

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
GENEL GAZETECİLİK BİLİM DALI

**2019 İSTANBUL YEREL SEÇİMLERİNDE İTTİFAK
ADAYLARININ SİYASAL İLETİŞİM ARACI OLARAK
SOSYAL MEDYA KULLANIMI**

Yüksek Lisans Tezi

IRMAK KOÇ ALAMASLI

İstanbul, 2019

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
GENEL GAZETECİLİK BİLİM DALI

**2019 İSTANBUL YEREL SEÇİMLERİNDE İTTİFAK
ADAYLARININ SİYASAL İLETİŞİM ARACI OLARAK
SOSYAL MEDYA KULLANIMI**

Yüksek Lisans Tezi

IRMAK KOÇ ALAMASLI

DANIŞMAN: DOÇ. DR. MEHMET ÖZÇAĞLAYAN

İstanbul, 2019



T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

TEZ ONAY BELGESİ

GAZETECİLİK Anabilim Dalı GENEL GAZETECİLİK Bilim Dalı TEZLİ YÜKSEK LİSANS öğrencisi IRMAK KOÇ ALAMASLI'nın 2019 İSTANBUL YEREL SEÇİMLERİNDE İTTİFAK ADAYLARININ SİYASAL İLETİŞİM ARACI OLARAK SOSYAL MEDYA KULLANIMI adlı tez çalışması, Enstitümüz Yönetim Kurulunun 4.07.2019 tarih ve 2019-20/25 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oy birliği / oy çokluğu ile Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Tez Savunma Tarihi 16.07.2019

Öğretim Üyesi Adı Soyadı		İmzası
1.	Tez Danışmanı Doç. Dr. MEHMET ÖZÇAĞLAYAN	
2.	Jüri Üyesi Dr. Öğr. Üyesi SEÇİL ÖZAY	
3.	Jüri Üyesi Prof. Dr. MURAT ÖZGEN	

ÖZET

1970'lerden itibaren gelişmeye başlayan yeni iletişim teknolojileri devrimleri, ardından; 2000'li yılların getirisi olan Web 2,0 dönemi ve sunduğu olanaklarla birlikte, sosyal ağlar ve sosyal medya kavramlarının da varlık kazanmasıyla günümüzde birçok şey dönüşüme uğramıştır. Günümüzde yaşamakta olduğumuz çağ “Enformasyon çağ”ı, ekonomi “Ağ Ekonomisi”, toplum ise “Ağ Toplumu” şeklinde adlandırılmaktadır. Her şey, enformasyonu, yani; yeni iletişim teknolojileri bilgisini ve bu bilgiyi iyi kullanma becerisine bağlı gelişmektedir. Bu durum siyasal alanı da kaçınılmaz bir şekilde etkilemiştir. İnsanların artık rutin bir şekilde, sosyal ağlar ve sosyal medya araçlarıyla varlık göstermesi, siyasal iletişim aracı olarak sosyal medyanın kullanımını da gerekli hale getirmiştir. Sosyal medya bu koşullar içerisinde siyasal araç olarak, toplumsal hareketlerin umudu; seçim yarışlarının zaferi olmuştur.

Bugüne kadar Türkiye'deki seçim süreçlerinde, siyasal iletişim aracı olarak sosyal medyadan başarılı bir şekilde yararlanılamamıştır. Ancak; 2019 İstanbul Yerel Seçimlerinde İttifak Adaylarının Sosyal Medya Kullanımlarının incelendiği bu çalışmada, siyasal iletişim aracı olarak sosyal medyanın ana arter olarak başarılı bir şekilde kullanıldığı ortaya çıkmıştır. Her iki İttifak Aday'ının twitter hesapları ele alınarak; yaptıkları paylaşımlar üzerinden içerik analizi yöntemi uygulanmış; Nvivo Plus programı yardımıyla, adayların seçim dönemi boyunca en çok kullandıkları kelimeler öne çıkartılmış ve ilgili partililerle mail üzerinden gerçekleştirilen görüşme eşliğinde, başarılı bir siyasal iletişim aracı olarak sosyal medya kullanımı mümkün mü? Mümkünse hangi yol ve yöntemlerle sağlanmıştır? sorularının cevapları aranmıştır.

Anahtar Kelimeler: 2019 İstanbul Yerel Seçimleri, Twitter, Ağ Toplumu, siyasal iletişim, sosyal medya, Binali Yıldırım, Ekrem İmamoğlu.

ABSTRACT

Following the new communication technologies revolutions that began to develop from the 1970s, many things have changed today with the acquisition of social networks and social media concepts along with the Web 2.0 period which was the return of the 2000s and the possibilities it offers. The era in which we live today is called the “Information Age”, the economy is called the “network economy” and the society is called the “network society”. It all develops due to the information, that is, the knowledge of the use of new communication technologies and the ability to use that knowledge well. This has inevitably affected the political sphere as well. The fact that people now routinely exist through social networks and social media means that has also made the use of social media as a required platform in political communication. Social media as a political tool in these circumstances has turned into the hope of social movements and the victory of the election races.

To date, social media has not been successfully used as a means of political communication in the election processes in Turkey. However, in this study, which examined the use of social media over both of the Alliance candidates in the 2019 Istanbul local elections by content analysis method, it was revealed that social media was used successfully as a main artery as a means of political communication. By the help of Nvivo Plus program, the words that candidates used the most during the election period were put forward and, in the presence of e-mail meetings with the related parties, the answers of following questions are tried to be revealed: whether or not social media usage as a successful political communication tool was possible and which ways and methods are provided if possible.

Keywords: 2019 Istanbul Local Elections, Twitter, Network Society, political communication, social media, Binali Yıldırım, Ekrem İmamoğlu.

ÖNSÖZ

Tez çalışmam sırasında, bilgi ve tecrübeleriyle bana yol gösteren, ihtiyaç duyduğum her anda erişimime açık olan ve her zora düştüğümde bana ışık olan değerli danışman hocam Sayın Doç. Dr. MEHMET ÖZÇAĞLAYAN'a; özverisi, anlayışı ve sabrı için minnettar olduğumu bildirerek, teşekkür'ü borç bilirim...

Lisans ve Yüksek Lisans hayatım boyunca desteğini ve birikimini bizlerden hiç esirgemeyen canım hocam, Dr. Öğr. Üyesi SEÇİL ÖZAY'a ve tez jürime katılarak onur veren; engin birikimiyle çalışmamı zenginleştiren Prof. Dr. MURAT ÖZGEN'e sonsuz teşekkürler...

Hayatımın en zor zamanlarında ortaya koyduğum bu çalışmanın, en başından sonuna kadarki tamamlanmasında; bana, tanıdığım ilk günden bu yana olduğu gibi; her zaman destek olan, güç veren eşim Yunus Alamaslı'ya ve onun özverisine borçluyum. Ayrıca; Yüksek lisans tez döneminde dünyaya gelen oğlum'un bakımıyla en güzel şekilde ilgilenerek destek olan; çalışmayı tamamlayabilmem konusunda beni yüreklendiren ailesi; Zeynep Alamaslı, Ahmet Alamaslı ve Merve Alamaslı'ya borçlu olduğumu bildirerek teşekkürlerimi sunarım.

Tabi ki, beni sevgiyle büyüten, maddi ve manevi her türlü desteği vererek beni her zaman destekleyerek yanımda olan canım annem Safinaz Koç'a ve kişiliği, hayata duruşu ile bana örnek olan 2017'de kaybettiğim canım babama sonsuz teşekkürler...

Tanıdığım günden beri; hüznümde, mutluluğumda, başarımda yanımda oldukları gibi; bu çalışma sırasında da bana güç veren arkadaşlarım Ezgi Özmen ve Şeyda Ceylan'a teşekkürlerimi sunuyorum.

Bu çalışmayı, 2017 Şubat'ta kaybettiğim canım babam Hasan Hüseyin Koç'a ve 2018 Şubat'ta hayata merhaba diyen; gülen gözleriyle bana umut olan, güç veren canım oğlum Eymen Asaf'a armağan ediyorum.

İstanbul, 2019

Irmak Koç Alamaslı

İÇİNDEKİLER

TABLO LİSTESİ.....	x
GÖRSEL LİSTESİ.....	xi
KISALTMALAR.....	xviii
GİRİŞ.....	19
BİRİNCİ BÖLÜM.....	23
1 SİYASAL İLETİŞİM KAVRAMLARI	23
1.1 SİYASET (POLİTİKA) KAVRAMI	23
1.2 ÖNEMLİ İSİMLERİN ÜZERİNDEN SİYASET ANLAYIŞI.....	26
1.2.1 Sofistler ve Sokrates	26
1.2.2 Platon	28
1.2.3 Aristoteles	29
1.2.4 İbni Haldun	30
1.2.5 Cicero.....	30
1.2.6 N. Machiavelli.....	31
1.2.7 Montesquieu.....	31
1.2.8 Karl Marx.....	32
1.2.9 Max Weber.....	33
1.2.10 Jean-Jacques Rousseau	34
1.3 İLETİŞİM KAVRAMI.....	36
1.4 SİYASAL İLETİŞİM KAVRAMI.....	39
1.4.1 Siyasal İletişim Aktörleri	42
1.5 SİYASAL İLETİŞİM VE PROPAGANDA	46
1.6 SİYASAL İLETİŞİM VE PAZARLAMA.....	49
1.7 SİYASAL İLETİŞİM VE REKLAM.....	52
İKİNCİ BÖLÜM.....	59
2 SOSYAL MEDYA ve SİYASAL İLETİŞİM	59
2.1 WEB 1.0' DEN WEB 2.0'YE GEÇİŞ	59
2.2 SOSYAL MEDYA KAVRAMI.....	62
2.3 SOSYAL MEDYANIN ÖZELLİKLERİ.....	64
2.4 SOSYAL MEDYANIN GELENEKSEL MEDYADAN FARKLARI.....	65
2.5 SOSYAL MEDYA ARAÇLARI	67
2.5.1 Wikiler	67
2.5.2 Bloglar.....	68

2.5.3	Mikrobloglar	69
2.5.4	İçerik Paylaşım Siteleri	69
2.5.5	Podcast	70
2.5.6	Sosyal İmlleme (İşaretleme) Siteleri	72
2.5.7	Sosyal Ağlar	73
2.5.7.1	Twitter	78
2.6	KURAMSAL BİR ÇERÇEVE OLARAK ‘AĞ TOPLUMU’ KAVRAMI	82
2.6.1	Ağ Toplumunun Özellikleri	86
2.7	TOPLUMSAL HAREKETLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI.....	92
2.8	SEÇİMLERDE SİYASAL İLETİŞİM ARACI OLARAK SOSYAL MEDYA KULLANIMI	95
2.8.1	Seçimlerde Siyasal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımının İlk Örneği	98
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....		101
3 31 MART 2019 İSTANBUL YEREL SEÇİMLERİNDE İTTİFAK ADAYLARININ SİYASAL İLETİŞİM ARACI OLARAK SOSYAL MEDYA KULLANIMI.....		101
3.1	EKREM İMAMOĞLU’NUN TWİTTER HESABININ İNCELENMESİ	101
3.1.1	“Millet İttifak”ı Adayı Ekrem İmamoğlu’nun 18 Aralık 2018 – 31 Mart 2019 Tarihleri Arasında En Çok Paylaşımında Bulunduğu Günler Üzerinden Yapılan İçerik İncelemesi	101
3.1.2	Adaylığını Açıkladığı Günden 31 Mart Tarihine Kadar ki 3 Aylık Dönemde Genel Twitter İncelemesi.....	122
3.1.2.1	Takipçi Sayısı	122
3.1.2.2	Günlük Etkileşim	124
3.1.2.3	En Çok Beğeni Alanlar	125
3.1.3	18.12.2018 – 31.03.2019 Tarihlerinde Twiter Hesabı Üzerinden Yürüttüğü Seçim Çalışmaları.....	129
3.1.3.1	Seçim Vaatleri	129
3.1.3.2	İstanbul Gönüllüleri Ağı.....	132
3.1.4	Seçim Çalışmaları Boyunca Twitter Üzerindeki Paylaşımlar Dikkate Alınarak Yapılan Kelime Analiz Çalışması	134

