

Demokrasinin E-Dönüşümü

Mehmet Emin BABACAN¹

Mevlüt AKYOL²

Hasan TOPBAŞ³

Ayça Çekiç AKYOL⁴

Özet

Demokrasi köken itibariyle her ne kadar çok eski bir geçmişe dayandırılrsa da, daha çok modern dönemde gelişmiş, olgunlaşmış ve bugünkü formuna ulaşmıştır. Bu bakımdan demokrasi, modern bir yönetim ve siyaset üretme aracı olarak tanımlanabilir. Bugün demokrasinin geçirdiği birçok aşama ve gelişmişlik düzeyine rağmen, demokrasi kavramı çoğu kez üzerinde ittifak edilebilen bir tanıma sahip değildir. Konjonktürel ve stratejik hedeflenmeler doğrultusunda kimi zaman anlam genişlemesine, kimi zaman da anlam daralmasına uğratarak serüvenine devam etmektedir.

Demokrasinin süreç içerisinde gelişimi ve olgunlaşarak ilerlemesi siyasi, ekonomik, kültürel, teknolojik vb. gelişmelerin paralelinde bir seyir izlemiştir. Bununla birlikte demokrasinin gelişmesinde ve bir kültür oluşturmasında iletişim araçlarının varlığı yadsınamaz ölçüde önemlidir. Bu anlamda günümüzde iletişim araçlarının yeni formu olarak ortaya çıkan sosyal medya, demokratik katılımı yapısal bir dönüşüme uğratarak değiştirmekte ve geliştirmektedir. Yerel ve küresel ölçekte sosyal medyanın bireylerin demokratik katılımını artırdığı düşüncesini besleyen kimi toplumsal ve siyasal gelişmeler konunun araştırılmasını gerekli kılmaktadır.

Bu araştırmanın amacı, küreselleşen evrenin her yerinde bir ağ oluşturan sosyal medyanın, demokrasinin işleme ve gelişme biçimini nasıl etkilediğini ele almak, ayrıca sosyal medyada yer alan siyasi parti, lider ve onlarla paylaşımında bulunan bireylerin bu ortamda neleri nasıl paylaştıklarını içerik analizi yöntemiyle incelemektir.

Anahtar Sözcükler: Demokrasi, İletişim Araçları, Sosyal Medya, Siyasi Partiler

¹ Öğr. Gör. İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Malatya, emin.babacan@inonu.edu.tr

² Yrd. Doç. Dr. İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Malatya, mevlut.akyol@inonu.edu.tr

³ Yrd. Doç. Dr. İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Malatya, hasan.topbas@inonu.edu.tr

⁴ Yrd. Doç. Dr. İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Malatya, acakyol@inonu.edu.tr

E-Transformation of the Democracy

Abstract

Although it has been rooted far past; democracy, rather, has evolved and matured in the modern era and reached the present form. In this manner, it would be defined as a modern instrument of management and policy-making. Despite all the phases democracy has passed over and its today's development level, there is no a compromising and absolute definition on it. Rather, it has been facing either purport and content constriction or expansion, depending on and stemming from cyclical and strategic purposes.

The development and continuity with maturation process of the democracy has an experience in accordance with political, economic, cultural, technological etc. developments. Nonetheless, means of communication have great importance in the development and culture creation process. In this regard, social media as the new form of communication media changes and enhances democratic participation through structural transformation. The social and political developments, enhancing the thought that social media has a positive impact on the democratic participation both at local and global scales, require to analyze the issue.

The aim of this study is to discuss how the social media, creating networks all around the globalizing world, affects the form of function and development process of democracy; besides, to analyse the contents of the political parties, leaders and individuals' sharings on social media through content analysis method.

Keywords: Democracy, means of communication, social media, political parties

GİRİŞ

İnsanlık tarihinin farklı dönemlerinde kimi siyasal formlar bazen demokratik bir anlayış çerçevesinde, bazen de demokrasiye yakın unsurlar içerecek biçimde şekillenebilmektedir. Bu anlamda düşünsel düzeyde ve pratik hayatta demokrasi anlayışının modern zamana ait bir olgu olmadığı, modern öncesi zamanda da farklı biçimlerde ortaya çıktığı tarihi bir gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktadır. Fakat modern dönemde insan akli ve değişen epistemoloji çerçevesinde demokrasi anlayışı ve gündelik hayat tezahürü de değişmeye başlamaktadır. Sanayileşme sonrası nüfusun kent merkezlerinde yoğunlaşmasıyla demokrasi, birden çok etnisite, kültür, dil ve inançtan insanın aynı kaynakları kullanma ve eşit şekilde idare edilme ihtiyacına karşılık gelişmeye başladığı görülmektedir. Topluluk hayatından, toplum hayatına (Yelken, 1999: 40-41), başka bir ifadeyle modern kent hayatına geçen insanın bir arada ve eşit şartlarda yaşamasını ve yönetilmesini sağlayan demokrasi, değişen sosyolojiye göre değişerek varlığını devam ettirmektedir. Sonuç olarak demokrasi köken itibarıyla her ne kadar eski bir geçmişe dayandırılrsa da, daha çok modern dönemde gelişmiş, olgunlaşmış ve bugünkü formuna ulaşmıştır. Bu bakımdan demokrasi, modern bir yönetim ve siyaset üretme aracı olarak tanımlanabilir (Ural, 1999: 451).

Sosyal bilimler alanında anlam ve tanımının farklı olduğu birçok kavram gibi demokrasi kavramı da, anlam, tanım ve kapsam itibarıyla üzerinde tam olarak ittifak edilebilen bir kavram değildir. Gerek yirminci yüzyılda yaşanan birçok gelişme, gerekse yirmi birinci yüzyılın yaşadığımız bu ilk çeyreğinde küresel düzeyde yaşanan kimi gelişmeler, demokrasi tanımlarındaki anlam karmaşıklığını daha da derinleştirmektedir. Bununla birlikte demokrasiye ilişkin yaygın kavrayış özetle, yönetilenlerin özgür iradelerini kullanarak yöneticilerini seçebilme düşüncesi olarak somutlaştırılmaktadır. Türk Dil Kurumu Sözlüğüne göre demokrasi ‘Halkın egemenliği temeline dayanan yönetim biçimi’ olarak tanımlanmaktadır (www.tdk.gov.tr, 2012). Bu düşünce çerçevesinde demokratik bir yönetim anlayışı, siyasal erkin şeffaf ve hesap verilebilir anayasal bir çerçeve etrafında bir yönetim oluşturma zorunluluğu olarak karşımıza çıkmaktadır. Aynı şekilde bireylerin dil, din, ırk vb. kimliklerine ilişkin bütün farklılıkların eşit şekilde aynı anayasal haklara sahip olmaları anlamına gelmektedir.

