlevlerinin ve mesajların içeriklerinin değerlendirilmesi için içerik analizi yapılmış, 150.000 tweet içerisinde “#evet” ve “#hayır” etiketlerine gönderilen toplam 5.745 tweet incelenmiştir. Çalışmanın bulgularına göre, Twitter’da siyasal iletişim sürecine en fazla katılan aktörlerin ilk sırasında siyasette aktif olarak yer alan kişiler, ikinci sırada siyasi ya da medya kuruluşlarıyla bağlantısı tespit edilemeyen kullanıcılar, son olarak da medya kuruluşlarının olduğu tespit edilmiştir.

Stier, vd. (2018), 2013 Alman federal seçimlerinde, adayların kitle izleyicileri için en önemli konuları ele alıp almadıklarını ve bunların Facebook ve Twitter’ın özelliklerine göre nasıl şekillendiğini araştırmışlardır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgular, kampanya stratejilerinin ve genel olarak siyasal iletişimin, sosyal medya platformlarında siyasetçiler ve seçmenler arasında etkileşimli olarak gerçekleştirildiğini göstermektedir.

Yapılan literatür taraması sonucunda seçim dönemlerinde adayların, seçmenlerin ve liderlerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve sosyal medya kullanım şekilleri üzerine yapılan çalışmalar, sosyal medya platformlarının siyasal iletişim aracı olarak kullanıldığını göstermektedir. Literatürde yer alan çalışmaların bazılarının farklı seçimler üzerinde odaklandığı da görülmektedir. Buradan hareketle bu çalışma, 2018 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri’nde adayların Twitter kullanımını konu edinmiştir.

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE VERİ SETİ

4.1. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada cumhurbaşkanı adaylarının paylaştığı tweetlerin analiz edilebilmesi için en uygun yöntem olduğu düşünülen içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Metin içinde tanımlanan belirli karakterlerden sistematik ve tarafsız sonuçlar çıkarmak için kullanılan bir yöntemdir (Stone vd. 1966, s. 213). İçerik analizi metinsel materyalleri sınıflandırarak, birbiri ile alakalı verileri yönetilebilir ve anlaşılabilir bir hale getirir. Tarihsel dokümanlar, gazete haberleri, siyasi konuşmalar, açık uçlu röportajlar, diplomatik mesajlar, psikolojik günlükleri anlamlandırmak için sosyal bilimciler tarafından kullanılan bir tekniktir (Weber, 1990, s. 5).

4.2. Veri Seti

Çalışmanın veri seti 24 Haziran 2018 cumhurbaşkanlığı seçiminde aday olan cumhurbaşkanı adaylarına ait Twitter hesapları ve erken seçim kararının açıklandığı 18 Nisan 2018 tarihi ile seçimin gerçekleştirildiği 24 Haziran 2018 tarihleri arasında paylaşılan tweetlerden oluşmaktadır. Cumhurbaşkanlığı adaylarının Twitter hesapları, Twitter’a katılma tarihleri, takipçi sayıları ve takip ettikleri hesap sayıları Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Cumhurbaşkanlığı adaylarının Twitter hesapları

Cumhurbaşkanı Adayı	Hesap Adı	Katılma Tarihi	Takipçi Sayısı	Takip Edilen Sayısı
Doğu Perinçek	@Dogu_Perincek	Temmuz 2011	165.000	15
Meral Akşener	@meral_aksener	Mayıs 2012	2.690.000	910
Muharrem İnce	@vekiline	Ağustos 2010	4.750.000	1.529
Recep Tayyip Erdoğan	@RT_Erdogan	Ağustos 2009	13.000.000	4

Selahattin Demirtaş	@hdpdemirtas	Aralık 2010	1.670.000	1.036
Temel Karamollaoğlu	@T_Karamollaoğlu	Aralık 2014	278.000	9
Ortalama			3.758.833	584

Kaynak: www.twitter.com, Erişim Tarihi: 25.07.2018.