3.2 “CUMHUR İTTİFAK’I ADAYI: BİNALİ YILDIRIM’IN TWİTTER İNCELEMESİ” 136

3.2.1 “Cumhur İttifak”ı Adayı Binali Yıldırım’ın 29 Aralık 2018 – 31 Mart 2019 Tarihleri Arasında En Çok Paylaşımında Bulunduğu Günler Üzerinden Yapılan İçerik İncelemesi 136

3.2.2 Adaylığını Açıkladığı Günden 31 Mart Tarihine Kadar Ki 3 Aylık Dönemde Genel Twitter İncelemesi..... 162

3.2.2.1 Takipçi Sayısı 162

3.2.2.2. Günlük Etkileşim..... 164

3.2.2.2 En Çok Beğeni Alanlar..... 165

3.2.3 29.12.2018 – 31.03.2019 Tarihlerinde Twitter Hesabı Üzerinden Yürüttüğü Seçim Çalışmaları..... 168

3.2.3.1 Seçim Vaatleri 168

3.2.4 Seçim Çalışmaları Boyunca Twitter Üzerindeki Paylaşımlar Dikkate Alınarak Yapılan Kelime Analiz Çalışması..... 173

3.3 EKREM İMAMOĞLU VE BİNALİ YILDIRIM’IN GENEL TWİTTER KARŞILAŞTIRMASI..... 175

3.3.1 Takipçi Sayıları..... 175

3.3.2 Günlük Etkileşim Oranları..... 176

3.3.3 En Çok Beğeni Alan Paylaşımlar..... 176

3.3.4 Seçim Vaatleri..... 178

3.3.5 Adayların Seçim Kampanyaları Boyunca En Çok Kullandığı Kelimeler
179

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM..... 181

4 23 HAZİRAN 2019 İSTANBUL YEREL SEÇİMLERİNDE İTTİFAK ADAYLARININ SİYASAL İLETİŞİM ARACI OLARAK SOSYAL MEDYA KULLANIMI..... 181

4.1 EKREM İMAMOĞLU’NUN TWİTTER HESABININ İNCELENMESİ181

4.1.1 “Millet İttifak”ı Adayı Ekrem İmamoğlu’nun 6 Mayıs 2019 – 23 Haziran 2019 Tarihleri Arasında En Çok Paylaşımında Bulunduğu Günler Üzerinden Yapılan İçerik İncelemesi 182

4.1.2 Yeni Seçim Dönemi (6 Mayıs 2019 -23 Haziran 2019) Genel Twitter İncelemesi 212

4.1.2.1	Takipçi Sayısı	212
4.1.2.2	Günlük Etkileşim.....	214
4.1.2.3	En Çok Beğeni Alanlar.....	215
4.1.3	Seçim Çalışmaları Boyunca Twitter Üzerindeki Paylaşımlar Dikkate Alınarak Yapılan Kelime Analiz Çalışması.....	219
4.2	CUMHURİTTİFAK'I ADAYI: BİNALİ YILDIRIM'IN YENİ SEÇİM DÖNEMİNDEKİ (06.05.2019-23.06.2019) TWİTTER İNCELEMESİ”	221
4.2.1	“Cumhur İttifak”ı Adayı Binali Yıldırım’ın 6 Mayıs 2019 – 23 Haziran 2019 Tarihleri Arasında En Çok Paylaşımında Bulunduğu Günler Üzerinden Yapılan İçerik İncelemesi	221
4.2.2	Yeni Seçim Dönemi (6 Mayıs 2019 -23 Haziran 2019) Genel Twitter İncelemesi	261
4.2.2.1	Takipçi Sayısı	261
4.2.2.2	Günlük Etkileşim	265
4.2.2.3	En Çok Beğeni Alanlar.....	267
4.2.3	Seçim Çalışmaları Boyunca Twitter Üzerindeki Paylaşımlar Dikkate Alınarak Yapılan Kelime Analiz Çalışması.....	273
4.3	6 MAYIS – 23 HAZİRAN EKREM İMAMOĞLU VE BİNALİ YILDIRIM'IN GENEL TWİTTER KARŞILAŞTIRMASI	278
4.3.1	Takipçi Sayıları.....	278
4.3.2	Günlük Etkileşim Oranları	280
4.3.3	Adayların En Çok Beğeni Alan Paylaşımları.....	283
4.3.4	Seçim Vaatleri.....	284
	Etkileşim Oranları.....	290
	En Çok Beğeni Alan Paylaşımlar	293
5	SONUÇ.....	300
EK-1	310
EK-2	313
EK-3	317
EK-4	320

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Web 1.0- Web 2.0 Karşılaştırması **Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**



GÖRSEL LİSTESİ

Görsel 1: Franklin Delano Roosevelt'in 1936 yılındaki Kampanyası.....	54
Görsel 2: Dwing David Eisenhower'ın "I Like Ike" kampanyası	55
Görsel 3: 1952 yılındaki Eisenhower'ın "I like Ike" reklam filmi kampanyası	56
Görsel 4: 1964 yılında, Goldwater'a karşı Jonhson'un yürüttüğü 1 dakikalık büyük etki yaratan reklam filmi	56
Görsel 5: 1950 seçimlerinde Demokrat Partinin kullandığı afiş.....	57
Görsel 6: NTV facebook sayfası.....	65
Görsel 7: CNN Twitter Sayfası.....	65
Görsel 8: Medyascope Tv internet sayfasının 'popcast' bölümü.....	72
Görsel 9: Araştırma kısmında kullanılan etiket bulutu örneği.....	73
Görsel 10: We Are Social Dünya İnternet Kullanım Oranı.....	74
Görsel 11: We Are Social Türkiye de İnternet Kullanım Araçları	74
Görsel 12: We Are Social Türkiyede Medyada Geçirilen Zaman Süreleri	76
Görsel 13: We Are Social 2019 yılında Dünyada en çok ziyaret edilen siteler.....	77
Görsel 14: We Are Social 2019 yılında Türkiye'de en çok ziyaret edilen siteler	77
Görsel 15: We Are Social Türkiye'de, 2019 yılında sosyal medya uygulamaları kullanımı	78
Görsel 16: Dünya Üzerinde 2019 Facebook Kullanımının Yaş Dağılımı	80
Görsel 17: Dünya Üzerinde 2019 Instagram Kullanımının Yaş Dağılımı.....	80
Görsel 18: We Are Social Twitter'ın Genel Cinsiyet Kullanımı.....	81
Görsel 19: We Are Social Twitter'ın genel yaş dağılımı.....	81
Görsel 20: Ekrem İmamoğlu'nun seçin öncesi en çok paylaşımda bulunduğu günler	101
Görsel 21: Ekrem İmamoğlu'nun adaylığını açıkladığı ilk tweet	102
Görsel 22: Ekrem İmamoğlu'nun 18.12.2019 tarihinde attığı ikinci tweet.....	103
Görsel 23: Ekrem İmamoğlu'nun 18.12.2019 tarihinde attığı üçüncü tweet	103
Görsel 24: Ekrem İmamoğlu'nun 21.12.2018 tarihinde attığı tweetler.....	104
Görsel 25: Ekrem İmamoğlu'nun 09.01.2019 tarihinde attığı tweetler.....	106
Görsel 26: Ekrem İmamoğlu'nun 23.01.2019 tarihinde attığı tweetler.....	107
Görsel 27: Ekrem İmamoğlu'nun 12.02.2019 tarihinde attığı tweetler.....	109
Görsel 28: 20 Şubat tarihindeki 14 görülen tweet miktarı.....	111
Görsel 29: 20.02.2019 olması gerekirken 19.02.2019 görülen tweetler	111
Görsel 30: İmamoğlu'nun 26 Şubat gününü gösteren günlük tweet dağılımı grafiği	112

Görsel 31: 26.02.2019 olarak görünen 25.02.2019 tweetleri.....	113
Görsel 32: 27.02.2019 olarak görünen 26.02.2019 tweeti.....	113
Görsel 33: Ekrem İmamoğlu'nun 03.03.2019 tarihinde attığı tweetler.....	114
Görsel 34: Ekrem İmamoğlu'nun 11.03.2019 tarihinde attığı tweetler.....	116
Görsel 35: Ekrem İmamoğlu'nun 25.03.2019 tarihinde attığı tweetler.....	118
Görsel 36: Ekrem İmamoğlu'nun 31.03.2019 tarihinde attığı tweetler.....	120
Görsel 37: Ekrem İmamoğlu'nun günlük takipçi sayısı.....	123
Görsel 38: Ekrem İmamoğlu'nun günlük takipçi artışı.....	124
Görsel 39: Seçim öncesi dönemde günlük etkileşim dağılımı.....	124
Görsel 40: Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğeni alan tweeti	125
Görsel 41: Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğeni alan ikinci tweeti	126
Görsel 42: Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğeni alan üçüncü tweeti.....	126
Görsel 43: Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğeni alan dördüncü tweeti	127
Görsel 44: Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğeni alan beşinci tweeti	127
Görsel 45: Ekrem İmamoğlu'nun twitter performans tablosu.....	128
Görsel 46: Binali Yıldırım hesabının twitter performans tablosu.....	128
Görsel 47: Ekrem İmamoğlu'nun İstanbul Gönüllüleri Ağı tweetleri.....	132
Görsel 48: İstanbul Gönüllüleri twitter sayfası.....	133
Görsel 49: “istanbulgonulluleri.org” adresi.....	133
Görsel 50: Nvivo 12 Plus programı Ekrem İmamoğlu kelime bulutu	135
Görsel 51: Nvivo 12 Plus programı Ekrem İmamoğlu kelime listesi.....	135
Görsel 52: Binali Yıldırım hesabının seçim öncesi günlük tweet dağılımı	136
Görsel 53: Binali Yıldırım İletişim Ofisi Twitter Hesabı	137
Görsel 54: Binali Yıldırım'ın adaylığı açıklandıktan sonra ilk tweeti	138
Görsel 55: Binali Yıldırım hesabının 29.12.2018 tarihinde attığı tweetler.....	139
Görsel 56: Binali Yıldırım hesabının 05.01.2019 tarihinde attığı tweetler.....	141
Görsel 57: 30 Ocak 2019 tarihli olarak görünen 29. Ocak 2019 tarihli tweetleri.....	142
Görsel 58: Binali Yıldırım hesabının 29.01.2019 tarihinde attığı tweetler.....	143
Görsel 59: Binali Yıldırım hesabının 19.02.2019 tarihinde attığı tweetler.....	146
Görsel 60: Binali Yıldırım hesabının 28.02.2019 tarihinde attığı tweetler.....	149
Görsel 61: Binali Yıldırım hesabının 13.03.2019 tarihinde attığı tweetler.....	152
Görsel 62: Binali Yıldırım hesabının 21.03.2019 tarihinde attığı tweetler.....	157
Görsel 63: Binali Yıldırım hesabının 31.03.2019 tarihinde attığı tweetler.....	160
Görsel 64: Binali Yıldırım hesabının günlük takipçi sayısı artış oranı.....	163