Demokrasinin süreç içerisinde gelişimi ve olgunlaşarak ilerlemesi siyasi, ekonomik, kültürel, teknolojik vb. gelişmelerin paralelinde bir seyir izlemiştir. Bununla birlikte demokrasinin gelişmesinde ve bir kültür oluşturmasında iletişim araçlarının varlığı yadsınamaz ölçüde önemlidir. Bu bağlamda özellikle birey ve toplumun demokrasiyi içselleştirerek bir kültüre dönüştürmesinde iletişim araçlarının önemli katkıları bulunmaktadır. Sözelimi geçen yüzyılda bireyler demokratik haklarını telefon, mektup, dilekçe, radyo, televizyon vb. interaktif iletişime kısmen olanak tanıyan araçlarla sınırlı biçimde kullanabilmişlerdir. Fakat yirmi birinci yüzyılın bu ilk çeyreğinde bilgisayar ve internet marifetiyle çok boyutlu iletişim ve katılıma olanak tanıyan sosyal medya araçları demokratik katılımı olağanüstü biçimde artırmıştır.

Günümüzde artık bireyler sosyal medya aracılığıyla kendi hayatlarına ilişkin söz söyleyebilme imkânı bulabilmektedirler. Aynı şekilde insanlar kendi geleceklerine dair karar verme yetkilerini sosyal medya aracılığıyla daha çok kullanabilmektedirler. Geçen yüzyılda daha çok dikey bir toplumsal yapı etrafında şekillenen sosyal ve siyasal yapı, zamanın ruhuna uygun iletişim araçlarıyla katılıma sınırlı biçimde olanak tanımaktaydı. Oysa günümüz yeni medya araçlarıyla şekillenen yatay bir toplumda kimlik, akışkan ve açıktır; insan, ‘kendi yaşamını olabildiğince özgür planlama ve şekillendirme hakkı’ nı hisseder (Lawrence, 2002: 69). Bu bağlamda demokratik katılımın bu yeni haliyle bireyler, kendilerini yöneten insanları denetleme, sorgulama ve hatta yargılama imkânı bulabilmektedirler.

Çalışma konumuzun sınırlarını ve hacmini açacak olması nedeniyle demokrasi kavramı ve sosyal medyanın birçok boyutu ele alınmamaktadır. Sadece demokratik katılımın yeni hali üzerinde durulmaktadır. Çalışmada gerek demokrasi kavramı, gerekse sosyal medyanın içerdiği olumsuz yönler ve farklı kültürlerin farklı kullanım pratiklerine çalışmamız içerisinde yer verilmemiştir.

Araştırmamız, “teknolojik evrimleşme (gelişim) ile birlikte günlük hayatın ayrılmaz bir parçası haline gelen sosyal medya (twitter), gerek vatandaşlar ve gerekse siyasal parti liderleri tarafından bilgi paylaşımı, icraatlarını anlatma, eleştirme, propaganda yapma amaçlı olarak kullanılmaktadır” temel varsayımı üzerine oturmaktadır. Bu varsayım doğrultusunda cevapları aranan sorular ise şöyledir:

- Siyasi parti liderleri hangi sıklıkla sosyal medyayı kullanmaktadır?
- Siyasi parti liderleri sosyal medyayı (twitter) hangi amaçla kullanmaktadır?
- Siyasi parti liderlerinin yazmış olduğu twitter mesajları ile konular arasında nasıl bir ilişki bulunmaktadır?
- Siyasi liderler twitter mesajlarında görsel öğeleri ne kadar kullanmaktadır?
- Siyasi parti liderlerinin yazmış olduğu twitter mesajları ile görsel öğe kullanma arasında nasıl bir ilişki bulunmaktadır?

1. Demokrasinin Kısa Serüveni

Demokrasi kavramı, bugün sıklıkla kullanılan ve kendisine çok çeşitli anlamlar yüklenen stratejik öneme sahip bir kavramdır. Kavramın stratejik boyutlarını kavrama yüklenen anlam ve uygulama biçimlerine bakıldığında yaşanan küresel birçok gerilim ve savaş örneğinde görmek mümkündür. Bununla birlikte demokrasi, her kültürel ve siyasal bilince ve tecrübeye göre anlam farklılaşmasına uğrayabilen, her yerde kullanılabilen bir kavram olarak varlığını devam ettirmektedir. Bu nedenle demokrasi kavramının tarihi gelişim sürecine bakıldığında; doğrudan -yarı doğrudan- temsili demokrasi, çoğunlukçu-çoğulcu demokrasi, Marksist demokrasi, Liberal demokrasi, Katılımcı demokrasi (Tunç, 2008) gibi birçok türü olduğu ve farklı açılardan birçok sınıflandırmanın yapıldığı görülmektedir.

Demokrasiye ilişkin yukarıdaki bütün sınıflandırma ve adlandırmalarla birlikte devlet yönetiminde halkın söz sahibi olduğu, devlet yönetimi ile ilgili kararların verilmesinde halkın belirleyici olduğu (Yavuz, 2009: 285) sonucuna ulaşmak mümkündür. Ancak bu durumda demokrasinin sağlıklı işlemesi için vatandaşların da devletin varlık sebebinin vatandaşların temel haklarını eşitçe korumak olduğu bilincine sahip olması gerekmektedir. Dolayısıyla demokrasi, kamunun yönetimine ilişkin kararların, ilgili bütün vatandaşların -ama devletin, bütün vatandaşların temel haklarını eşitlikle korumak için var olduğu bilincinde olan vatandaşların- katılımıyla alındığı yönetim şeklidir. Bu anlamda bir demokrasinin işleyebilmesi için, “toplum sözleşmesi” kuramının –en azından- devletin kuruluş gayesinin insan hakları olduğu fikri üzerine gerçekleşmesi gerekir. Diğer bir deyişle bu konuda toplumda oy birliği sağlanmış olmalıdır (Kuçuradi, 1998: 24-25).