Tablo 1’de yer alan cumhurbaşkanı adaylarının resmi Twitter hesaplarına ait bilgiler incelendiğinde, Twitter’a ilk katılan adayın Recep Tayyip Erdoğan (Ağustos 2009) olduğu ve onu sırasıyla Muharrem İnce (Ağustos 2010), Selahattin Demirtaş (Aralık 2010), Doğu Perinçek (Temmuz 2011), Meral Akşener (Mayıs 2012) ve Temel Karamollaoğlu’nun (Aralık 2014) takip ettiği görülmektedir. Yine takipçi sayısında Recep Tayyip Erdoğan 13.000.000 takipçi sayısı ile ilk sırada ve ona en yakın takipçi sayısına sahip olan Muharrem İnce’den (4.750.000) üç kata yakın daha fazla takipçiye sahiptir. En az takipçiye sahip aday ise Doğu Perinçek’tir (165.000).

5. ARAŞTIRMA BULGULARI

Cumhurbaşkanı adaylarının seçim döneminde Twitter’ı aktif olarak kullandığı ve cumhurbaşkanı adayları tarafından seçim döneminde toplam da 2194 tweet atıldığı görülmektedir. Paylaşılan tweetlerin 167’sini Doğu Perinçek, 660’ını Meral Akşener, 430’unu Muharrem İnce, 214’ünü Recep Tayyip Erdoğan, 456’sını Selahattin Demirtaş ve 267’sini Temel Karamollaoğlu paylaşmıştır. Cumhurbaşkanlığı adayları arasında seçim döneminde en çok tweet paylaşan aday Meral Akşener olmuştur. Onu sırasıyla Selahattin Demirtaş, Muharrem İnce, Temel Karamollaoğlu, Recep Tayyip Erdoğan ve Doğu Perinçek izlemektedir.

Çalışmada ilk olarak cumhurbaşkanı adaylarının seçim dönemindeki tweetlerinde en çok kullandıkları 10 kelime, Kelime Sayıcı Paket Programı ile belirlenmiş ve Tablo 2’de verilmiştir. En çok kullanılan 10 kelime belirlenirken tweetlerde kullanılan bağlaçlar dikkate alınmamıştır.

Tablo 2. Cumhurbaşkanlığı adaylarının en çok kullandıkları 10 kelime

	Doğu Perinçek	Meral Akşener	Muharrem İnce	Recep Tayyip Erdoğan	Selahattin Demirtaş	Temel Karamollaoğlu
1	Türkiye	Türkiye	Teşekkür	Vakit	Demirtaş	Bugün
2	Vatan	Güneş	Başaracağız	Türkiye	Selamlar	Teşekkür
3	Parti	Yüzünü	Türkiye	Teşekkür	Ketil	Seçim
4	Atatürk	Dön	Cumhurbaşkanı	Güçlü	Sohbet	Saadet
5	ABD	Millet	Eğitim	Bugün	Oy	Temel
6	Türk	İyi	Hepimizin	İstanbul	Tek	Saat
7	Karşı	Olacak	Tek	Yeni	Değil	Başkan
8	AKP	Sözleşme	Diliyorum	Haziran	Twitter	Aziz

9	Yok	Olsun	Olsun	Büyük	Miting	Bütün
10	Doğu	Tüm	Sandık	Şehir	Biz	Biz

Sosyal medyada diyez işareti (#) ile oluşturulan hashtag sayesinde o hashtag başlığı ile ilgili olarak yapılan paylaşımlara ulaşmak daha kolaydır. Hashtag oluşturulurken diyez işareti kelime/kelimelerin başına eklenir ve hashtagi oluşturan kelimeler arasında boşluk bırakılmadan birleşik olarak yazılır. Örnek olarak; içerisinde “#Siyasalİletişim” hastagi bulunan bir paylaşımda, sosyal medya kullanıcıları isterlerse #Siyasalİletişim hashtaginin üzerine tıklayarak bu hastagi içeren başka paylaşımları da görebilirler. Böylece başka sosyal medya kullanıcılarının siyasal iletişim ile ilgili düşüncelerini ve paylaşımlarını da görmüş olacaklardır.