Görsel 65: Günlük Takipçi Sayısı Artışı Sektör Ortalaması.....	163
Görsel 66: Binali Yıldırım hesabının günlük takipçi sayısı artış oranı.....	164
Görsel 67: Binali Yıldırım hesabının günlük etkileşim oranları.....	164
Görsel 68: Binali Yıldırım hesabının günlük twitter etkileşim grafiği.....	165
Görsel 69: Binali Yıldırım hesabının en çok beğenilen tweeti.....	166
Görsel 70: Binali Yıldırım hesabının en çok beğenilen ikinci tweeti.....	166
Görsel 71: Binali Yıldırım hesabının en çok beğenilen üçüncü tweeti.....	167
Görsel 72: Binali Yıldırım hesabının en çok beğenilen dördüncü tweeti.....	167
Görsel 73: Binali Yıldırım hesabının en çok beğenilen beşinci tweeti.....	168
Görsel 74: Nvivo 12 Plus programından elde edilen Binali Yıldırım kelime bulutu	174
Görsel 75: Nvivo 12 Plus programından elde edilen Binali Yıldırım kelime listesi .	174
Görsel 76: Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğenilen tweeti.....	177
Görsel 77: Binali Yıldırım'ın en çok beğenilen tweeti.....	177
Görsel 7831 Mart 2019 İstanbul seçimlerinin iptaline ilişkin YSK kısa kararı.....	181
Görsel 791 Nisan-23 Haziran 2019 Ekrem İmamoğlu Günlük Tweet Dağılım İstatistiği	182
.....	182
Görsel 80Ekrem İmamoğlu'nun İstanbul Belediye Başkanlığına YSK verilerine dayanarak açıkladığı ve teşekkür ettiği ilk tweet.....	184
Görsel 81Ekrem İmamoğlu'nun 1.04.2019 tarihinde attığı ikinci tweet.....	184
Görsel 82: Ekrem İmamoğlu'nun 01.04.2019 tarihinde attığı üçüncü tweet.....	185
Görsel 83Ekrem İmamoğlu'nun 01.04.2019 tarihinde attığı dördüncü tweet.....	186
Görsel 84: Ekrem İmamoğlu'nun 06.05.2019 tarihinde attığı tweetler.....	187
Görsel 85: Ekrem İmamoğlu'nun 22.05.2019 tarihinde attığı tweetler.....	190
Görsel 86: Ekrem İmamoğlu'nun 29.05.2019 tarihinde attığı tweetler.....	193
Görsel 87: Ekrem İmamoğlu'nun 12.06.2019 tarihinde attığı tweetler.....	196
Görsel 88: Ekrem İmamoğlu'nun 13.06.2019 tarihinde attığı tweetler.....	199
Görsel 89: Ekrem İmamoğlu'nun 14.06.2019 tarihinde attığı tweetler.....	201
Görsel 90: Ekrem İmamoğlu'nun 19.06.2019 tarihinde attığı tweetler.....	205
Görsel 91: Ekrem İmamoğlu'nun 20.06.2019 tarihinde attığı tweetler.....	208
Görsel 92: Ekrem İmamoğlu'nun 23.06.2019 tarihinde attığı tweetler.....	210
Görsel 93: Ekrem İmamoğlu'nun 6 Mayıs-23 Haziran 2019 tarihleri arasındaki takipçi oranları.....	213
Görsel 94: Ekrem İmamoğlu'nun 06.05.2019-23.06.2019 tarihleri arasındaki günlük takipçi sayısı.....	213

Görsel 95: Ekrem İmamoğlu twitter hesabı 06.05.2019-23.06.2019 tarihleri arası tweet dağılımı	214
Görsel 96Ekrem İmamoğlu twitter hesabı 06.05.2019-23.06.2019 tarihleri arası etkileşim oranı.....	215
Görsel 97: Ekrem İmamoğlu hesabının günlük twitter etkileşim grafiği	215
Görsel 98: Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğeni alan tweeti	216
Görsel 99: Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğeni alan ikinci tweeti	216
Görsel 100: Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğeni alan üçüncü tweeti.....	217
Görsel 101: Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğeni alan dördüncü tweeti	217
Görsel 102: Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğeni alan beşinci tweeti.....	218
Görsel 103: Nvivo 12 Plus programı Ekrem İmamoğlu kelime bulutu.....	220
Görsel 104: Nvivo 12 Plus programı Ekrem İmamoğlu kelime listesi.....	220
Görsel 105: Binali Yıldırım'ın "Binali Yıldırım İletişim Ofisi" hesabı.	221
Görsel 106Binali Yıldırım'ın kendi hesabı.....	222
Görsel 107"Binali Yıldırım İletişim Ofisi" hesabı günlük tweet dağılım grafiği.....	222
Görsel 108"Binali Yıldırım" hesabı günlük tweet dağılım grafiği.....	223
Görsel 109: Binali Yıldırım İletişim Ofisi hesabının 01.04.2019 tarihindeki tweetleri	224
Görsel 110: Binali Yıldırım İletişim Ofisi hesabının 06.05.2019 tarihindeki tweetleri	226
Görsel 111: Binali Yıldırım İletişim Ofisi hesabının 09.05.2019 tarihindeki ttweetleri	228
Görsel 112: Binali Yıldırım Ofisi hesabının 10.05.2019 tarihindeki tweetleri.....	232
Görsel 113: Binali Yıldırım İletişim Ofisi hesabının 16 Haziran 2019 tarihindeki tweetleri.....	236
Görsel 114"Binali Yıldırım İletişim Ofisi" hesabı 31 Mart 2019 – 32 Haziran 2019 tarihli günlük tweet dağılım grafiğinde 16 Haziran günü	236
Görsel 115"Binali Yıldırım İletişim Ofisi" hesabı 31 Mart 2019 – 32 Haziran 2019 tarihli günlük etkileşim grafiğinde 16 Haziran günü.....	237
Görsel 116"Binali Yıldırım"twitter hesabı 27 Mayıs- 23 Haziran arasındaki günlük tweet dağılım grafiği	241
Görsel 117: "Binali Yıldırım" twitter hesabı 27.05.2019 tarihindeki tweetleri.....	242
Görsel 118: "Binali Yıldırım" twitter hesabı 28.05.2019 tarihindeki tweetler.....	245
Görsel 119: "Binali Yıldırım" twitter hesabı 31.05.2019 tarihindeki tweetler.....	250

Görsel 120“Binali Yıldırım” twitter hesabı 12.06.2019 tarihindeki tweetler	255
Görsel 121“Binali Yıldırım” twitter hesabı 23.06.2019 tweetleri	259
Görsel 122“Binali Yıldırım İletişim Ofisi” twitter hesabının takipçi oranları	261
Görsel 123: “Binali Yıldırım” twitter hesabının takipçi oranları.....	262
Görsel 124: “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” twitter hesabının, 6 Mayıs-23 Haziran 2019 tarihleri arasındaki takipçi sayısı grafiği	263
Görsel 125: “Binali Yıldırım” twitter hesabının, 6 Mayıs-23 Haziran 2019 tarihleri arasındaki takipçi sayısı grafiği.....	264
Görsel 126: “BinaliYıldırım İletişim Ofisi” twitter hesabı 06.05.2019-23.06.2019 tarihleri arasındaki günlük takipçi sayısı ve sektör ortalaması.	264
Görsel 127: “Binali Yıldırım” twitter hesabı 06.05.2019-23.06.2019 tarihleri arasındaki günlük takipçi sayısı ve sektör ortalaması.	265
Görsel 128: “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” twitter hesabı 06.05.2019-23.06.2019 tarihleri arası tweet dağılımı.....	265
Görsel 129: “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” twitter hesabı 06.05.2019-23.06.2019 tarihleri arası etkileşim dağılımı.....	266
Görsel 130: “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” twitter hesabı 06.05.2019-23.06.2019 tarihleri arası etkileşim miktarları	267
Görsel 131: “Binalli Yıldırım İletişim Ofisi” hesabı en çok beğeni alan tweeti	267
Görsel 132: “Binalli Yıldırım İletişim Ofisi” hesabı en çok beğeni alan 2. tweeti ...	268
Görsel 133: “Binalli Yıldırım İletişim Ofisi” hesabı en çok beğeni alan 3. tweeti ...	269
Görsel 134: “Binalli Yıldırım İletişim Ofisi” hesabı en çok beğeni alan 4. tweeti ...	269
Görsel 135: “Binalli Yıldırım İletişim Ofisi” hesabı en çok beğeni alan 5. tweeti ...	270
Görsel 136: “Binalli Yıldırım” hesabı en çok beğeni alan tweeti.....	271
Görsel 137: “Binalli Yıldırım” hesabı en çok beğeni alan 2. tweeti.....	271
Görsel 138: “Binali Yıldırım” hesabı en çok beğeni alan 3. tweeti.....	272
Görsel 139: “Binalli Yıldırım” hesabı en çok beğeni alan 4. tweeti.....	272
Görsel 140: “Binalli Yıldırım” hesabı en çok beğeni alan 5. tweeti.....	273
Görsel 141Nvivo 12 Plus programından elde edilen “Binali Yıldırım” twitte hesabır kelime bulutu.....	274
Görsel 142: Nvivo 12 Plus programından elde edilen “Binali Yıldırım” twitter hesabı en çok kullanılan kelime listesi	275
Görsel 143Nvivo 12 Plus programından elde edilen Binali Yıldırım İletişim Ofisi kelime bulutu.....	276

Görsel 144 Nvivo 12 Plus programından elde edilen Binali Yıldırım İletişim Ofisi'nin kelime listesi	277
Görsel 145 Ekrem İmamoğlu 6 Mayıs 2019-23 Haziran 2019 tarihleri arasındaki Twitter takipçi artış oranı.....	279
Görsel 146 "Binali Yıldırım İletişim Ofisi" Twitter hesabı 6 Mayıs 2019-23 Haziran 2019 tarihleri arası takipçi artış oranı.....	279
Görsel 147 "Binali Yıldırım" Twitter hesabı 6 Mayıs 2019-23 Haziran 2019 tarihleri arası takipçi artış oranı	280
Görsel 148 Ekrem İmamoğlu Twitter hesabı 6 Mayıs 2019-23 Haziran 2019 tarihleri arası günlük etkileşim oranı	281
Görsel 149 "Binali Yıldırım İletişim Ofisi" Twitter hesabı 6 Mayıs 2019-23 Haziran 2019 tarihleri arası günlük etkileşim oranı.....	281
Görsel 150 "Binali Yıldırım" Twitter hesabı 6 Mayıs 2019-23 Haziran 2019 tarihleri arası günlük etkileşim oranı	282
Görsel 151: 23 Haziran dönemi Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğeni alan tweeti....	283
Görsel 152: 23 Haziran seçim dönemi "Binalli Yıldırım İletişim Ofisi" hesabı en çok beğeni alan tweeti.....	283
Görsel 153: 23 Haziran seçim dönemi "Binalli Yıldırım" hesabı en çok beğeni alan tweeti.....	284
Görsel 154 9 Mayıs tarihinde Ekrem İmamoğlu seçim kampanyası desteği için düzenlenen bağış kampanyası paylaşımı	284
Görsel 155: 31 Mart Dönemi Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğenilen tweeti	293
Görsel 156: 23 Haziran dönemi Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğeni alan tweeti....	294
Görsel 157: 31 Mart dönemi Binali Yıldırım'ın en çok beğenilen tweeti	294
Görsel 158: 23 Haziran dönemi "Binalli Yıldırım İletişim Ofisi" hesabı en çok beğeni alan tweeti	295
Görsel 159: 23 Haziran dönemi "Binalli Yıldırım" hesabı en çok beğeni alan tweeti	295
Görsel 160 Kişisel Mail Hesabım Üzerinden Gelen Kutusundaki Ömer Can Agin ile Yapılan Görüşme (29.05.2019).....	310
Görsel 161 Kişisel Mail Hesabım Üzerinden Gelen Kutusundaki Nevzat Arslanyılmaz ile Yapılan Görüşme(09.06.2019).....	313
Görsel 162 Kişisel Mail Hesabım Üzerinden Gelen Kutusundaki Ömer Can Agin ile Yapılan Görüşme (24.07.2019).....	317

Görsel 163 Kişisel Mail Hesabım Üzerinden Gelen Kutusundaki Nevzat Arslanyılmaz ile Yapılan Görüşme(02.08.2019).....	320
--	-----



KISALTMALAR

NTV: Nergis Televizyonu

CNN:Cable News Network

AKP: Adalet ve Kalkınma Partisi

CHP: Cumhuriyet Halk Partisi

İSTOÇ: İstanbul Toptancılar Çarşısı

İBB: İstanbul Büyükşehir Belediyesi

İDO: İstanbul Deniz Otobüsleri

STK: Sivil Toplum Kuruluşu

YSK: Yüksek Seçim Kurulu

SLE: Sistemik Lupus Eritematozus(Kelebek Hastalığı)

TBMM: Türkiye Büyük Millet Meclisi

TRT: Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu

TEM: Transit european motorway(Avrupa Transit Karayolu)

İSO: İstanbul Sanayi Odası

İTO: İstanbul Ticaret Odası

RTE: Recep Tayyip Erdoğan

SP: Saadet Partisi

FETÖ: Fethullahçı Terör Örgütü

PKK: Partiya Karkerên Kurdistan(Kürdistan İşçi Partisi)

LGS: Lise Geçiş Sınavı

BBP: Büyük Birlik Partisi

WWW:World Wide Web(Dünya Çapında Ağ Servisi)

GİRİŞ

1960'lı yıllardan bu yana, yeni iletişim teknolojilerinin hızla gelişmesiyle insan hayatındaki birçok kavram da dönüşüme uğramıştır. İnternet'in ortaya çıkmasıyla birlikte Web 1.0 dönemi ve sonrasında Web 2.0 döneminin yaşanması, insanlığı yeni bir kavramla; 'sosyal medya' kavramıyla tanıştırmıştır. Sosyal medya araçları ve yeni iletişim teknolojileri her geçen gün, hızla gelişmekte ve çeşitlenmektedir. İnsanlık, tarih boyunca iletişim araçlarındaki gelişimle evrimleşmiştir. Matbaa, radyo, televizyon derken, internetin gelişiyile; insan hayatındaki tüm ilişkiler değişmiştir. İletişim, coğrafi alana bağıllık ve fiziken yüz yüze olma zorunluluklarını kaldırarak; dünyanın neresinde ve nasıl olunursa olunsun, sadece bir telefon ve internet ile istenildiği an 'beklemeksizin' elde edilebilir bir olguya dönüşmüştür. Özellikle 2000'li yıllardan itibaren başlayan bu süreçte, insanlar artık gün içerisinde, internetin sağladığı 'ağlar' üzerinde varlık göstermeye başlamıştır. Aynı zamanda bu durum; toplumsal, ekonomik ve siyasal olarak farklı paradigmalardan fark edilmesini sağlamıştır. Toplumlar, 'ağ toplumu'; ekonomi; 'ağ ekonomisi' adı verilen ve siyaset de, artık küresel ağlarda işlerlik kazanır boyutlara taşınmaktadır.