Demokrasi insan hakları temelinde, bireyin özgürlük ve eşitlik hakkını teslim etme süreci olarak değerlendirilebilir. Demokrasi bireyin kendi hayatını ilgilendirebilecek sosyal, siyasal, kültürel, iktisadi, vb. hemen her konuda özgür ve eşit biçimde varlığını sürdürebilmesidir. Modern epistemolojinin birey rasyonalitesi temelinde inşa ettiği hayat biçiminde demokrasi kavramı daha açık ve net biçimde anlaşılmaktadır. Çünkü hayatın merkezine konumlandırılan insan akli ve iradesinin en makul tezahürü, demokratik katılım ve eylem biçiminde kendini gösterebilmektedir. Bu bağlamda bireyin özgür ve eşit oranda eylemsel olabildiği bütün mecralar demokrasi anlayışını ve kültürünü geliştirmektedir.

Bireyin özgür ve eşit biçimde katılım gösterebildiği bir zaman dilimi olarak yirmi birinci yüzyılın 'iletişim çağı' olarak nitelendirilmesi, demokratik katılımın iletişim süreci ve araçları arasında yakın bir ilişki kurmayı gerekli kılmaktadır. Bu açıdan çalışmada demokrasi kavramını ve onunla ilişkilendirilebilecek birçok konunun tarihsel gelişimini ele almak yerine, iletişim araçları ve süreçleriyle ilişkisini inceleyeceğiz.

2. İletişim Sürecinin Yapısal Dönüşümü ve Katılım Pratiği

Küreselleşmenin zihinsel sınırları kaldırarak, her şeyi bir birine yaklaştırması, akışkanlığın ve devingenliğin bireysel ve toplumsal olandan küresel olana doğru evrilmesiyle küresel bir kültürün ya da post modern bir kültürün oluştuğu görülmektedir. Söz konusu bu yeni kültürün çoğu kez oluşturucusu ve taşıyıcısı konumundaki iletişim araçları, bir yandan dönüşen toplumsal yapının kodlarıyla şekillenmekte, diğer yandan toplumsalın şekillenmesinde önemli rol oynamaktadır. Bu anlamda yirmi birinci yüzyılın ilk çeyreğinin yaşandığı günümüzde, birçok sosyal bilimci söz konusu bu döngüyü sorunsallaştırarak yaşanan toplumsal dönüşümü anlamaya ve anlatmaya çalışmaktadır. Yaşanan toplumsal değişim ve dönüşümün serüveni, aslında iletişim araçları ve süreçlerinin tarihsel değişim ve gelişiminin serüvenidir.

İletişim biliminin önemli isimlerinden McLuhan, 1963 yılında yazmış olduğu kitabında 'küresel köy', 'iletişim ve enformasyon çağı', 'elektrik çağı', olarak nitelediği yeni bir toplumsal yapıyı müjdelemektedir. Bu toplumsal yapı daha önceki 'mekanik

çağı' dünyadan silmektedir. Bu sürece yol açan teknoloji ise 'elektrik'tir. McLuhan'ın düşüncesinde, özellikle telekomünikasyon çok önemli bir yer tutmaktadır. Ona göre 'Batılı insan telgrafın bulunmasından sonra bir büzülme içinde yaşamaya başlamıştır'. Büzülme mekanik çağın parçalayıcı özelliğinin tam zıddını yaratarak insan-insan ilişkilerini tıpkı küçük bir köydeki gibi yeniden kurmaktadır. Telgraftan sonra gelen telefon ve bilgisayarlar gibi enformasyonu daha hızlı taşıyan iletişim teknolojileri ise, elektrik çağını daha da ileri götürmektedir. Elektrik çağında bilincin teknolojik olarak simülasyonu sonucu 'bilme' süreci kolektif olarak tüm insanlığa ulaşmaktadır. Bu bağlamda insanın bütün işi, refahı yaratacak olan enformasyon hareketliliği sonucu, öğrenmek, bilmek ve serbestçe ulaşabildiği enformasyonu toplayarak zihinsel dünyasını inşa etmek olacaktır (Geray, 2003: 120).

McLuhan'ın tasvir ettiği birey ve toplum hayatında gerçekleşen söz konusu bu değişim, iletişim sürecini yapısal bir dönüşüme uğratarak yeni bir serüvenin kapısını aralamıştır. Birey ve toplumların kendi başlarına bırakılmadığı, gelişen iletişim araçlarıyla bir birine eklemlenerek bir bütünün parçaları haline getirildiği bir dünyayı meydana getirmiştir. Birey ve toplumun küresel bir bütün etrafında birbirine yaklaşıp iletişim kurabilmelerine olanak sağlayan iletişim araçları, interaktif iletişim sürecini mümkün kılmıştır. Yirminci yüzyılda ilk dönem iletişim araçları sayılan kitle iletişim araçları, her ne kadar bireysel ve toplumsal iletişim sürecinin gerçekleştiği meca olduysa da, gerçek katılımlı bir iletişim süreci yeni medya araçlarının ortaya çıkmasıyla gerçekleşmiştir (Tosun ve Levi, 2010: 96).

Bilgisayar ve internet teknolojilerinin interaktif iletişim biçimine olanak sağladığı döneme kadar, iletişim süreci düzçizgisel ve tek taraflı bir süreç olarak gerçekleşmekteydi. Kitle iletişim araçları kanalıyla daha çok monolog biçimde gerçekleşen iletişim süreci, söz konusu araçların gücünü ellerinde bulunduranlar tarafından gerçekleştirildiği iddia edilmekteydi. Enformasyon akışının kontrolünü sağlayan, güç veya iktidar merkezlerinin yaratmak istedikleri siyasal, toplumsal ve kültürel dönüşüm süreçlerinde rol oynayan bu araçları ellerinde bulunduranlardı. Oysa iletişim biçiminin söz konusu klasik anlamından köklü biçimde koparak, iletişim sürecinin yapısal bir dönüşüme uğraması sonucu, interaktif, çok boyutlu ve karşılıklı bir iletişim süreci başlamış oldu. Eski medya olarak da tanımlanan kitle iletişim araçlarının

küçük bir azınlık tarafından kontrol edildiğini belirten birçok sosyal bilimci gibi Nilüfer Timisi (2003: 82) de bu durumu şu ifadelerle belirtmektedir; ‘eski teknolojiler birkaç azınlığın çoğunlukla iletişim kurmasına izin vermekteyken, çoğunluğun istek ve beğenileri azınlık tarafından belirlenmektedir. Yeni iletişim teknolojileri ise çoğunluğun kendi istediği enformasyona ulaşmasına izin vermektedir’.