Doğu Perinçek dışında kalan cumhurbaşkanı adaylarının bir kelime ya da sözün başına diyez işareti ekleyerek oluşturulan hashtagleri çok sık kullandıkları yapılan inceleme sonucu belirlenmiştir. Doğu Perinçek haricindeki Cumhurbaşkanı adaylarının en çok kullandıkları hashtagler şöyledir:

- Meral Akşener en çok #YüzünüGüneşeDönTürkiye, #TürkiyeİYİOlacak ve #MilletimizleSözleşme hashtaglerini kullanmıştır.
- Muharrem İnce en çok #TekDavamTürkiye, #HepimizinCumhurbaşkanı ve #Başaracağız hashtaglerine tweetlerinde yer vermiştir.
- Recep Tayyip Erdoğan’ın tweetlerinde en çok görülen hashtag, #VakitTürkiyeVakti hashtagidir. Ayrıca Recep Tayyip Erdoğan tweetlerinde ziyaret ettiği illerde o ilin adı ile hashtagdeki Türkiye ibaresini yer değiştirerek de çok sık kullanmıştır. Örnek olarak, İstanbul’u ziyaret ettiğinde ve bu ziyaretiyle ilgili paylaştığı tweetlerinde #VakitİstanbulVakti hashtagini kullanmıştır.
- Selahattin Demirtaş’ın tweetlerinde #DemirtaşKetılSohbeti ve #DemirtaşTwitterMiting hashtagleri sıkça yer almaktadır.
- Temel Karamollaoğlu ise #TemelBaşkanaSoruyorum hashtagini ve ziyaret ettiği illerin ismini #TemelBaşkan hashtagine ekleyerek (örneğin; #TemelBaşkanDiyarbakırda) tweetlerinde paylaşmıştır.

Cumhurbaşkanı adaylarının en çok kullandıkları hashtaglerin içerisinde yer alan kelimelerin, yapılan analiz sonucunda en çok kullandıkları kelimeler arasına girdiği de görülmektedir. Örneğin Meral Akşener’in çok sık kullandığı #YüzünüGüneşeDönTürkiye Hashtagi nedeniyle, hashtagde geçen Türkiye, güneş, yüzünü ve dön kelimeleri Meral Akşener’in tweetlerinde en çok kullandığı 10 kelime arasındadır. Aynı şekilde Recep Tayyip Erdoğan’ın tweetlerinde en çok kullandığı #VakitTürkiyeVakti hashtagi dolayısıyla vakit ve Türkiye kelimeleri Recep Tayyip Erdoğan’ın tweetlerinde en çok kullandığı 10 kelime arasındadır. Bu örnekler, Doğu Perinçek dışındaki diğer adaylarda da aynıdır. Sadece Doğu Perinçek belirli bir hashtagi çok sık kullanmamış ve genellikle tweetlerinde hashtag kullanmamıştır.

Cumhurbaşkanı adaylarının en çok kullandıkları kelimeler arasında bulunan “Türkiye”, Doğu Perinçek, Meral Akşener, Muharrem İnce ve Recep Tayyip Erdoğan tarafından en çok kullanılan kelimeler arasındadır. Aynı şekilde cumhurbaşkanı adaylarının en çok kullandıkları

kelimeler arasında yer alan “teşekkürler” kelimesi ise Muharrem İnce, Recep Tayyip Erdoğan ve Temel Karamollaoğlu tarafından en çok kullanılan kelimelerden biridir.

Doğu Perinçek tweetlerinde kendi partisi olan Vatan Partisi’nin adını sıkça kullanmış olması nedeniyle “vatan” ve “parti” kelimeleri en çok kullandığı kelimeler arasındadır. Ayrıca Doğu Perinçek’in ABD’ye yönelik eleştiri içeren birçok tweeti de bulunmaktadır. Bu nedenle “ABD” kelimesi de Doğu Perinçek’in en çok kullandığı kelimelerden biri olmuştur. Bunların yanı sıra Doğu Perinçek tweetlerinde Atatürk’e de sıkça yer vermiştir.