Durum böyle olunca, tüm dünyada 'siyaset' ve 'siyasal iletişim' alanlarında da, sosyal ağların yani sosyal medyanın etkisi daha net bir şekilde görülmektedir. Artık, günümüz koşullarında bu ağlar, tüm dünyada, farklı protestolar eşliğinde gerçekleşen toplumsal hareketlerin başarılı yüzü olurken; siyasal iletişim alanında ise, tıpkı Roma döneminde olduğu gibi; seçim zaferlerini kazanan gladyatörlerin zafer çılgınlıklarını attığı bir arenaya dönüşmüş durumdadır.

Tüm bu bilgiler ışığında oluşturulan bu çalışmanın konusu: "2019 İstanbul Yerel Seçimlerinde İttifak Adaylarının Siyasal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı"dır. 31 Mart ve ardından 23 Haziran İstanbul Yerel Seçimlerinde İttifak Adaylarının siyasal iletişim aracı olarak sosyal medya kullanımı Twitter özelinde incelenmiştir. Seçim dönemlerinde siyasal iletişim aracı olarak sosyal medya kullanımının seçim zaferine dönüşmesinde, ne kadar ve ne ölçüde başarılı olabildiği sorgulanmıştır

Çalışmanın amacı, sosyal medyanın hayatımızın vazgeçilmez unsuru olarak görülen günümüz şartlarında, siyasal iletişim aracı olarak seçimlerde başarı oranını ne

kadar etkileyebileceğinin ortaya konmasıdır. Siyasal ortam ve şartların da etkisiyle seçim dönemlerinde adaylar, sosyal medya aracılığıyla daha çok seçmen kitlesine ulaşabilirler; ancak, bu seçmen kitlesi ağlar üzerinden nasıl örgütlenir ve seçmen kitlesinin sevgisi kazanılabilir? Başarılı bir sosyal medya kampanyası yürütmek için nelere dikkat etmek gerekir? Çalışmanın amacı; bu sorulara, çalışmanın araştırma kısmındaki bulgularla birlikte ışık tutabilmektir.

Çalışmanın önemi: Şimdiye kadar Türkiye’de yapılan seçimlerde adayların sosyal medya kullanımları incelendiğinde, bu kullanımların seçim sonuçlarını etkileyebilecek düzeyde bir başarı getirdiğini ortaya koyan bir veri söz konusu olmamıştı. Bu çalışmanın ortaya koyduğu veri, bulgu ve sonuçlar; sosyal medya etkisinin hayatın başka alanlarında olduğu gibi, siyasal alanda da adaylara başarı olanaklarını sunabileceğini göstermektedir. Çalışmanın ortaya koyduğu sonuçlar aynı zamanda, seçime katılan adayların sosyal medyanın bu gücünün farkında olarak, sosyal medyayı doğru ve etkin bir şekilde kullanmasıyla; siyasal alanda başarı elde edilebileceğine de işaret etmektedir. Ayrıca, araştırması yapılan seçimin, daha önce üzerinde hiç çalışılmamış kadar yeni olması da, seçimlerin hemen ardından tamamlanan bu çalışmanın özgünlüğünü ve güncelliğini ortaya koymaktadır.

Çalışmada kullanılan yöntem: Türkiye’de, 2019 yerel seçimleri kapsamında, siyasal temalarda ve siyasal iletişim süreçlerinde daha çok kullanılmasıyla ön plana çıkan Twitter üzerinden, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan adayları olan: Millet İttifakı adayı ‘Ekrem İmamoğlu’ ve Cumhur İttifakı adayı ‘Binali Yıldırım’ın, “Twitter” hesapları incelenmiştir. Adaylıklarını açıkladıkları tarihlerden, seçim günü olan 31 Mart gününe kadar yaklaşık üç aylık süre içerisindeki ve daha sonra yenilenen 23 Haziran seçim sürecinin başladığı tarih olan 6 Mayıs tarihinden 23 Haziran tarihine kadarki paylaşımlar ele alınarak “en çok paylaşım yapılan günler” özelinde içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Aynı zamanda; Nvivo Plus programı kullanılarak adayların bu süre içerisindeki tüm paylaşımları üzerinden en çok kullandıkları kelimelerin listesi çıkartılarak yorumlanmıştır. Araştırma kısmındaki bulgularla birlikte, her iki adayın bağlı oldukları partilerle de iletişim kurularak, seçim çalışmaları ve sosyal medya kampanyaları üzerinden sorular sorulmuş ve alınan cevaplarla, çalışma verileri desteklenmiştir.

Çalışmanın sınırlılıkları ise; çalışma, sosyal medya kavramı adı altında oluşturulmuş olsa da; araştırma alanı siyasal alanda daha çok kullanıldığı varsayılarak, Twitter özelinde incelenmiştir. Çünkü her iki adayın seçim döneminde kullandıkları tüm sosyal medya üzerinden bir inceleme yapılması, bulguların tek alanda ortaya konulduğu kadar açık anlaşılmamasına sebep olacaktı. Her iki adayın daha aktif kullandığı ve daha çok takipçisi olduğu sosyal medya aracının Twitter olması da çalışmanın sınırlandırılma sebebidir. Diğer sınırlılık alanı ise; adayların seçim dönemi boyunca kullandıkları Twitter hesapları üzerinden her paylaşımlarını tek tek incelemek yerine; en çok paylaşım yapılan günler üzerinden içerik analizi yapılmıştır. En çok paylaşım yapılan günlerdeki paylaşım sayıları, genel görünümü dengeleyecek sayıda olması da, bu sınırlılık alanının sebebidir.

Bu temel yaklaşım çerçevesinde oluşturulmuş olan çalışmanın birinci bölümünde, siyaset kavramına, siyaset alanında önemli isimlerin penceresinden kavrama yaklaşımlarına bakılmıştır. Daha sonra iletişim kavramına değinilerek, zaman içerisinde iletişim kavramının geçirdiği aşamalara yer verilmiştir. Daha sonra ise siyasal iletişim kavramına değinilmiştir. Siyasal iletişim kavramı; propaganda, pazarlama ve reklam ilişkileri üzerinden ayrı başlıklar altında değerlendirilmiştir.

İkinci bölümde ise araştırmanın diğer ana kavramı olan “sosyal medya” üzerinde durulmuştur. Sosyal medyanın özellikleri, geleneksel medyadan farkları, Türkiye’de kullanım oranlarına, sosyal medya araçlarına ve sosyal ağlara yer verilmiştir. Daha sonra, çalışmanın kuramsal kısmına; “Ağ Toplumu” kavramına geçilmiştir. Ağ toplumunun tam olarak ne olduğu, ne anlama geldiği ve ağ toplumunun özellikleri çerçevesinde anlatılmıştır.

Çalışmanın üçüncü ve dördüncü bölümlerini, araştırma kısmı oluşturmaktadır. Üçüncü bölümde, 31 Mart 2019 İstanbul Yerel Seçimlerinde Millet İttifak’ı adayı “Ekrem İmamoğlu” ve Cumhuriyet İttifak’ı adayı olan “Binali Yıldırım”ın seçim çalışmalarında Twitter’ı nasıl ve ne ölçüde kullandıklarına yer verilmiştir. Tweet içerikleri incelenmiş, takipçi sayıları ve etkileşim oranları; özellikle her paylaşım üzerinden belirtilmiş ve içerik vurgulanmıştır. Seçim dönemi boyunca paylaşımlar üzerinden en çok kullandığı kelimeler belirlenerek yorumlanmıştır. Ayrıca bu süre içerisinde adayların verdikleri vaatler tek tek belirlenmiş ve karşılaştırılmıştır. Her iki adayın bağlı oldukları partiler üzerinden, İl Başkanlıklarında görevli üst düzey

yöneticilerle mail yoluyla görüşme sağlanarak seçim çalışmaları ve sosyal medya kampanyaları hakkında bilgi edinilmiş ve eldeki bulguları destekleyen bilgi olarak çalışmaya dahil edilmiştir.

Dördüncü bölümde ise, yenilenen 2019 İstanbul yerel seçimleri olan; 23 Haziran seçim süreci ele alınmıştır. YSK'nın iptal kararını aldığı gün olan 6 Mayıs 2019 ile 23 Haziran 2019 tarihleri arasında, her iki adayın Twitter hesapları üzerinden yaptıkları paylaşımlar, üçüncü bölümdeki başlıklarla örtüşecek şekilde paralel ele alınmıştır. Aynı zamanda; her iki seçim dönemlerinde elde edilen verilerin karşılaştırmasına da dördüncü bölümün son kısmında yer verilmiştir.

Çalışma sonucunda elde edilen veriler göstermektedir ki: İttifak adaylarından 'Ekrem İmamoğlu, Binali Yıldırım'a göre sosyal medyayı daha aktif ve etkili kullanmıştır. İmamoğlu, Twitter'ı aday olduğu günden itibaren, halkla daha bir sıcak ilişki içerisinde, halkın derdine kulak veren bir imajla yürütmüştür. Aynı zamanda seçim gününe kadar, seçimle ilgili tüm sorumlulukları yerine getiren bir imaj çizmiştir. Sosyal ağlar üzerinden 'gönüllüler ağı'nı kurarak seçmenle daha yakından ve etkileşime dayalı bir ilişki kurmuştur. Yıllarca devletin birçok kademesinde görev almış, Bakan ve Başbakan olarak tanınmış bir rakip aday olan 'Binali Yıldırım' karşısında İmamoğlu, sosyal medya araçları sayesinde zamanla, daha çok takip edilen, daha çok etkileşim alınan, daha çok konuşulan bir aday haline gelmiştir. Binali Yıldırım'ın ise daha çok geleneksel medya, billboardlar ve parti teşkilatının desteği ve daha önceki seçimlerdeki çalışmaları temelinde siyasal iletişim ve propaganda çalışmalarını sürdürmüş olması dikkat çekmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

1 SİYASAL İLETİŞİM KAVRAMLARI

Siyasal iletişim kavramlarına değinilen bu bölümde, siyaset ve iletişim gibi insanlık tarihi kadar eski olan her iki bilim dallarının literatür taramasıyla açıklık getirilmek istenmiştir. Kelime olarak kullanılan anlamlarının ve işlevlerinin gelişim göstererek evrimleşmesi ve günümüzde kullanılmakta olan anlamları vurgulanmıştır.