Yeni medya araçlarıyla evren düzeyinde hemen herkesin eşit biçimde katılım gösterebildiği gerçeği, sosyal, kültürel, ekonomik ve özellikle siyasi mobilizasyonun çok hızlı değişimini sağlamıştır. Söz gelimi herhangi bir siyasal erkin toplumsal mühendislik projelerine karşın, çok daha aktif, hızlı ve etkili bir demokratik katılım örneğiyle bireyler varlıklarını gerçekleştirmektedirler. Bu anlamda yeni medya araçlarının merkezi unsuru olan internet, tarihin en hızlı gelişen ve yayılma eğilimi gösteren iletişim aracı konumundadır. ABD’de radyonun 60 milyona ulaşması 30 yıl alırken, TV bu yayılma seviyesine 15 yılda ulaşmıştır. İnternet ise dünya çapında bilgisayar ağının gelişmesini izleyen üç yıl gibi kısa bir sürede bunu başarmıştır. Çünkü televizyonun tersine internet tüketicileri aynı zamanda onun üreticileri, hem içerik yaratmakta hem de ağı şekillendirmektedirler (Dutton, 1999, UNESCO 1999, akt. Castells, 2005: 471). Bu nedenle yeni medya araçları aracılığıyla toplumsal hiyerarşi ve tabakalaşma yapısal bir dönüşüme uğrayarak, son derece yatay bir iletişim biçimi gerçekleştirmeye başlamaktadır.

İnsanlığın yeni tanıştığı bu kavrayış, geleneksel kitle iletişim araçlarının çok ötesinde bir gerçekliği içerisinde barındırmaktadır. Bu bakımdan yeni medya araçları önceki nesilden birçok kimsenin ütopya olarak gördüğü dünyanın diğer ucundaki insanlarla interaktif iletişimin kurulması sürecini olanaklı hale getirmektedir. Dolayısıyla iletişim sürecinin hem içerik üretme, hem de geri bildirim alabilen öznesi olarak birey, yeni bir dünyanın, dijital dünyanın kodlarıyla bu süreçte etkinliğini ortaya koyabilmektedir. Dijital dünyanın teknolojik alt yapısı olan web 2.0 teknolojisi; tüketicileri işbirliği halinde içerik üretme ve dağıtma konusunda yaratıcı sürece dâhil eden, bu sayede geleneksel medyanın ulaştığından daha geniş bir kitleye ulaşan bir teknoloji devrimidir (Thackeray vd., 2008: 338, akt. Tosun ve Levi, 2010: 95).

Günümüzde artık hemen herkes sosyal medyada paylaşımında bulunduğu ve aktif kullanıcısı olduğu sanal bir veya birden çok siteye üye olarak yer almaktadır.

Dolayısıyla bu yeni mecranın kullanılması sosyal medyayı güçlendirirken ve geliştirirken, bu mecra beraberinde birey ve toplumun hayat tarzını ve siyaset yapma tarzını da dönüşüme uğratmaktadır. Bu bakımdan bir sarmal şeklinde birey ve toplumun değişen hayat tarzı yeni medya araçlarını güçlendirmekte, güçlenen sosyal medya araçları da topluma etki etmektedir. Şüphesiz tarih boyunca kullanıma sokulmuş tüm iletişim araçlarında olduğu gibi, yeni medya da toplumsal gerçeklerden bağımsız değildir. Bu araçlara olan gereksinim farklı dönemlerde farklı niteliklere bürünmüş olsa da sonuçta sosyal medya da belirli bir toplumsal yapı içerisinde ve belirli bir zaman diliminde üretilmiş, bu toplumsal yapı içerisinde işlev görmüş ve görmeye de devam etmektedir (Törenli, 2005: 8).

Manuel Castells'in (2005) "ağ toplumu" olarak adlandırdığı ve bir ağ etrafında oluşan bu yeni toplum biçiminin siyaset yapma ve siyasete katılma tarzı ve biçimi değişim göstermektedir. Bu anlamda sosyal medyayı bu yeni "ağ toplumu" nun, siyasal olayların sergilendiği yeni "kamusal sahne"si olarak adlandırmak mümkündür. Demokratik bir ideal, farklılıkların engellerle karşılaşmadan ulaşabildiği, kendisini ifade edebildiği, yaşamını anlamlandırabildiği bu tür kamusal alanlar üzerinden gerçekleşebilir; farklı hayat öyküleri aynı kamusalığa yönelir. Web 2.0, kendi mecrasında akan bu yaşamları, aynı sahnede buluşturması, aynı sahneye yönlendirmesi sebebiyle, önemli bir "demokratik kaldıraç"tır (Gökgöz, 2010). Bu özelliği ile kamusal alanın yeni sahnesi konumunda olan sosyal medyanın siyasal katılım üzerindeki geliştirici rolünün incelenmesi önem arz etmektedir.

Türkiye'de sosyal medyanın kullanımını siyaset ve siyasi liderler açısından değerlendiren ve siyasetçileri hala eski reklamcılık yöntemleriyle halka ulaşmaya çalışıyor olmaları yönünde eleştiren Siyasal İletişim Enstitüsü Direktörü Abdullah Özkan (www.siyasaliletisim.org, 2012) ise şunları söylemektedir: "Partilerimizin çok büyük bölümü hâlâ eski alışkanlıklarını devam ettirmekte ısrar etseler de son yıllarda sosyal medyanın yavaş yavaş da olsa kullanılmaya başlandığını görmek yine de sevindiricidir... Siyasi partilerin, siyasetçilerin, siyasal liderlerin Facebook ve Twitter hesabı açması, Bloglar kurması olumlu bir gelişmedir ama yeterli değildir. Sosyal medyanın uzmanlar tarafından yönetilmesi gerekir. Dahası, siyaset kurumunun sosyal medyayı seçmenlerin bilgilendirilmesi/ikna edilmesi konusunda stratejik bir güç olarak görmesi şarttır. Ancak böyle görülebilirse, bu bakış açısı kazanılabilirse sosyal medya araçları etkili bir şekilde kullanılabilir. Bu alana yatırım yapılması,

uzmanların yetiştirilmesi, tüm parti teşkilatlarına eğitim verilmesi ve sosyal medya vizyonunun kazandırılması zorunludur. Türkiye’de siyaset kurumu “dostlar alışverişte görsün!” mantığıyla sosyal medyaya yaklaşırsa, kaybeden kendisi olur”.