Meral Akşener, partisinin sloganları olan “Yüzünü Güneşe Dön Türkiye” ve “Türkiye İyi Olacak” sloganlarını tweetlerinde hem yazı olarak hem de hashtag olarak çok fazla kullanması nedeniyle “Türkiye, güneş, yüzünü, dön, iyi, olacak” kelimeleri Meral Akşener’in en çok kullandığı kelimeler arasında yer almaktadır. Ayrıca Meral Akşener’in vaatlerini sıraladığı tweetlerinde #MilletimizleSözleşme hashtagini her vaatın sonunda kullanmıştır. Dolayısıyla “millet” ve “sözleşme” kelimeleri de Meral Akşener’in en çok kullandığı 10 kelime arasındadır.

Muharrem İnce seçim süresince ziyaret ettiği il ve ilçelerde gerçekleştirdiği mitingleri video ve resim olarak tweetlemiştir. Paylaştığı bu tweetlerde mitingini gerçekleştirdiği il veya ilçeye teşekkür etmiştir. Paylaştığı bu teşekkür tweetleri teşekkür kelimesinin en çok kullanılan kelimeler arasında olmasını sağlamıştır. Muharrem İnce’nin çok sık olarak kullandığı #TekDavamTürkiye, #HepimizinCumhurbaşkanı ve #Başaracağız hashtagları nedeniyle başaracağız, “Türkiye, cumhurbaşkanı, hepimiz ve tek” kelimeleri Muharrem İnce’nin en çok kullandığı kelimeler arasındadır. Ayrıca Muharrem İnce tweetlerinde eğitim konularına oldukça sık yer vermiş ve bu da “eğitim” kelimesini en çok kullandığı kelimelerden biri yapmıştır. Muharrem İnce’nin en çok kullandığı kelimelerden biri olan “sandık” kelimesi ise seçimin gerçekleştiği gün sandık müşahitlerine ve destekçilerine yönelik olarak paylaştığı ve sandıkları terk etmemelerini dile getirdiği tweetler dolayısıyla en çok kullanılan 10 kelime arasındadır.

Recep Tayyip Erdoğan partisinin sloganı olan “Vakit Türkiye Vakti” sloganını tweetlerinde sıkça #VakitTürkiyeVakti hashtagi şeklinde kullanmış olması nedeniyle “Türkiye” ve “vakit” kelimeleri Recep Tayyip Erdoğan’ın en çok kullandığı kelimeler arasındadır. Recep Tayyip Erdoğan, ziyaret ettiği il ve ilçelerde gerçekleştirdiği mitingleri “Bugün İstanbul’dayız” gibi ibareler kullanarak görsel tweetlerle mitinge katılanlara teşekkür etmiştir. Bu da “teşekkür” ve “bugün” kelimelerinin Recep Tayyip Erdoğan’ın en çok kullandığı kelimeler arasında olmasını sağlamıştır. “Güçlü” ve “büyük” kelimeleri ise Recep Tayyip Erdoğan’ın “Güçlü Türkiye, Güçlü Ekonomi ve Büyük Türkiye” gibi ibareleri çok kullanması nedeniyle en çok kullanılan kelimelerdendir.

Selahattin Demirtaş’ın #DemirtaşKetılSohbeti ve #DemirtaşTwitterMiting hashtaglerini sıkça kullanması ve çoğu tweetini “Selamlar” diyerek bitirmesi nedeniyle “Demirtaş, selamlar, ketıl, sohbet, Twitter ve miting” kelimeleri en çok kullanılan kelimeler arasındadır. Selahattin Demirtaş’ın partisinin ve kendisinin sloganını kullanması nedeniyle, slogan içerisinde geçen “oy” kelimesi de en çok kullanılan kelimelerden biri olmuştur. Ayrıca Selahattin Demirtaş tweetlerinde daha çok ben zamiri yerine biz zamirini kullanmıştır. Bu da “biz” kelimesinin en çok kullanılan 10 kelimedenden biri olmasını sağlamıştır.