Siyaset kavramının kelime kökeninden, siyaset nedir? Sorusuna temel oluşturan bilgi isimler üzerinden; günümüzdeki ‘siyaset’ anlayışı sorgulanmıştır. Böylelikle siyasal iletişimin düşünsel zemini oluşturulmuştur. Ardından, aynı şekilde; iletişim kavramının kökeni ve gelişimine yer verilmiştir. Böylelikle ‘siyasal iletişim’ kavramının zemini oluşturulmuş; günümüzde en çok ilişkide olduğu alanlarla ilişkisine yer verilmiştir. Siyaset’in ilişki de olmadığı pek az alan olsa da; burada en önemli üç alan olan; “propaganda”, “pazarlama” ve “reklam” ile ayrılmaz ilişkisi açıklanarak siyasal iletişim’in çerçevesi çizilmiştir.

1.1 SİYASET (POLİTİKA) KAVRAMI

Kelime köklerindeki anlam incelendiğinde ‘siyaset’ kelimesi; tımar etmek, insan eğitmek, devlet yönetmek ve devlet işleriyle ilgili anlamlarına gelirken; Batı dillerinde ki ‘politika’nın kelime kökleri incelendiğinde ‘yurttaş’, ‘yaşanılan yer’ anlamları çıkar. Birinde yöneten, eğiten aktif durumda ve güç unsuru vurgulanmışken; diğesinde ortak yaşayanlar ve ortak yaşanılan ‘yer’ unsurları vurgulanmıştır. Siyaset kavramı ve siyaset kavramına yaklaşımlar incelendiğinde de aslında ortaya bu sonuca yakın bir ilişki çıktığını görülür. Bu ilişkiyi anlatmak için öncelikle bu alanda ‘siyaset’ nedir? Sorusuna verilen cevaplara bakılacaktır. Siyaset kavramının ve kapsamının oluşumunda, tarih boyunca farklı yaklaşımlar ekseninde siyaset olgusunu değerlendirerek kendi dönemini ve sonraki dönemlerdeki siyasal yapılanmayı etkileyen başat isimlere yer verilecektir.

Kışlalı ‘siyaset’ sözcüğünün günümüzdeki anlamının en iyi açıklaması olarak Prof. Bülent Daver’in tanımından yola çıkarak siyaseti, “ülke, devlet ve insan yönetimi” biçiminde genel bir çerçeveye tanımlar. Böyle bir tanımlamanın, siyaseti aynı zamanda

bir bilim ve sanat olarak değerlendirenlerle de ters düşmeyeceğini belirtir (Kışlalı, 2000: 17).

Türköne, siyasetin iki yüzü olduğundan bahseder: Bir yüzünde çatışma, öbür yüzünde uzlaşma bulunur. Bir tarafta çatışan fikirler, farklı istekler, birbirine zıt çıkarlar galip gelmek için kıyasıya yarışır. Diğer tarafta insanlar ortak kurallar etrafında barış içinde yaşamaya, iş birliği yapmaya ve uzlaşmaya çabalar. Bu yüzden siyasetin özü “çatışmaların çözüme kavuşturulma süreci” olarak tarif edilmektedir (Türköne, 2003: 6).

Kapani'nin, siyaset yerine politika kelimesini tercih ettiğini görürüz. Ve ona göre politika “toplumda yaşayan insanlar arasında bir çatışma, bir mücadele ve kavgadır”. Kapani burada; insanların yaradılışları gereği, sosyal ve ekonomik durumları bakımından farklı fikirlere ve çıkarlara sahip olmasının; düşünce, çıkar ve psikolojik eğilim farklılıklarını ortaya çıkartacağından, bunun da politikanın temelini oluşturduğundan bahseder. Çatışmanın asıl konusu toplumdaki değerlerin paylaşılmasıdır. Çatışmanın hedefi ise, iktidarın ele geçirilmesi ve onun sağladığı yararların paylaşılmasıdır. Ancak politikanın sadece bu gibi ifadelerle açıklanamayacağından bahseder ve politikanın belli başlı karakteristik özellikler taşıdığını vurgular. Bu özellikler şöyledir:

- Zaman ve mekân bakımından evrensel ve süreklidir: İnsanlık tarihi var olduğundan bu yana, toplum düzeni, ekonomik ilişkiler, teknik ve teknolojik değişimlerle birlikte günün birinde politikanın da ortadan kalkacağı tezinin aksine; İnsanlar arasında düşünce ve çıkar ayrılıkları var olduğu sürece bu ayrılıkların doğurduğu bir çatışmada var olacaktır.
- Politika aynı zamanda bir iktidar mücadelesidir. Fakat politikanın özünü oluşturan çatışma ve mücadelenin asgari bir anlaşma temeli üzerinde cereyan etmesi gerekir. Bu asgari anlaşma zemini ise barış ve düzendir.
- Politika, her türlü değer yargısından uzak, çıplak bir kuvvetle ve çıkar çatışmasından ibaret değildir. Asıl amaç insanların yaşayışlarını yakından ilgilendiren ve etkileyen bir faaliyet alanı olarak düşünülmesi ve bu faaliyet alanında insan yaşamının daha iyi olmasını sağlayacak bir zemindeki iktidar

gereksinimidir. İktidarın meşruluğu, yönetilenler tarafından beslenen inanç ya da inançsızlık, iktidarın şeklini, niteliğini ve tipini belirler (Kapani, 2010: 17-22).

Kapan'ın politika nedir? Sorusuna verdiği açıklamaya göre diyebiliriz ki; İnsanın tarihi boyunca süregelen ilişkiler bütününden doğan farklılıklarından ötürü hep bir çatışma zemini var olmuştur ve her zaman var olacaktır, işte bu çatışma ortamı politika kavramını doğurmaktadır. Politika bu çatışma ortamını barış ve düzen kurmak amacıyla, insanları belirli bir düzen içerisinde daha iyiye götürebilmek için verilen mücadele ve kavga alanıdır. Siyaset, farklı çıkarlara sahip kesimlerin çatışma ve uzlaşma alanıdır. Fakat siyaseti araçsallaştırmayan, siyasal erkinliği kendi içerisinde değerli gören bir yaklaşıma ihtiyaç vardır. Bu da ahlaki ve kamusal bir etkinlik alanı perspektifine dayanır. Yani siyaset, çıkar ve değer tanımlarına sıkıştırılmaz. J.S. Mill'in "akli ve ahlaki gelişim için egzersiz yapmamız gereklidir" ifadesini hatırlayacak olursak siyaset bu egzersizin tam da kendisidir (Taşkın, 2014: 39).

Öztekin'in, siyaset ya da politika sözcüklerini Türk Dil Kurumu'nun açıklamalarına yakın bir biçimde yaptığını görürüz. Öztekin, Siyaset veya politikanın iki türlü yapılabileceğini söyler: İlki, siyasi partiler ve büyük toplumsal örgütler açısından yapılan "siyasi iktidarın ele geçirilmesine yönelik eylemin tümü". İkinci ise; bir örgütün veya baş yöneticinin önemli konularda benimsediği tutum ya da genel yönelim, izlediği yol ve yöntem olarak açıklanabilir. Bu sonuca göre politika veya siyaset: ilki, "Devlet dediğimiz en büyük tüzel kişilikten, küçük bir örgüte kadar tüm örgütler için gereklidir. İkinci anlama göre ise, bir devletin dış politikası, iç politikası, ekonomi, para, barış politikalarıdır. Aynı şekilde bir örgütün ya da bir şirketin değişik konulardaki politikaları ya da izlediği siyasettir" (Öztekin, 2003: 1).

Vergin ise siyasetin sosyal bir olgu olduğunu ve devletler oluşmadığı zamanlarda da siyasetin olduğunu hatırlatarak, devlet eksenli tanımlar yerine devleti veya otoriteyi oluşturan toplumun öncelikli olarak incelenmesi gerektiğini vurgular. Vergin siyaset kavramını açıklarken siyaset sosyolojisinden ayrı tutulmaması gerektiğini "*...Siyaseti bir toplumsal olgu olarak, toplumda var olan diğer olgular ve kurumlar ışığı altında ve onlarla bağlantılarını tespit ederek ortaya çıkaran daha geniş kapsamlı bir yaklaşımı da göz önünde tutmak gerekir*" cümleleriyle açıklar (Vergin, 2007: 12).

Siyaset, farklı çıkarlara sahip kesimlerin çatışma ve uzlaşma alanıdır. Fakat siyaseti araçsallaştırmayan, siyasal erkinliği kendi içerisinde değerli gören bir yaklaşıma ihtiyaç vardır. Bu da ahlaki ve kamusal bir etkinlik alanı perspektifine dayanır. Yani siyaset, çıkar ve değer tanımlarına sıkıştırılamaz. J.S. Mill'in “*akli ve ahlaki gelişim için egzersiz yapmamız gereklidir*” ifadesini hatırlayacak olursak siyaset bu egzersizin tam da kendisidir (Taşkın, 2014: 39).

Siyaset üzerine yapılan analizlere göz gezdirildiğinde ağırlıklı olarak iki görüşün olduğu görülecektir. Birinci görüşe göre siyaset, toplumsal sınıflar arasında yapılan bir mücadeledir ve burada amaç iktidarı ele geçirmektir. İkinci görüşe göre ise özel çıkar elde etme hesabı güdülmeyen toplumun birlik, beraberlik, huzur ve güvenini teminat altında tutmak ve halkın umumi menfaatleri için çalışmaktır (Can, 2013: 13).

1.2 ÖNEMLİ İSİMLERİN ÜZERİNDEN SİYASET ANLAYIŞI

Günümüzde siyaset kavramının ve kapsamının oluşumunda, tarih boyunca bu alanda bir çık isim katkı sağlamıştır. Her isim, siyaset olgusunu kendi döneminin koşul ve gerekliliklerine göre değerlendirmiştir. Siyaset kavramına sunulan bu katkıların, antik Yunandan, yukarıda isimlerine yer verilmiş olan günümüz yazarlarına kadar geldiği görülür. Hem “siyaset”, hem de “siyasal iletişim” kavramları açısından değerli görülmesi sebebiyle, bu isimlere aşağıda kısaca değinilecektir.

1.2.1 Sofistler ve Sokrates

Siyaset kavramının ilk tanımlamalarının sunulduğu yukarıdaki satırlarda görülmektedir ki, siyaset tanımlarında temel iki nokta bulunmaktadır. Bunların ilkinde siyaset, gücü veya iktidarı ele geçirmek için bir araç olarak nitelendirilirken; eşit, adaletli bir sistem olamayacağını; gücü elinde bulundurana göre sistemin işleyeceği ve buna göre de toplumların homojen bir yapıda eşit bir şekilde düzenlenemeyeceği görüşü hâkimdir. Diğer yaklaşım ise siyaseti bir araç değil, insanlığa hizmet edecek düzeni sağlayan ve insanın yaşamını düzenleyen, mutluluğunu amaçlayan bir yol; bir yaşam biçimi olarak tanımlar.

Hem klasik hem de modern dönemde siyasete dair ana yaklaşımlar şu soruya verilecek yanıtı göre belirlenebilir: Siyaset bir yaşam biçimi midir, yoksa bir araç mıdır?

Bu soruya yönelik yapılan ilk tartışmalar, Antik Yunan’ da Sokrates ve sofistler arasında gerçekleşmiştir. “Sokrates tartışmasını “bilgi erdemdir” denklemine dayandırırken, sofistler “bilgi güçtür” denklemini benimsemiştir. Çünkü bu iki farklı bilgi anlayışı siyasal ve toplumsal yaşamla ilgili birbirinden bütünüyle farklı hatta karşıt iki felsefeye karşılık gelmiştir. Bu iki anlayış ardındaki çağlarda da kendini derinden hissettirmiştir” (Bağce, 2009: 12).