Bu doğrultuda çalışmada sosyal medyanın Türk Siyasi liderleri tarafından nasıl kullanıldığı ana hatlarıyla ortaya koyma çalışılmıştır.

3. Yöntem ve Metodoloji

Bu çalışmada internet teknolojisi ve beraberinde getirdiği yeniliklerin demokrasi alanında kullanımına ilişkin sorulara yanıt bulabilmek için sosyal medya üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Sosyal medyanın siyasal düzlemde demokratik katılımı ve geri bildirimini nasıl sağladığını tespit etmeye yönelik yapılan çalışmada siyasi parti liderlerinin gündelik siyasi pratiklerini sosyal medya ortamına nasıl yansıttıkları, sosyal medyayı hangi amaçlarla kullandıkları, hangi konulara ağırlık verdikleri, mesajlarını görsel olarak destekleyip desteklemedikleri ve nasıl geri bildirim aldıkları gibi sorulara cevap aranmıştır.

Sosyal medyada oldukça aktif olarak kullanılan Twitter’ın (twitter.com) demokrasiye hizmet edip etmediği, siyasette nasıl kullanıldığının belirlenmesi amacıyla yapılan araştırmada siyasetin ve temsilin önemli tarafları olması sebebiyle iktidar (AKP-Recep Tayyip Erdoğan) ve ana muhalefet partilerinin (CHP- Kemal Kılıçdaroğlu) liderlerine ait twitter hesapları oluşturulan soru formu ile içerik analizi yöntemine uygun şekilde sınıflandırılmıştır. Soru formu tweet yazarı, atılan tweetin konusu, görsel (video/fotoğraf) öge kullanımı ve diğer konuları sorgulamaya yönelik olarak hazırlanmıştır.

01 Mart 2012 tarihinde tweetlerin incelenmesine başlanmış ve geriye dönük olarak son 3 ayda (Aralık 2011, Ocak 2012 ve Şubat 2012) bahsi geçen twitter adreslerinde (http://twitter.com/#!/RT_Erdogan, <http://twitter.com/#!/kilicdaroglu>) yer alan tweetler, oluşturulan içerik analizi soru formunda kodlanmış ve elde edilen veriler SPSS 15.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Varsayımları test ederken değişkenler arasındaki ilişkinin ölçülmesinde en sık kullanılan istatistikî işlemlerden kıkare testi kullanılmıştır. Kikare, iki değişken arasındaki ilişkiyi gösteren bir çapraz tabloda, gözlenen gerçek dağılımın beklenen dağılımdan ayrılma derecesini ortaya

koymaktadır. İki dağılım arasındaki ayırım ne kadar büyükse, ilişki o kadar yüksek olmaktadır (Kalender, 2005:144). Kikare testi sadece iki değişken arasındaki ilişkinin varlığını göstermekte, ancak ilişkinin gücüne yönelik bir veri sunmamaktadır. İki değişken arasındaki ilişkinin gücü başka hesaplamalarla anlaşılabilir (Kalender 2005:145). Çalışmada değişkenler arasındaki ilişkinin gücünü ölçmek için yaygın kullanılması nedeniyle Pearson olasılık katsayısı (c=coefficient of contingency) kullanılmıştır.

4. Bulgular ve Yorum

İktidar Partisi Ak Parti Lideri ve Başbakan Recep Tayyip Erdoğan ve Cumhuriyet Halk Partisi lideri Kemal Kılıçdaroğlu'na ait resmi Twittter adreslerinden elde edilen verilerin içerik analizi yöntemi ile incelenmesi sonucunda elde edilen bulgular aşağıda verilmiştir.

Tablo 1: Tweet Yazarına Göre Dağılım

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Birikimli yüzde
Kılıçdaroğlu	54	32,3	32,3	32,3
Vatandaş (seçmen)	31	18,6	18,6	50,9
Tayyip Erdoğan	82	49,1	49,1	100,0
Toplam	167	100,0	100,0	

Araştırmaya konu olan Ak Parti ve CHP'nin 01 Aralık 2011 ile 29 Şubat 2012 tarihleri arasındaki twitter hesapları incelendiğinde toplam 167 tweet'in 54 tanesinin (%32,3) CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu tarafından, 82 tweet'in (%49,1) Ak Parti genel başkanı Recep Tayyip Erdoğan tarafından ve 31 tweet'in ise (%18,6) vatandaşlar tarafından yazıldığı görülmektedir.

Tablo 2: Tweet Konusuna Göre Dağılım

Tweet Konuları	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Birikimli yüzde
İdeolojik/propaganda	45	26,9	26,9	26,9
Eleştiri/Rakibe saldırı	56	33,5	33,5	60,5
İcraat/Tanıtım/Bilgi verme	20	12,0	12,0	72,5
Sosyal sorumluluk	25	15,0	15,0	87,4
Diğer	21	12,6	12,6	100,0
Toplam	167	100,0	100,0	

R. Tayyip Erdoğan, Kemal Kılıçdaroğlu ve vatandaşların yazdıkları tweetler konularına göre incelendiğinde ise, 45 tweet'in (%26,9) partinin ideolojisini yayma, propagandasını yapma gibi özellikler içerdiği görülmektedir. Partilerin genel başkanları ve vatandaşlar tarafından yazılan 56 tweet'in (%33,5) ise rakip partiyi gerek icraatlarını/ uygulamalarını ve gerekse söylemlerini eleştirme/ rakip siyasal söylemlere ve partilere saldırma şeklinde olduğu görülmüştür. Yazılan tweetlerin 20 tanesi (%12), siyasi partilerin tanıtımlarını içeren, kendileri hakkında bilgi verdikleri, bilgi içerikli mesajlardan oluşmaktadır. Ancak araştırmamızda “kişiler, olaylar ve özel günler” hakkında yazılan ve sosyal sorumluluk içeren tweetlerin sayısı ise 25 (%15) gibi azımsanmayacak orandadır. Ancak araştırmamız neticesinde ise partilerin genel başkanları ve vatandaşların özel ilgi alanlarını paylaştıkları, şiir yazdıkları, destek ve tebrik mesajlarını ifade ettikleri tweetlerin sayısı ise 21 (%12,6)'dir. Bu veriler doğrultusunda siyasi partilerin genel başkanlarının twitter hesaplarındaki mesajlarını genellikle rakip partiyi eleştirme/saldırma amaçlı olarak kullandıkları görülmektedir. Ancak twitter hesaplarında “halktan birisiyim” mesajını vermek amaçlı olarak kullandıkları aynı zamanda sosyal konulara da azımsanmayacak oranda önem verdikleri ortaya çıkmaktadır.