Temel Karamollaoğlu da ziyaret ettiği il ve ilçelerde gerçekleştirdiği mitingleri ve mitinglerin gerçekleştirileceği saatleri bildiren, “Bugün Ankara’dayız” gibi ibareler kullanarak görsel tweetlerle mitinge katılanlara teşekkür etmiştir. Bu da “teşekkür, bugün ve saat” kelimelerinin Temel Karamollaoğlu’nun en çok kullandığı kelimeler arasında olmasını sağlamıştır. Ayrıca Temel Karamollaoğlu #TemelBaşkanaSoruyorum ve

#TemelBaşkanDiyarbakırda gibi hashtagleri sıkça kullanmış ve bu da “Temel” ve “başkan” kelimelerinin en çok kullanılan 10 kelime arasında yer almasına neden olmuştur.

Twitter’da paylaşılan bir tweeti diğer kişiler beğenebilir, retweet yoluyla paylaşabilir ve bu tweete yorum yapabilir. Twitter’da paylaşılan bir tweetin başka kişiler tarafından kendi sayfalarında paylaşılmasına “retweet” denilmektedir. Bir tweetin retweet edilerek kendi sayfasında paylaşılması o tweetin daha fazla Twitter kullanıcısı tarafından görülmesine katkı sağlamaktadır. Cumhurbaşkanı adaylarına ait tweetlerin de yüksek sayılarda retweet edildiği görülmektedir. Cumhurbaşkanı adaylarının seçim dönemindeki tweetleri arasında en çok retweet alan tweetleri Tablo 3’de yer almaktadır.

Tablo 3. Cumhurbaşkanı adaylarının en çok retweet alan tweetleri

Cumhurbaşkanı Adayı	En Çok Retweet Alan Tweet	Retweet Sayısı*
Doğu Perinçek	Terör kaybetti, teröristlerin dostları da kaybetti. Terör kaybedince Türkiye kaybetmez. Teröristlerle ittifak ederek AKP iktidarı devrilmez. Bu seçimin en büyük dersi budur.	4.207
Meral Akşener	Sayın @RT_Erdogan, damadınız Anadolu Ajansı'na "24 Haziran seçim akşamı 21.30 itibariyle bizi %52 olarak ilan edeceksin" dedi mi, demedi mi? Bu gözümüz gibi korumamız gereken seçmen iradesini yok saymak değilse nedir?	37.764
Muharrem İnce	Sandık görevlisi arkadaşlarım; an itibariyle YSK'nın sisteminde sandıkların yüzde 37'si açılmış gözükmektedir. Televizyonlarda ise Anadolu Ajansı kaynaklı sandıkların yüzde 85'inin açıldığı yönünde haberler yapılmakta/sonuç açıklanmaktadır. Sandıkları terk etmeyin!	96.938
Recep Tayyip Erdoğan	Devam!	115.197
Selahattin Demirtaş	Ketilde arıza vardı, onun için geciktim. T A M A M	22.130
Temel Karamollaoğlu	T A M A M İnşallah!	19.047

*Retweet sayıları 25.07.2018 tarihinde alınmıştır.

Twitter’da paylaşılan bir tweetin beğeni alması, o tweet içerisinde paylaşılan düşüncenin, eleştirinin, haberin, fotoğrafın, videonun vb. o tweeti beğenenler tarafından desteklendiği anlamına gelmektedir. Cumhurbaşkanı adaylarına ait tweetlerin de yüksek sayılarda beğeniye sahip oldukları görülmektedir. Cumhurbaşkanı adaylarının seçim dönemindeki tweetleri arasında takipçileri tarafından en çok beğeni alan tweetleri Tablo 4’te yer almaktadır.

Tablo 4. Cumhurbaşkanı adaylarının seçim döneminde en çok beğeni alan tweetleri

Cumhurbaşkanı Adayı	En Çok Beğeni Alan Tweet	Beğeni Sayısı*
Doğu Perinçek	Terör kaybetti, teröristlerin dostları da kaybetti. Terör kaybedince Türkiye kaybetmez. Teröristlerle ittifak ederek AKP iktidarı devrilmez. Bu seçimin en büyük dersi budur.	11.605
Meral Akşener	Göklerden gelen bir T A M A M vardır...	153.958
Muharrem İnce	Ne yaparlarsa yapınlar, kaybedecekler. Hileyle hurdayla seçim kazanma dönemi artık bitti. Bu yöndeki haberlerle sakın yılgınlığa, karamsarlığa kapılmayın. Sandığa gidin, oyunuzu kullanın, umudunuzu asla yitirmeyin. Ben canım pahasına oyunuzla sahip çıkacağım, başaracağız.	263.695
Recep Tayyip Erdoğan	Devam!	307.102

Selahattin Demirtaş	Ketilde arıza vardı, onun için geciktim. T A M A M	89.592
Temel Karamollaoğlu	T A M A M İnşallah!	84.179

*Beğeni sayıları 25.07.2018 tarihinde alınmıştır.