Bağce’ye göre yukarıdaki metni açarsak; sofistlerin en ünlülerinden olan Protagoras, “homo mensura” yani “insan her şeyin ölçütüdür” diyerek insan merkezli anlayışı kabul eder. İnsanı yaşamın merkezine yerleştirmeleri bakımından Sokrates’le aynı yerde olsalar da, aslında sofistler birçok bakımdan karşıt konumda bulunurlar. Buradaki fark sofistlerin homojen bir grup veya topluluk oluşturamayacağı yönündedir. Bazı sofistler, adaletin gücünün işine geldiğini, herkes için eşit bir adalet sistemi olamayacağını savunurken, bazıları da Nietzsche’nin ‘üstün insan’ tezindeki gibi, adalet veya devlet fikrinin esasında güçlülere karşı zayıflar tarafından üretilip, amacının ise bu kurumların güçlülere dizginlemesi ve zayıfları koruması olduğu görüşündedirler. Sofistler her ne kadar ‘insan’ın mutluluğunu ele alsalar da, burada ki ‘insan’ belirli bir ‘kişi’ye dönüşür ve bu kişinin mutluluğu güç veya başarı ile özdeşleştirilir. Onlara göre ‘bilgi, güç sağladığı sürece bir anlam ifade eder’ aksi durumda anlamsız görülür. Bilgi ise kişiden bağımsız, maddi bir öge olarak kavrandığı için, rekabet ve çatışma siyaset ve toplumsal yapının merkezine yerleştirilir. Buradan çıkarılan sonuca göre, sofistler için diyebiliriz ki: “Siyaset, güç’ü elde etmek için bir araçtır”.

Sokrates’in bilgi ve toplum anlayışına bakarsak, tamamen sofist anlayışın karşısında durmaktadır. Sokrates’in tüm uğraşı, parça ile bütünü, tekil veya tikel ile tümelin uyumlu olması yönündedir. Dolayısıyla, Sokrates’in temel derdi, belirli bir kişinin mutluluğunu dışlamadan, bütün insanların mutluluğunun nasıl sağlanabileceği yönündedir. Sokrates’e göre “bilgi, erdemdir” ve bilgi, insandan bağımsız, onun dışındaki maddi bir şey veya nesne değildir. Tam tersine bilgi bilinçtir ve insanın kendi gerçekliğinden başlayarak tüm varlığın farkına varabilmesidir. Sokrates’in bu yaklaşımına göre amaç; insanın kendini keşfetmesi ve kendi potansiyelini açığa

çıkartmasıdır. Sokrates'in düşünce yapısına göre, insan kendini tanıyan, bütünü bir parçası olduğunu bilen ve varlığın ve yaşamın anlamını keşfeden insan, kendisiyle bütün arasında özdeşlik kurabilen varlık olmalıdır. Varlığın ve kedisinin ve yaşamın anlamını keşfeden insan, diğerleriyle birlikte huzur içinde bir yaşam yaşayacaktır. Sokrates ve Sokrates'in bilgi ve erdem tanımlamalarından yola çıkarak diyebiliriz ki: Siyaset, bir yaşam biçimidir.

1.2.2 Platon

Platon, siyaset felsefesinde iyi ve erdemli bir devletin nasıl olacağı, kimlerin yöneteceği gibi konulardaki düşüncelerini ve çözümlerini açıklamaya çalışmıştır. Platon, "ideal devlet nasıl olmalıdır?" sorusuyla olması gereken devleti şöyle açıklamıştır:

Devletin adil olması için, devlette hakka ve hukuka uygun olarak bir örgütün bulunması ve bunun örgütlenmiş idareciler ile savaşçı gruplara bırakılması gerekmektedir. Devlet temelde üç sınıftan oluşmaktadır: İdareciler, savaşçılar ve üretimi gerçekleştirecek çiftçiler ile halktır. Eğer bu sistemde her sınıf üstüne düşen görevi yerine getirirse "ahenkli" bir şehir ortaya çıkacaktır. Bunun sağlanabilmesi ise bu işlevlerin hukuki bir yol ile uygun bir şekilde düzenlemesine ve örgütlenmesine bağlıdır (Dursun, 2014: 38). Platon tasarlamış olduğu "İdeal Devlet" in kuruluşunda site yurttaşlarının kendi önerdiği filozof, koruyucu ve işçi hiyerarşisine uymalarını istemiş, böylece devlete bağlı ilk yurttaş kimliğinin oluşumuna katkı sağlamıştır (Ekinci, 2015: 167). Literatürde, Platon'un siyaset kavramına farklı yaklaşımlarda bulunan isimler de yer almaktadır.

Taşkın (2014), Platon'un siyaset kavramına yaklaşımını şöyle değerlendirmekte:

"Platon'un Devlet kitabında ortaya çıkan siyaset anlayışı, devleti yönetme sanatı, becerisi ve bilgisi olarak siyasettir ve sınırlı bir grubun ayrıcalıklı işlevidir. Yönetim sanatı, filozof kral veya filozof yöneticiler tarafından üstlenilir. Tam da bu noktada Platon'un "siyaset" anlayışının Osmanlı'da "siyaset" kavramına yüklenen anlamla benzerliği şaşırtıcıdır"

Platon'un siyaset alanındaki görüşlerinin farklı yorumlanması konusunda Bağce (2009: 18), Platon'un sistemine yönelik sınırlı ölçüde geçerli olabilecek eleştiriler olduğunu ve metaller mitosundaki yalan ifadesiyle birlikte, Platon'un eşitlik ve özgürlük teması üzerine yoğunlaştığını, ancak pratik nedenlerle eşitlikten taviz verdiğini söyler. Platon'un asıl kaygısının yöneticilerin kamusal yarar ve liyakat esasına göre göreve gelmesidir der ve bunu Platon'un satırlarıyla ortaya koyar:

... *“Bu devletlerin başındakiler, gölgeler üstüne birbirleriyle cenkleşmede, sanki başa geçmek büyük bir nimetmiş gibi, kim başa geçecek diye birbirlerini yemekteler. Doğru olansa şudur: Bir devlette başa geçenler, başa geçmeyi en az isteyenler oldu mu, dirliğin de, düzenin de en iyisi olarak var demektir. Baştakilerin böyle olmadığı yerdeyse, tam tersine, ne dirlik vardır ne düzen”.*

1.2.3 Aristoteles

Aristoteles ünlü 'Politika' eserinde yaşadığı dönemdeki şehir devletlerini, anayasalarını, örgütlenmelerini ve siyasal rejimlerini incelemiştir. Eserinde aile, köy ve şehir (polis/devlet) birliklerini doğal topluluklar olarak görmekte ve polis/devlet'in aile ve bireylere göre önceliği bulunduğunu, çünkü bütünü parçalardan önce geldiğini söylemektedir. İnsanı "zoon politikon" yani politik bir hayvan olarak tanımlayan Aristoteles'e göre polis/devlet'in temel amacı "iyi yaşama"dır. Toplulukların en üstünü ve hepsini kapsayanı "her devlet iyi bir amaçla kurulmuş bir topluluktur". "En yüksek iyiyi" polis/devlet amaç edinmekte ve bu topluluk türünü de politik olarak adlandırmaktadır (Dursun, 2014: 31). Sokrates'in görüşlerini önemli derecede benimseyen Aristoteles'e göre insan, 'zoon politikon' yani diğer bir deyişle; siyasal bir canlı veya varlıktır; dolayısıyla siyaset insanın yetkinleşmesine yönelik bir etkinliktir. Siyasal boyutu olmaksızın insan, Aristoteles'e göre, bitki veya diğer hayvanlardan farksız bir varlık haline dönüşmektedir (Bağce, 2009: 20). Görülmektedir ki, Sokrates'e büyük oranda katılan Aristoteles'in siyaset kavramına yaklaşımı: "Siyaset, bir yaşam biçimidir" yaklaşımıdır.

1.2.4 İbni Haldun

Günümüzden altı yüzyıl önce yaşamış olan bir diğer önemli bilim adamı İbni Haldun'un, siyasal sistemler üzerinde, ekonomik etmenlerin toplumsal olaylar ve olguların etkisini vurgulaması önemlidir. Marx' tan daha önce toplumları "üretim biçimleri" ne göre ayıran İbni Haldun'dur. Kışlalı' ya (2000: 24) göre, Marx'a, Machiavelli'ye, Darwin'e, Jean-Jacques Rousseau'ya, Machiavelli'ye, Vico'ya, Malthus'a kadar uzanan birçok düşünce çizgisinin başlangıç noktasında İbni Haldun'u görürüz. Haldun'a göre bilim iktidar ilişkisinde esas olarak üç taraf vardır. Bunlar yöneticiler, yönetilenler ve bilim adamları. Bilimsel çevredekiler ve toplumdaki çatışmadan dolayı egemenlerle iç içe olanlar, kendi çıkarlarına hizmet edecek biçimde davranırlar. Böylece gerçekliği aramaktan çok, çıkarlarına uygun olan bilgileri, çoğu zaman gerçekliğe aykırı olarak yaymaya çalışırlar. İbni Haldun'a göre siyaset; çatışan çıkarların veya iktidar mücadelesi olan bir alanın karşılığıdır. Ve Böyle bir durumda İbni Haldun'a göre siyaset: Gücü elde etmek için bir araçtır.

1.2.5 Cicero

Aristoteles'ten sonra Roma İmparatorluğu döneminde yaşamış Cicero, 'De Re Publica' adlı eserinde Yunan filozofları Platon, Aristoteles ve Yunan tarihçisi olan Polybius'un etkisinde kalsa da kendi devlet anlayışını ortaya koyduğunu görmekteyiz. Cicero'ya göre devlet, bir halk unsurudur; kitabına verdiği isim de buradan gelmektedir. 'De Re Publica' kelimesi için sözlüğe baktığımızda; Latince kökenli olup İngilizce çevirisinin de 'matter of public' yani 'Halkın Meselesi' olduğunu görmekteyiz (latince.cevirsozluk.com). Eserde 're publica' terimi, bir devletin kurumsal görünümü ve yetkinin içsel olarak yerleşmiş olduğu yöntem anlamında bolca kullanılır. Ancak 'De Re Public' sadece bu değildir: Aynı zamanda yasalar yanında vatandaşların ahlak eğitimi, iyi işleyen bir toplumda kültür ve ilimlerin yeri, devlette görev alan bireylerin en iyi şekilde hizmet verebilmesi için karakterlerini ortaya koyar. Yeryüzünde iyi işleyen devletlerin yerleriyle ilgili bilgiler verir (Çevik, C. C; Cicero'nun Devlet'i; 26-27).

1.2.6 N. Machiavelli

N. Machiavelli ise ortaçağın din etkisi altında kaldığı dönemde, ‘Prens’ adlı eseriyle, yaşadığı dönemdeki olay ve olgulardan hareketle devlet yönetimi ve siyaset konusunda fikirlerini sunmuştur. Fikirlerinin sunarken kendinden öncekiler gibi siyaset konusunda idealist ve ahlakçı bir çizgi takip etmeyip, siyaseti genel kişi ahlakından ayırmıştır. Kitapta prenslerin yani hükümdarların iktidarı ele geçirmeleri, elde tutmaları ve diğer hükümdarlarla olan ilişkileri tarihte yaşanan olaylara dayandırılarak verilir. Örneğin dönemin iktidarı, Anibal’ı ve yönetimini anlatarak verir: *“Ve insanlar, kendini sevdirmek isteyen çok korkutmak isteyen kırıktan çekinirler, çünkü sevgi bağı şükranla övülmüştür. Yani insanların koparmakta duraksamadıkları bir iplikle bağlıdır, zira kişisel çıkarları söz konusu olduğundan insanlar hainleşirler; ama korku bağı insanları hiç terk etmeyen ceza yemek korkusuyla dokunmuştur”* tespitini Adail’in insanlık dışı zalimliğiyle ordusunda nasıl düzen sağladığını anlatır. Buradan da anlaşılacağı üzere, Machiavelli siyaset kavramını, insanın eylem ve davranışları üzerinden ‘iyi’, ‘kötü’ gibi ahlak kavramlarından öte bir şey olduğunu vurgular. Ona göre, amacın gerçekleştirilmesi için her türlü eylemin meşru olduğu gibi siyasetin dini ve ahlaki ilkelerden uzakta bir kavram olarak değerlendirilmesi gerekir. Buradaki amaç ise; amaca ulaşmakta hiçbir kural ve ilkenin tanınmaması gerektiğinden ziyade, siyasetin doğası gereği kişilerden ve dini ahlaktan ayrı mantığı, işleyişi ve kuralları bulunduğunu vurgulamasıdır. Machiavelli, siyasetin diğer toplumsal faaliyetlerden ayrı bir işleyişi olduğundan siyasi amaca varmak için hiçbir kural, ilke ve değer tanınmaması gerektiğini ifade eden görüşleriyle, kendinden sonra gelecek akımlarda “Makyavelizm” şeklinde anılmasına sebep olmuştur(Dursun, 2014: 42). Sonuç olarak Machiavelli’nin siyaset kavramına yaklaşımını; iktidarı elde etme ve azamileştirme etkinliği olarak ele aldığını söyleyebiliriz (Taşkın, 2014: 29).