Tablo 3: Görsel Malzeme (Resim/Video) Paylaşıp Paylaşılmadığına Göre Dağılım

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Birikimli yüzde
Görsel malzeme kullanılmış	26	15,6	15,6	15,6
Görsel malzeme kullanılmamış	141	84,4	84,4	100,0
Toplam	167	100,0	100,0	

01 Aralık 2011 ile 29 Şubat 2012 tarihleri arasında incelenen 167 tweet mesajı görsel malzemenin kullanılması açısından incelendiğinde ise, genel başkanlar 26 tweette (%15,6) resim/video gibi görsel malzemelerle mesajlarını desteklerken, 141 tweette (%84,4) ise görsel malzeme kullanmadıkları görülmektedir. Bu verilerden yola çıkarak siyasi parti genel başkanlarının twitter mesajlarında genellikle görsel malzemeye yer vermedikleri söylenebilir.

Tablo 4: Eleştirilen Konulara Göre Dağılım

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Birikimli Yüzde
Hükümet/AkParti	3	5,4	5,4	5,4
Adalet/hukuk/mahkemeler	25	44,6	44,6	50,0
Özgürlük/insan hakları	8	14,3	14,3	64,3
Kamu kurumları/MİT	6	10,7	10,7	75,0
Emniyet vb	10	17,9	17,9	92,9
Terör	4	7,1	7,1	100,0
Diğer	4	7,1	7,1	100,0
Toplam	56	100,0	100,0	

Yazılan tweetler, eleştirilerin hangi konuda toplandığı noktasında analiz edildiğinde ise, gerek hükümet ve gerekse ana muhalefet partisi liderlerinin, birbirlerini en çok adalet/ hukuk/ mahkemeler gibi noktalarda çok fazla eleştirdikleri görülmektedir (25 tweet; % 44.6). Hukuki konulardaki eleştirileri terör ve terörle mücadele (10 tweet % 17,9) konusundaki eleştiriler izlemektedir. Yine eleştirilerin odaklandığı noktalardan birisi de özgürlük/ insan hakları/ insanca yaşam koşulları (8 tweet % 14,3) gibi konulardır. Kemal Kılıçdaroğlu tweetlerinde genel olarak Ak Parti hükümetini daha az eleştirirken, eleştirilerini daha çok hukuk/ adalet, terör, özgürlük ve insan hakları boyutunda yaptığı görülmektedir.

Tablo 5: İdeoloji Aşılama/ Propaganda Konusuna Göre Dağılım

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Birikimli Yüzde
Özgürlük/insan hakları	16	35,6	35,6	35,6
Adalet/hukuk	10	22,2	22,2	57,8
Laiklik	6	13,3	13,3	71,1
Diğer	13	28,9	28,9	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Tablo 5'e bakıldığında siyasal liderlerin eleştiri yaparken, eleştirilerini daha çok propaganda/ ideoloji (167 tweetten 45 tweeti) aşılama amaçlı olarak kullandıkları görülmektedir. Yine siyasal liderler parti propagandalarını yaparken genel olarak, özgürlük/insan hakları (%35,6) ve adalet (%22,2) gibi konular üzerine yoğunlaşmaktadır.

Tablo 6: İcraat Konusuna Göre Dağılım

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Birikimli Yüzde
Adalet/hukuk/mahkemeler	11	55,0	55,0	55,0
Eğitim	9	45,0	45,0	100,0
Toplam	20	100,0	100,0	

Araştırma verileri yine yazılan tweetlerin konusu bağlamında incelendiğinde yazılan toplam 167 tweetin 20 tanesinin liderlerin icraatlarını anlatma konusunda olduğu görülmektedir. Genellikle başbakan ve ana muhalefet partisi liderleri icraatlarından adalet/hukuk/özel yetkili mahkemeler ile ilgili olanları (11 Tweet, % 55,0) twitter yolu ile seçmenlerine iletmektedir. Güncel olması nedeniyle yine liderlerin eğitim konusunda yapmak istedikleri icraatları da (9 Tweet, %45,0) twitter hesaplarından vatandaşlar ile paylaştıkları görülmektedir.

Tablo 7: Sosyal Sorumluluk Konularına Göre Dağılım

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Birikimli Yüzde
Özel günler	5	20,0	20,0	20,0
Kişisel (sağlık/taziye/ölüm Yıl dönümü vb)	14	56,0	56,0	76,0
Sosyal olaylar (deprem/eğitim/trafik kazası vb)	6	24,0	24,0	100,0
Toplam	25	100,0	100,0	

Sosyal sorumluluk faaliyetleri bugün halkla ilişkiler bağlamında, kurum ve kuruluşların olduğu kadar siyasi partilerin de üzerinde önemle durdukları konuların başında gelmektedir. Bu nedenle siyasal parti liderlerinin de twitter hesaplarında vatandaşlara yönelik sosyal sorumluluk içerikli mesajlara yer verdikleri görülmektedir. Başbakan Tayyip Erdoğan'ın ve ana muhalefet lideri Kemal Kılıçdaroğlu'nun tweetleri incelendiğinde 167 tweetin 25 tanesinin sosyal sorumluluk ile ilgili olduğu

görülmektedir. Liderler genel olarak kişisel noktalara (sağlık-taziye, ölüm yıl dönümleri gibi) 14 tweet ile %56,0 oranında yer vermişlerdir. Yine liderler sosyal olaylar konusunda da kayıtsız kalmamış ve deprem, trafik kazaları, felaketler vb. olaylar hakkında da 6 adet tweet (%24,0) yazmışlardır.

Tablo 8: Diğer Konulara Göre Dağılım

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Birikimli Yüzde
Destek	10	47,6	47,6	47,6
Tebrik	11	52,4	52,4	100,0
Toplam	21	100,0	100,0	

Tablo 8'e bakıldığında ise araştırmada incelenen 167 tweet arasında değinilen **diğer** konulara yönelik bulgular görülmektedir. Tabloya göre Aralık 2011-Şubat 2012 ayları arasında yazılan tweetlerin 21 tanesi diğer konular altında değerlendirilmiş ve bu konuların da %52,4 oranında tebrik/ kutlama mesajları olduğu, %47,6'sının ise destek içerikli mesajlar olduğu görülmektedir.