Tablo 3 ve Tablo 4 incelendiğinde Doğu Perinçek, Recep Tayyip Erdoğan, Selahattin Demirtaş ve Temel Karamollaoğlu'nun en çok retweet ve beğeni alan tweetleri aynı tweetler olduğu görülmektedir. Meral Akşener ve Muharrem İnce'nin ise en çok retweet alan tweetleriyle en çok beğeni alan tweetleri farklı tweetlerdir. Bu tweetler arasında en çok retweet ve beğeni alan tweet, 115.197 retweet ve 307.102 beğenme ile Recep Tayyip Erdoğan'ın 24 Haziran 2018 günü paylaştığı “Devam!” tweetidir. Recep Tayyip Erdoğan'ın bu tweetinden sonra en çok retweet ve beğeni alan tweetler Muharrem İnce'ye aittir. En az retweet ve beğenisi bulunan tweet ise 4.207 retweet ve 11.605 beğeni ile Doğu Perinçek'e aittir.

Doğu Perinçek'in en çok beğeni ve retweet alan tweetinin, seçimleri kazanan siyasi parti olan AKP'ye destek niteliğindedir. Meral Akşener'in en çok retweet alan tweetinin, Recep Tayyip Erdoğan'a “Anadolu Ajansı'nın seçmenleri yanıltıcı seçim sonuçları vermesi için damadının emir verip vermediği” sorusu olduğu görülmektedir. Meral Akşener'in en çok beğeni alan tweeti ise Recep Tayyip Erdoğan'ın “milletimiz tamam derse kenara çekiliriz” açıklamasından sonra buna karşılık olarak tamam anlamına gelmektedir. Muharrem İnce en çok retweet alan tweetinde Anadolu Ajansı'nın açıkladığı seçim sonuçlarıyla Yüksek Seçim Kurulu'nun (YSK) açıkladığı sonuçlar arasında farklılık olduğu ve müşahitlerin sandıklardan ayrılmadan sayımları takip etmelerini söylediği görülmektedir. Muharrem İnce'nin en çok beğeni alan tweetinde ise seçmenlere sandığa gidip oy kullanmaları ve seçimi kazanacakları yönünde başaracağız mesajı verdiği görülmektedir. Recep Tayyip Erdoğan'ın en çok retweet ve beğeni alan tweeti 24 Haziran 2018 günü seçim sonuçlarının ardından paylaştığı “Devam!” tweetidir. Recep Tayyip Erdoğan'ın “milletimiz tamam derse kenara çekiliriz” açıklamasından sonra birçok sosyal medya sitesinde “tamam” paylaşımları siyasi parti üyeleri ve seçmenler tarafından paylaşılmıştı. Recep Tayyip Erdoğan'ın bu tweetinin sosyal medyada yapılan “tamam” çalışmalarına cevap olarak verdiği görülmektedir. Selahattin Demirtaş'ın en çok retweet ve beğeni alan tweetinde mizahi bir dille Recep Tayyip Erdoğan'a “tamam” mesajı vermektedir. Temel Karamollaoğlu'nun en çok retweet ve beğeni alan tweeti de Recep Tayyip Erdoğan'a “tamam” mesajı vermektedir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yapılan içerik analizi sonucu cumhurbaşkanı adaylarının Twitter'ı bir siyasi iletişim aracı olarak kullandıkları belirlenmiştir. 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı Seçimi'nde aday olan 6 adayın da Twitter'ı aktif olarak kullandıkları ve seçim döneminde günde ortalama 5 tweet attıkları görülmektedir. Adaylar seçimi kazandıkları takdirde gerçekleştirecekleri vaatlerini, geçmişte yaptıkları icraatlarını, rakip adaylara ve siyasi partilere karşı eleştirilerini, kendilerine ait sloganlarını, bağlı oldukları partiye ait sloganları ve güncel konular hakkındaki düşüncelerini yazılı ve görsel paylaşımlarla seçmenlere ulaştırmaya çalışmışlardır. Ayrıca cumhurbaşkanı adayları, bir bölgede gerçekleştirdikleri toplantı ve mitinglerini başka bölgede yaşayan seçmenlere de ulaştırabilmek için Twitter üzerinden canlı yayın, video ve resim içerikli tweetler paylaşmışlardır. Bu sayede daha çok seçmene ulaşabilme fırsatı yakalamışlardır. Doğu Perinçek dışında kalan cumhurbaşkanı adaylarının hashtagleri çok sık kullandıkları da görülmektedir. Meral Akşener en çok #YüzünüGüneşeDönTürkiye, #TürkiyeİYİOlacak ve #MilletimizleSözleşme hashtaglerini kullanmıştır. Muharrem İnce en çok #TekDavamTürkiye, #HepimizinCumhurbaşkanı ve #Başaracağız hashtaglerine tweetlerinde yer vermiştir. Recep