1.2.7 Montesquieu

Fransız düşünür Montesquieu, çağdaş siyaset biliminin öncülerinden kabul edilir. ‘L’Esprit des Lois’ yani ‘Kanunların Ruhu’ eseriyle, günümüzde demokrasinin vazgeçilmez unsurlarından olan ‘güçler ayrılığı’ ilkesini siyasal hayata sokan kişidir. Yapıtında, bir toplumda geçerli kuralların, o toplumun içinde bulunduğu coğrafi ve

toplumsal koşullarla olan bağlantısını ortaya koymuştur. Ve bunu yaparken de olması gerekeni değil olanı vurgular (Kışlalı,2000: 24). Hükümet biçimleriyle ilgili analizlerinde Aristoteles’ ten çokça etkilendiği görülmekle birlikte Montesquieu; cumhuriyet, monarşi ve despot yönetim şekilleri üzerinde durmuştur. Ona göre cumhuriyet için küçük, monarşi için orta büyüklükte ve despotizm içinse imparatorluklar gereklidir; bunlar arasında en iyi rejim ise ona göre cumhuriyettir. (Dursun, 2014: 43). Montesquieu’nin hükümet biçimleri üzerinden ortaya koyduğu analizlere bakılarak; ülke yüzölçümleri üzerinden yönetim şekli belirlenmesi ve bunu zorunlu kılmasından yola çıkacak olursak, Montesquieu’nin determinist bir bakış açısına sahip olduğu söylenebilir.

1.2.8 Karl Marx

19. yüzyılın en önemli isimlerinden olan K. Marx, siyaset kavramını sadece olgular üzerinden tanımlayan 19. yüzyılın bilimselliğini vurgulayan A. Comte gibi toplumu ve siyasal yaşamı tanımlayan açıklamalarında; yalnızca gözlemlenebilir olan üzerinden analiz yaparak tamamen metafizik düşünceden arınmıştır. Ona göre siyaset, yöneten-yönetilen ilişkisinde baskı, kabul ve iknayı sağlamada kısacası hâkim veya tabi olmayı belirlemede güce dayanan en önemli araçtır (Sarıbay, 1996: 9). Karl Marx, toplumsal değişimin temeline “alt-yapı” koyarak siyaset dâhil tüm toplumsal kurumların oluşmasında önceliği somut etmenlere dayandırarak, toplumsal bilimlerde “öznel”liğin yerine “nesnel”liği geçirmiştir (Kışlalı,2000: 26). Marx, Makyavelist anlayışın sunduğu; siyaset, toplumsal ilişkilerde belirleyici bir güçtür tezinin tam tersini savunur. Ona göre siyaset özerk bir kurum değildir. Siyaset, Marx’a göre siyasi ve yöneticilerin arasındaki mücadele ile açıklanamaz. Çünkü bu mücadele, aslında zaten toplumsal sınıflar arasındaki mücadelenin yansımasıdır ve temelde her şey toplumun üretim tarzına bağlı olarak gelişir (Dursun, 2014: 47). Marx, siyaseti sosyal sınıflar arasındaki mücadeleden hareketle biçimlendirdiği bir ekonomik çıkar çatışması olarak vurgulamıştır.

1.2.9 Max Weber

Yukarıda görüldüğü gibi Marx'ın siyaset kavramına bakışı farklı yazarlar üzerinden değerlendirilirken, Karl Marx'ın toplumsal sınıfların siyasal çatışmadaki ve dolayısıyla siyasal rejimlerin oluşumundaki rolleri ve bu rollerin önemi ortaya konulmuştur. Max Weber ise, madalyonun diğer yüzünü aydınlatır. Weber'in Marx'taki sınıf çatışması yerine bürokrasiyi koymaya çalıştığını görürüz. Weber'e göre çağdaş toplumların bürokratikleşmeleri kaçınılmazdır ve bürokrasi, siyasal iktidarın aldığı kararları etkisiz hale getirebilme gücüne hâkimdir. Aynı zamanda düşüncelerini açıklarken sadece maddi çıkarların yansıması olarak değerlendirmez. Düşüncelerle çıkarlar, içsel durumlarla dışsal istemler arasındaki bağlantıların önemine dikkat çeker. (Kışalalı, 2000: 27). Weber'e göre, devlet toplum üzerinde hâkimiyet kuran siyasal bir örgütlenmedir. Bu hâkimiyeti belirli sınırlara sahip bir toprak bütünlüğü üzerinde kuran devletin egemenliği kalıcı ve sürekli. Çünkü yaptırım gücüne sahiptir. Devlet, iradesini kabul ettirmek için fiziki zora başvurma tekeline sahip olan bir örgütlenme biçimidir ve onun bu fiziki zor kullanma yetkisi meşru bir yetkidir. Weber'e göre hiç kuşku yok ki, bu özelliklere en mükemmel biçimde sahip olan devlet 17. yüzyılda Westphalia Antlaşması'ndan sonra Avrupa'da şekillenmeye başlayan “modern” devlet ve bu modern devletin Fransız devletinden sonra teknik açıdan örgütlenmesi bakımından son şeklini alan ulus-devlettir (Vergin, 2007: 24). Weber'e göre siyaset kişinin diğer kişiler üzerindeki egemenliğidir. Söz konusu egemenlik olgusu farklı olabilmekte ve kendilerini meşrulaştırırken farklı argümanlara dayandırabilmektedir. Dolayısıyla siyasetin temelinde egemenlik ve itaat ilişkisi bulunmaktadır. (Dursun, 2014: 49). Weber'in asıl üzerinde durduğu konu ise niçin bu insanların itaat ettiği. Bunu da siyasi otoritenin üç özelliğiyle açıklar: İlki; yöneticinin istisnai, olağandışı, adeta olağanüstü yeteneklerle donatıldığı inancı ve onun kutsal kişiliğe sahip bir kahraman gibi olduğu inancını taşıyan “karizmatik otorite” kavramıdır. Burada yöneticinin ilahi ya da doğaüstü bir güce sahip olduğu inancıyla, yönetilenlerin karşı koymayı akıllarından bile geçiremediği muazzam bir itaatten bahseder. İkincisi ise, “geleneksel otorite”dir; atalardan kalma, asırlık geleneklerin kutsandığı ve her daim geçerliliği bulunan geleneksel kaynaklara dayanan otorite şeklidir. Bu otorite şeklinde herhangi bir yeniliğe gerek duyulduğunda, ilk olarak bunun daha önceden hayata

geçirilmiş geleneklere uygun bir uygulama olup olamayacağına bakılır. Üçüncüsü ise; bir kişinin veya belirli bir amirin otoritesini, bu otoritenin yasalara uygun bir biçimde elde edilip edilmediği yine yasalara uygun bir biçimde kullanılmasının belirlediği yasal-ulusal otorite şeklindedir. Yasal-ulusal otoritenin diğerlerinden en ayırt edici özelliği; meşruluğunun biçimsel ve resmi temele dayanması gerekliliğidir (Vergin: 2007: 54-67).

1.2.10 Jean-Jacques Rousseau

Fransız Devrimi'nin ve modern devlet anlayışının demokrasi temelleri üzerine oturmasında en etkili isim olarak bilinmektedir ve aynı zamanda toplumsal sözleşme teorisyenlerindedir. Bu sözleşmeden kısaca bahsedecek olursak; insanlar bireysel halde yaşarken, toplum halinde yaşamaya geçmişlerdir. Bu geçiş sırasında toplu halde yaşamının kurallarını ana hatlarıyla belirlemeleri gerekmektedir. Bunun için yazılı ya da sözlü bir anlaşma yapılır. Bu sözleşme bireysel olarak yaşarken sahip oldukları bazı özgürlükleri, toplu halde yaşama uğruna feda etmelerini gerektiren bir sözleşmedir. İşte bu toplumsal sözleşmeyle oluşan toplu halde yaşamaya geçiş, devletin temelini oluşturmuştur. Thomas Hobbes, John Locke ve Jean Jack Rousseau bu temelin atılmasına katkı sunan isimlerdendir. (Öztekin, 2003: 34). Tabii halden düzenli toplum hayatına geçişi sağlayan bu sözleşmeyle insanlar iradelerini birleştirmişler ve kendilerini bütün hakları ve yetkileri ile birlikte topluluğa devretmişlerdir. Böylelikle, kişilerin iradelerinin birleşmesi ve kaynaşması sonucunda “genel irade” ortaya çıkmıştır. Genel irade, kişisel iradelerin sadece toplamından ibaret olmayıp; onlardan ayrı ve onların üstünde, kendine özgü varlığı olan kolektif bir iradeye aittir. Rousseau, “genel irade” ve birleşmeden doğan “ortak benlik” kavramları üzerinde sıklıkla durur. Burada ki en önemli sorun, genel iradenin nasıl belirleneceği ile ilgilidir. Rousseau ise bu soruyu şöyle cevaplar: Genel irade pratik olarak bir oylama sonucunda ortaya çıkar ve her zaman oy birliği sağlamak mümkün olmadığına göre, bunu çoğunluğun iradesi belirler. Ancak, çoğunluk tarafından ifade edilen genel irade aslında azınlığın da iradesini kapsamaktadır ve azınlıkta buna katılmış olur. Çünkü genel irade toplumun ortak iyiliğine yönelen, hiçbir zaman yanılmayan ve her zaman doğru yolu bulan üstün bir iradedir. Kapani'nin, Rousseau'nun toplum sözleşmesini yorumladığı bu satırları şöyle devam eder: “*Rousseau'nun bu fikirleri –hayli bulanık ve mantık yönünden çok su*

götürür olmakla beraber- mutlak hükümdarların egemenliğine son vermek isteyen Fransız ihtilalcılarına çok parlak ve çekici gelmiştir” (Kapani, 2010: 78).

Bağce'nin, toplum sözleşmesi ve genel irade kuramlarına yönelik görüşleri ele alındığında, literatürde Rousseau'nun yorumları arasında, onun otoriter ve totaliter yönetimlere meşrulaştırıcı bir dayanak sağladığı görüşünün yaygın olarak zikredildiğini görürüz. Bağce, aynı zamanda Rousseau'nun “Toplum Sözleşmesi” kitabının başında yazdığı yazıya dikkat çeker: “Bu kitap, daha geniş bir yapıttan epey önce, gücümü tartmaksızın yazmaya kalkıştığım ama o gün bugündür bir yana bıraktığım bir yapıttan alınmıştır. Daha önce yazdıklarımın çıkarılabilecek türlü parçalar arasında bana en elverişli görüneni buydu. Yapıtın geri kalan bölümü çoktandır yok oldu”. Bu yazıdan hareketle toplum sözleşmesinin henüz taslak bir kitap olduğunu ve tamamlanamadığını belirterek, onun demokrasi ve genel irade kavramlarındaki tanımlarının sadece bir yazı üzerinden değil, onun diğer kitaplarında ve bu konu hakkındaki düşüncelerinin toplamına bakılması gerektiğinden bahseder. Öte yandan Bağce, Rousseau'nun Toplum Sözleşmesinin ilk dört bölümünde insanlar arasındaki eşitsizliğin kaynağında yürüttüğü tartışmaların önemli olduğunun altını çizer. Ve “hep bir ilk sözleşmeye dönme zorunluluğu” başlıklı beşinci bölümde ise genel iradenin temel koşulunu Rousseau'nun kendi ifadeleriyle şu şekilde aktarır: “Gerçekte, daha önceden yapılmış bir sözleşme olsaydı –seçim oybirliğiyle yapılmadıkça- azınlık için çoğunluğun seçtiğine katlanmak zorunluluğu nerede kalırdı? Başlarına bir efendiyi getirmek isteyen yüz kişinin böyle birisini istemeyen on kişi adına oy vermeye ne hakkı olurdu? Oylarda çoğunluğa hak tanıyan yasa, sözleşme ile meydana gelmiştir ve hiç değilse bir defa için oybirliğini gerekli kılar.” Bunun gibi örneklerle dolu çalışmasında Bağce, Rousseau'nun eksik ve yanlış yorumlandığını kanıtlar. Böylece Rousseau'nun demokratik oluşumların temellerini oluşturan diğer yorumlarıyla birlikte değerlendirilmesi gerektiğinin altını çizer. (<http://www.emrebagce.com/yayinlar/Rousseauda-toplum-sozlesmesi-siyasal-mesruiyet-ve-katilimci-demokrasi.pdf>). O, özgürlükçü ve demokratik kaygılarla hareket etmiş, kimi yanlış çıkarımlarda bulunmuştur. Ama asıl mirasına saygı duyulduğu sürece bu yanlış çıkarımlar aşılabılır. Rousseau'nun toplumun genel bir iradeye sahip olmasının mümkün olduğu konusundaki ısrarıyla, Jakobenlerin otoriter seçkinci çizgisiyle bulunduğu iddia edilebilir. Fakat bu türden eleştirilerde unutulmuş nokta Rousseau'nun genel iradenin mümkün olabilmesi için elzem gördüğü şartlardır:

Hükümetler, özgürlüğü yasal güvenceye kavuşturmalıdır. İkincisi, hükümet toplumsal eşitsizlikleri çözerek yurttaşlara maddi refah sağlamalıdır. Son olarak; yurttaşların eğitilmeleri için kamusal bir eğitim sistemi örgütlenmelidir. Ancak bu güç ve bilgilerle donatılmış yurttaşlar topluluğu genel iradesini ortaya koyabilir (Taşkın, 2014: 35). Öyleyse, Rousseau’ya göre siyaset, özgürlük ve eşitlik adına; etkin olarak katılmamızı gerektiren bir süreçtir.