Tablo 9: Tweet Yazarı ile Tweet Konusu Arasındaki İlişki

Tweet Yazarı		Tweet Konusu					Toplam
		İdeolojik/ Propaganda	Eleştiri /saldırı	İcraat/tanıtm /bilgi verme	Sosyal sorumluluk	Diğer	
Kemal Kılıçdaroğlu	Sayı	12	26	2	12	2	54
	% tweet yazarı	22,2%	48,1%	3,7%	22,2%	3,7%	100,0%
	% tweet konusu	26,7%	46,4%	10,0%	48,0%	9,5%	32,3%
	% toplam	7,2%	15,6%	1,2%	7,2%	1,2%	32,3%
Vatandaş	Sayı	4	5	2	1	19	31
	% tweet yazarı	12,9%	16,1%	6,5%	3,2%	61,3%	100,0%
	% tweet konusu	8,9%	8,9%	10,0%	4,0%	90,5%	18,6%
	% Toplam	2,4%	3,0%	1,2%	,6%	11,4%	18,6%
Tayyip Erdoğan	Sayı	29	25	16	12	0	82
	% tweet yazarı	35,4%	30,5%	19,5%	14,6%	,0%	100,0%
	% tweet konusu	64,4%	44,6%	80,0%	48,0%	,0%	49,1%
	% Toplam	17,4%	15,0%	9,6%	7,2%	,0%	49,1%
Toplam	Sayı	45	56	20	25	21	167
	% tweet yazarı	26,9%	33,5%	12,0%	15,0%	12,6%	100,0%
	% tweet konusu	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% Toplam	26,9%	33,5%	12,0%	15,0%	12,6%	100,0%

Tweet yazarı ile yazılan tweet konusu arasındaki ilişki ise Tablo 9’da verilmiştir. Tabloya göre CHP genel başkanı Kılıçdaroğlu bahsi geçen dönemde 54 adet (%32,3) tweet yazmış ve bu tweetlerin %48,1’i eleştiri/ saldırı, %22,2’si ideolojik/propaganda ve %22,2’si sosyal sorumluluk konularında yoğunlaşmıştır. Tweetlerin 82 adeti (%49,1) ise R. Tayyip Erdoğan’a aittir. Erdoğan’ın tweetleri ise ağırlıklı olarak propaganda/ideolojik (%35,4) ve eleştiri/saldırı (%30,5) konularını içermektedir. Vatandaşın yazdığı tweetlerin toplam tweetler içindeki oranı ise %18,6’dır. Vatandaş ise Twitter’da yoğun olarak destek/tebrik mesajları (%61,3) atarak, sosyal medya aracılığıyla demokratik katılımı bir anlamda gerçekleştirmeye çalışıyor denilebilir. Tweet konusu ile tweet yazarı arasındaki ilişkiye bakıldığında ise aralarında anlamlı (sig. ,000) ve güçlü bir ilişki ($c=0,6$) olduğu da görülmektedir. Tweet yazarlarının siyasi platformdaki rolleri ile sosyal medyada ifade ettikleri konular uyum göstermektedir.

Tablo 10: Tweet Yazarı ile Görsel Öğe (Resim/Video) Kullanımı Arasındaki İlişki

Tweet yazarı/ görsel malzeme		Görsel Öğe		Toplam
		Görsel malzeme kullanılmış	Görsel malzeme kullanılmamış	
Kemal Kılıçdaroğlu	Sayı	1	53	54
	% tweet yazarı	1,9%	98,1%	100,0%
	% Görsel öğe	3,8%	37,6%	32,3%
	% Toplam	,6%	31,7%	32,3%
Vatandaş	Sayı	7	24	31
	% tweet yazarı	22,6%	77,4%	100,0%
	% Görsel öğe	26,9%	17,0%	18,6%
	% Toplam	4,2%	14,4%	18,6%
Tayyip Erdoğan	Sayı	18	64	82
	% tweet yazarı	22,0%	78,0%	100,0%
	% Görsel öğe	69,2%	45,4%	49,1%
	% Toplam	10,8%	38,3%	49,1%
Toplam	Sayı	26	141	167
	% tweet yazarı	15,6%	84,4%	100,0%
	% Görsel öğe	100,0%	100,0%	100,0%
	% Toplam	15,6%	84,4%	100,0%

Tweet yazarı ile mesajı güçlendirme amaçlı görsel malzeme (fotoğraf/video vs.) kullanımı arasındaki ilişki incelendiğinde ise en fazla görsel malzemeyi (%22,2) R.

Tayyip Erdoğan'ın kullandığı görülmektedir. Kılıçdaroğlu'nun ise son üç ayda yazmış olduğu tweetlerin sadece %1,9'unda görsel malzeme kullandığı, vatandaş tarafında ise görsel destekli tweet oranının %22,0 olduğu açıkça görülmektedir.

Tweet'i yazanın kim olduğu ile tweette kullanılan görsel malzeme arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığına bakıldığında ise aralarında anlamlı (Sig. ,003) ancak zayıf bir ilişki ($c=0,25$) olduğu görülmektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

Günümüzde bilgisayar ve internet teknolojisinin gelişimiyle ortaya çıkan sosyal medya, yaşamın birçok alanında olduğu gibi demokrasi kültürü ve demokratik katılımın oluşmasında da önemli katkılar sağlamıştır. Bu anlamda toplumsal ve siyasal düzeyde demokrasinin işlerliği, söz konusu bu yeni teknolojinin varlığıyla farklı biçimde gerçekleşmektedir. Sosyal medya siyasal erki oluşturan yöneticiler için daha açık, şeffaf, hızlı ve seçmen kitleyle interaktif iletişim kurma olanağı tanıyan bir işlev görmektedir. Seçmenler için de, daha katılımlı, hızlı ve yatay hiyerarşik bir zeminde mesajlarını siyasalere ulaştırabilecek bir işlev üstlenmektedir.

Sosyal medyanın demokrasi bağlamında toplumsal ve siyasal katkıları dünyanın birçok yerinde olduğu gibi, ülkemizde de son yıllarda birçok örnekte görülebilmektedir. Gerek siyasi parti ve parti liderleri, gerek seçmen veya seçmen gruplarının sosyal medya aracılığıyla oluşturduğu ağ, sosyal medyanın demokratik katılıma katkısı olarak değerlendirilebilir. Sosyal medyanın kullanım özelliklerinden biri olan bireysel kullanılabilirlik özelliği, siyasi parti veya parti liderlerine mesajlarını aracısız ve her an ulaştırabilecekleri bir imkân sağlamaktadır.