Tayyip Erdoğan'ın tweetlerinde en çok görülen hashtag, #VakitTürkiyeVakti hashtagidir. Selahattin Demirtaş'ın tweetlerinde #DemirtaşKetilSohbeti ve #DemirtaşTwitterMiting hashtagleri sıkça yer almaktadır. Temel Karamollaoğlu ise #TemelBaşkanaSoruyorum hashtagini ve ziyaret ettiği illerin ismini #TemelBaşkan hashtagine ekleyerek paylaşmıştır. Doğu Perinçek ve Meral Akşener'in en çok kullandıkları kelime "Türkiye", Muharrem İnce'nin "teşekkür", Recep Tayyip Erdoğan'ın "vakit", Selahattin Demirtaş'ın "Demirtaş" ve Temel Karamollaoğlu'nun "bugün" dür. Ayrıca "Türkiye" Doğu Perinçek, Meral Akşener, Muharrem İnce ve Recep Tayyip Erdoğan tarafından en çok kullanılan kelimeler arasındadır. "Teşekkür" Muharrem İnce, Recep Tayyip Erdoğan ve Temel Karamollaoğlu tarafından en çok kullanılan ortak kelimedir. "Biz" kelimesi ise Selahattin Demirtaş ve Temel Karamollaoğlu'nun en çok kullandıkları ortak kelime olmuştur.

Recep Tayyip Erdoğan'ın "milletimiz tamam derse kenara çekiliriz" açıklamasından sonra birçok sosyal medya sitesinde "tamam" paylaşımları siyasi parti üyeleri ve seçmenler tarafından paylaşılmıştı. Diğer cumhurbaşkanı adayları tarafından da "tamam" tweetleri paylaşılmış ve oldukça yüksek retweet ve beğeni almışlardır. Öyle ki Meral Akşener, Selahattin Demirtaş ve Temel Karamollaoğlu'nun en çok beğeni alan tweetleri, Recep Tayyip Erdoğan'a "tamam" mesajı vermektedir. Buna karşılık olarak Recep Tayyip Erdoğan'ın resmi olmayan seçim sonuçlarına göre kazandığını öğrendikten sonra 24 Haziran 2018 günü paylaştığı "Devam!" tweeti de kendisine karşı paylaşılan "Tamam" tweetlerine cevap niteliğindedir. Ayrıca bu tweet Recep Tayyip Erdoğan'ın en çok retweet ve beğeni alan tweeti konumundadır.