Aynı şekilde bireylere de gerek siyasal iktidarı elinde bulunduran siyasal güce, gerekse diğer siyasal partilere mesajını ulaştırabilme bakımından aracısız, sansürlü ve hızlı biçimde ulaşabilme imkânı sağlamaktadır. Bu bağlamda sosyal medyanın demokratik katılıma katkısının ele alındığı çalışmamızda, Türkiye'de iktidar ve iktidarın demokratik katılımını temsilen başbakanın twitter hesabı ve paylaştığı tweetler ile demokratik sistemin olmazsa olmaz unsuru olan muhalefeti temsilen de Cumhuriyet Halk Partisi Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'nun twitter hesabı ve paylaştığı tweetler

incelenmiştir. Söz konusu twitter hesaplarında siyasi liderler, kimi zaman ajans ve haber merkezlerinden daha önce istedikleri mesajları ulaştırabilmektedirler. Bireyler de aynı şekilde, gönderilen mesajları anında alabilmekte ve aynı hızla geri bildirimde bulunabilmekte ve hatta yürütülen tartışmalara katılabilmektedirler.

Çalışmamızdan elde edilen veriler göz önünde bulundurulduğunda her iki siyasi liderin sosyal medyayı konu olarak ideoloji/propaganda, eleştiri/rakibe saldırı, icraat/tanıtım/bilgi verme, sosyal sorumluluk ve diğer olmak üzere beş ana kategoride kullandıkları görülmektedir. Seçmenlerin yazdıkları tweetler de genel olarak siyasi parti liderini tebrik etme ve yapmış oldukları icraatları destekleme şeklindedir. Belirlenen kategoriler çerçevesinde liderlerin paylaştığı tweetler gerek kişisel özellikleri, gerekse partilerinin ideolojik çizgilerini yansıtmaktadır. Bu nedenle liderlerin gerçek hayatta yürüttükleri siyaset yapma tarzlarını, sosyal medya ortamına da aynen aktardıkları görülmektedir.

Günümüzde siyasi partiler ve siyasal liderler hala eski siyasal reklamcılık yöntemleriyle halka mesaj gönderdikleri şekilde eleştirilseler de son yıllarda sosyal medyayı bilgi verme, tanıtım, propaganda, eleştiri, sosyal sorumluluk alanında yavaş yavaş da olsa kullanmaya başladıkları görülmektedir. Özellikle sosyal medyanın lider ve bireyler arası mesafeyi azaltarak, interaktif bir etkileşime olanak sağlaması, demokratik sisteme ve katılıma işlevsellik kazandıracak ve demokrasiyi süreç içerisinde değiştirip dönüştürecektir.

Kaynakça

CASTELLS, Manuel; (2005), Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür-Ağ Toplumunun Yükselişi, (Cilt 1), Çev: Ebru Kılıç, İstanbul Bilgi Üniversitesi yay, İstanbul.

GERAY, Haluk; (2003), İletişim ve Teknoloji: Ulusal Medya Düzeninde Yeni Medya Politikaları, Ütopya Yayınları, Ankara.

GÖKGÖZ, Gökhan; (2012), Web 2.0, Postmodern Toplum ve İletişimsel Demokrasi, Muğla Üniversitesi, Akademik Bilişim, 10 - 12 Şubat 2010, Muğla, Erişim Tarihi: 06.02.2012

HAKYEMEZ, Şevki; (2003), Çoğunlukçu Demokrasi Anlayışı, Rousseau ve Türk Anayasaları Üzerindeki Etkisi, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, Cilt 52, Sayı 4, ss: 69-92.

HANNERZ, Ulf; (1998), “Çevre Kültür Senaryoları” Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi, Der: Anthony King, Çev: G. Seçkin, Ümit H. Yolsal, Bilim ve Sanat Yay., Ankara.

KALENDER, Ahmet; (2005), Siyasal İletişim Seçmenler ve İkna Stratejileri, Çizgi Yayınları, Konya.

KUÇURADI, Ioanna; (1998), Yirmi birinci Yüzyılın Eşiğinde Demokrasi Kavramı ve Sorunları, Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, Cumhuriyetimizin 75. Yılı Özel Sayısı, ss: 21-27.

LAWRENCE, M. Friedman; (2002), Yatay Toplum, Türkiye İş Bankası Yay., İstanbul.

ÖZALP, Ahmet; (2009), Modern Paradigmanın Krizi ve Devlet Üzerine Etkileri, Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, Cilt 1, Sayı 1, Erişim Tarihi: 03.01.2012.

ÖZKAN, Abdullah; (2012), Sosyal Medya, Komut ve Komuta Siyasetini Sona Erdirdi, <http://www.siyasaliletisim.org/dr-abdullah-ozkan-kose-yazilari/684-sosyal-medya-komut-ve-komuta-siyasetini-sona-erdirdi.html>, Erişim Tarihi: 10.03.2012 .

TİMİSİ, Nilüfer; (2003), Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi, Dost Kitabevi, Ankara.

TOSUN, Nurhan B. ve Levi ESER; (2010), “Marka Topluluğu Yaklaşımında Sosyal Medyanın Kullanımı”, iç. Filiz AYDOĞAN ve Ayşen AKYÜZ (der.), İkinci Medya Çağında İnternet, Alfa yay., İstanbul, ss: 93-120.

TÖRENLİ, Nurcan; (2005), Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı, Bilim ve Sanat yay., Ankara.

TUNÇ, Hasan; (2008), Demokrasi Türleri ve Müzakereci Demokrasi Kavramı, Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, Cilt 12, Sayı 1-2, ss. 1113-1132.

URAL, Şafak; (1999), Demokrasi Kavramı, Toplumsal Değerler ve Birey, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, Cilt 52, Sayı 1, ss. 451-459.

YAVUZ, Bülent; (2009), Çoğulcu Demokrasi Anlayışı ve İnsan Hakları, Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi Cilt. XIII, Yıl. 2009, ss. 283-302.

YELKEN, Ramazan; (1999), Cemaatin Dönüşümü, Vadi Yay. Ankara.

www.tdk.gov.tr, 24.02.2012.

http://twitter.com/#!/RT_Erdogan, Erişim Tarihi: 01.03.2012

<http://twitter.com/#!/kilicdaroglu>, Erişim Tarihi: 01.03.2012