Sonuç olarak adayların seçim döneminde Twitter'ı etkin bir şekilde siyasal iletişim aracı olarak kullandığı belirlenmiştir. Adaylar seçmenlere siyasi vaatlerini, seçim sloganlarını, gerçekleştirdikleri mitingleri, yaptıkları faaliyetleri, önem verdikleri konuları gerek yazılı gerekse görsel tweetlerle iletmış ve retweet ve beğeni yoluyla seçmenlerden geri bildirim elde etmişlerdir. Ayrıca rakiplerine karşı dile getirmek istedikleri ifadeleri Twitter yoluyla rakip adaylara iletmeye ve rakiplerden de cevap alma imkanı bulmuşlardır. Bu da siyasal iletişimde, mesajın Twitter kanalıyla hızlı bir şekilde iletildiğini ve hızlı bir şekilde geribildirim alındığını göstermektedir.

Bir sonraki seçimlerde cumhurbaşkanlarının ve cumhurbaşkanlarını aday gösteren siyasi partilerin resmi Twitter hesaplarından yaptıkları paylaşımlar incelenebilir. Bu sayede cumhurbaşkanı adayları ile siyasi partilerinin tweetleri arasındaki farklılıklar ve benzerlikler de analiz edilebilir. Ayrıca Facebook, Youtube ve Instagram gibi farklı sosyal medya siteleri üzerinden yapılan paylaşımlar da incelendiği takdirde çalışmanın kapsamı genişletilmiş olacaktır.

KAYNAKÇA

Aziz, A. (2011). *Siyasette etkili iletişim teknikleri*. İstanbul: Başlık Yayın Grubu.

Andaç, A. ve Akbıyık, F. (2016). Siyasal pazarlama açısından sosyal medya kullanımı: Isparta ili örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(3), 893-905.

Bostancı, M. (2015). *Sosyal medya ve siyaset*, Konya: Palet Yayınları.

- Çakır, H. ve Tufan, S. (2016). Siyasal iletişim sürecinde sosyal medya: Türkiye’de siyasi liderlerin Instagram kullanım pratikleri üzerine bir inceleme, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 30(41), 7-28.
- Demirhan, K. (2017). Türkiye’de 2017 anayasa referandumu sürecinde siyasal iletişim aracı olarak Twitter kullanımı, *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(2), 262-280.
- Divanoğlu, S. (2017). Siyasal iletişim sürecinin belirleyicileri, *The Journal of Academic Social Science Studies*, 62, 399-415.
- Işık M. (2014). İşleyiş açısından iletişim ve iletişimin temel öğeleri. M. Işık (Ed.), *İletişim ve Etik*, içinde (s. 5-17). Konya: Eğitim Kitabevi.
- Kırcova, İ. ve Enginkaya, E. (2015). *Sosyal medya pazarlama*, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Nulty, P., Theocharis, Y., Popa S.A., Parnet, O. and Benoit K. (2016). Social media and political communication in the 2014 elections to the European Parliament, *Electoral Studies*, 44, 429-444.
- Onay, A. (2012). Siyasal iletişimin tanımı ve temel kavramları. F. Uztuğ ve Y. Özgün (Ed.), *Siyasal İletişim*, içinde (s. 30-51). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Orhon, N. ve Eriş, U. (2012), *İletişim bilgisi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Stieglitz, S., Brockmann, T. and Xuan, L.D. (2012). Usage of social media for political communication, *Pacific Asia Conference on Information Systems*, PACIS Proceedings.
- Stier, S., Bleier, A., Lietz, H. and Strohmaier, M. (2018). Election campaigning on social media: Politicians, audiences and the mediation of political communication on Facebook and Twitter, <https://arxiv.org/abs/1801.08825>, Erişim Tarihi: 06.05.2018.
- Tutar, H. ve Yılmaz, M. K. (2003). *Genel İletişim*, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Weber, R.P. (1990). *Basic Content Analysis*, California: Sage Publications.
- <https://about.twitter.com/tr.html>, Erişim Tarihi: 04.05.2018.
- <https://www.statista.com/statistics/248074/most-popular-us-social-networking-apps-ranked-by-audience/>, Erişim Tarihi: 03.05.2018.
- https://twitter.com/Dogu_Perincek
- <https://twitter.com/hdpdemirtas>
- https://twitter.com/meral_aksener
- https://twitter.com/RT_Erdogan
- https://twitter.com/T_Karamollaoglu
- <https://twitter.com/vekilince>