1.3 İLETİŞİM KAVRAMI

İletişim, Latincedeki *communis* kelimesinden türetilmiş olup, *communication* kavramının karşılığı olarak kullanılmaktadır. Bunu açacak olursak: “ Birey ile birey (ya da bireyler) arasında yapılan anlam yüklü bir simgeler gönderimi, alımı, işlenişi, yeniden gönderimi, yeniden alımı ve yeniden işlemi vb. süreci olarak ifade edilen iletişim terimi, *communication* sözcüğünün temelindeki toplumsallaşma anlamını ifade edememektedir”. Oskay’a göre, dilimizde kullanılan iletişim sözcüğü aslında latince kökenli olan İngilizce kelime olarak *communication*’dan almaktadır ve asıl anlamını yitirmiş bir şekilde kullanılmaktadır. Latincedeki anlamı, *communa, de communis, communicare* gibi kelimelerden anlaşılacağı üzere, bir ortaklığı, toplumsallaşmış olmayı, birlikteliği ifade etmektedir. Dolayısıyla iletişim hem bireyler arasında bir süreç olarak hem de bunlar aracılığıyla toplumsal düzeyde bir süreç ifade edebilmektedir (Oskay, 2014: 393).

İngilizce konuşulan dünyada, *communication* sözcüğünün anlam çerçevesinin on yedinci yüzyılın sonunda değiştiğini görürüz. Williams, yüzyıllar içerisinde taşımacılığın (yollar, kanallar, tren yolları) gelişimiyle birlikte sözcüğün kapsamının da değiştiğinden söz eder. Williams, “ulaştırma”nın (transportation) gerçekleştiği fiziksel olanakları ifade eden *communication(s)* sözcüğünün yerleşik bir kullanım kazandığına dikkat çeker. Telgrafın icadına kadar “iletişim” ve “ulaşım/taşıma” kavramları hep bir arada düşünülmüştür. Çünkü uzun mesafe iletişim ancak mesajların fiziksel anlamda taşınmasıyla olanaklıdır. Bu bakımdan elektrikli telgraf, iletişimi “ulaştırma”dan bağımsızlaştırarak zaman ve mekânın sınırlarını genişletme konusunda radikal bir değişim yaratmıştır. Yirminci yüzyıla geldiğimizde ise *communications* sözcüğü yeni

iletişim teknolojilerinin de katkısıyla, asıl olarak “yeni iletişim araçları” (media) anlamında kullanılmaya başlanmıştır (Taş, 2017: 15).

Mc Luhan, iletişim araçlarındaki değişim ve dönüşümü insan üzerindeki etkisi açısından “*insan elektrikli bir ortamda yaşadığı zaman doğası dönüşür ve özel kimliği ortak bütünle karışır, birleşir. Artık o kitle insanıdır*” diyerek açıklamaktadır. İletişimin artık kitlesel bir anlamla ifade edildiği günümüz kitle iletişimi sürecinde, iletişimci (kaynak), çoğu zaman sadece görünen kişi değil, onun temsil ettiği kurum veya görüşlerdir. Örneğin bir programda sunucu, görünen kişi olmakla birlikte, kanal yönetimi, teknik personel ve programa diğer katılanlar iletişim sürecini etkilemektedir. Bu nedenle iletişim araçlarının yönetim biçimi ve sahipliği, küreselleşen günümüz dünyasında, özgür iletişim anlayışına etkisi açısından her zamankinden fazla tartışılmaktadır (Peltekoğlu, 2014: 207, 208).

Yüz yüze iletişimden farklı olarak kitle iletişiminde hazırlanan mesaj, sınırları belli bir gruba değil daha geniş bir kitleye sunulur. Mesajı veren kişi/spiker, genellikle başkaları tarafından hazırlanmış olan ya da içeriği önceden saptanmış bir metni sunar. Önceleri temel iletişim biçimi büyük oranda yüz yüze yapılırken, artık özellikle büyük kent yaşamında yerini alet yardımlı iletişim ve kitle iletişimi biçimlerine bırakmıştır. Bu bir biçimde iletişim şekillerinin değiştiğini göstermektedir (Özerkan, 2001: 75,76).

Günümüzde iyi ve etkili bir iletişim kurmak hemen hemen hayatın her alanında çok önemli hale gelmiştir. Bunun nedenleri çok fazladır ama en önemli neden olarak, sanayileşme sonucu meydana gelen teknolojik ve bilimsel gelişmeler ve artan insan nüfusu ile karmaşıklaşan insan hayatıdır (Kılıçaslan, 2008: 7,8).

Schramm ve Roberts(1971)iletişim kavramını, belli bir egemenliği gerçekleştirmeyi amaçlayan örgütlü yapıların işlevselliği olarak tanımlamaktadır. Schramm ve Roberts’a göre iletişim; enformasyon verme, eğitime ve eğlendirme sürecidir. Enformasyon verme süreci dört adımdan oluşur: enformasyona ilgiyi çekme, kabul ettirme, yorum yaptırma ve ileride kullanmak için depolama. Eğitimsel iletişim de enformasyon vermede olduğu gibi; dikkat, ilgi, kabul, yeterli yorumlama ve öğrenme gerektirir. Her ikisi de öğrenme üzerinden çalışır; ikna iletişimiyle “*ikna etmek isteyen görüşünü/istemini tutma*” üzerine odaklanır (Erdoğan, 2011: 65).

İletişim araçlarının kullanımıyla, çok geniş kitlelere kısa sürede ulaşılabilmekte ve söz konusu kitlelerin siyaset ile buluşabilme olanakları kolaylıkla

sağlanabilmektedir. Böylelikle toplumsal iletişim, siyasal katılımı arttırarak iktidar tabanının değişme ya da genişlemesine aracı olmakta ve kamuoyunun oluşumuna da büyük ölçüde katkı sunmaktadır (Bektaş, 2002: 41).

Görüldüğü gibi iletişim kavramı ilk ortaya çıktığı dönemlerde, toplumsallaşma, insanlarla bir arada olma anlamlarını içerirken; ulaşımın artması, medya araçlarının yaygınlaşması ve yeni iletişim teknolojilerinin hayatımıza girmesiyle iletişim kavramı farklı bir anlama bürünmüştür. İlk dönemlerde yüz yüze iletişim yapılırken toplumsallaşma, birlik olma amacı güderken şimdiyse iletişim araçsallaşmış ve çeşitli alanlarda uzmanlık alanı haline gelmiştir. Çünkü artık etkili iletişimi kullanabilmek için belirli düzeyde enformasyon bilgisine hâkim olmak ve iletişimin bir güç haline geldiğini görmek gerekmektedir.

İletişim sürecindeki temel kavramlar siyasal sistem içinde de karşılığını bulur. Yönetenleri kaynak, yönetilenleri alıcı olarak kabul edebiliriz. Easton'un siyasal sistem modelinde kullandığı temel kavramlar; girdi, çıktı ve geri beslemedir. Buna göre siyasal sistemin çıktıları, siyasal otoriteler tarafından gerçekleştirilen faaliyetleri açıklar. Siyasal otoritelerin karar vermelerini tesadüfi olmaktan çıkararak, siyasal faaliyetlere sistematik bir görüntü kazandıran en önemli değişken ise geri beslemedir. Geri besleme süreci, sistemin varlığını sürdürebilmesinde son derece yaşamsal bir öneme sahiptir. Bu durumda seçim, iki taraf arasında iletişim; değiş-tokuş kavramlarıyla çözümlenebilir hale gelmekte ve yöneticilerle yönetilenler arasında iletişimi sağlayarak; siyasetçilere siyasalarını ve uygulamalarıyla ilgili seçmenlerin tepkilerini ulaştıran bir geri besleme süreci olarak değerlendirilmektedir (Kılıçaslan, 2008: 82).

Ortak bir genel tanıma varacak olursak diyebiliriz ki, iletişim; bir gönderen, bir kanal, bir gönderi, bir alıcı, gönderen ile alıcı arasındaki ilişki, etki, iletişimin meydana geldiği ortam ve 'gönderilenlerin' değindiği bir dizi şeyleri belirtir. İletişimde her zaman olmasa da bazen 'iletme' veya 'alma' niyeti veya amacı vardır. İletişim şunlardan biri ya da hepsi olabilir: Diğerlerine yönelik bir eylem, diğerleri ile etkileşim ve diğerlerine tepkidir(McQuail ve Windahl, 2010: 18).

1.4 SİYASAL İLETİŞİM KAVRAMI

Siyasal İletişim kavramının sayfalarca yazılacak kadar kapsamlı olmasında, iletişim ve siyaset gibi tek bir tanımı yapılamayan, iki kelimenin bir araya gelmesiyle ortaya çıkan geniş bir bakış açısının yattığını görmekteyiz. Diğer yandan “siyasal iletişim” kavramı tarihsel gelişimi içerisinde ele alındığında, Antik Çağ’da, eski Yunan devletinde “siyasal iletişim” olgu ve süreci farklı; Orta Çağ ve Yeni Çağ ve günümüzdeki “siyasal iletişim” olgu ve süreci farklıdır. O günlerden bu günlere gelinceye kadar farklılaşan toplum yapısıyla birlikte, toplumdaki siyasal iletişime katılan aktörlerin nitelik ve niceliği de sürekli değişim göstermiştir. Bu konuda en belirgin gelişme ise, siyasal söylemde bulunan aktörlerin değişmesi ve toplumsal değişime bağlı olarak yeni aktörlerin gelmesidir. Yeni siyasal aktörlerin, yeni siyasal mesajların hedef kitleye aktarımında kullanılan yöntem ve tekniklerin değişimi; yeni iletişim teknolojileri aracılığıyla yeni yöntem ve tekniklerin kullanılabilir olması önemli hale gelmiş durumdadır. Aziz, siyasal iletişimi “ *Siyasal aktörlerin belli ideolojik amaçlarını, politikalarını belli gruplara, kitlelere, ülkelere ya da bloklara kabul ettirmek ve gerektiğinde eyleme dönüştürmek, uygulamaya koymak üzere çeşitli iletişim tür ve tekniklerini kullanmaları* ” şeklinde tanımlamaktadır (Aziz, 2011: 3).

Siyasi aktörler medya aracılığıyla halkı etkileme yoluna giderken, kendilerinin de bu araçlardan etkilendiği şüphesizdir. Bu perspektif içinde, siyasal iletişim aygıtlarının kullanımındaki uzmanlığın ve daha özeldir ise yönetilenler üzerinde yönetenleri egemen kılmak için toplumsal gözlem tekniği, promosyon ve yayımcılık tekniklerinin birleşimi çevresinde dönmektedir (Dalkıran, 1995: 42).

Denton ve Woodward siyasal iletişimi “*Devlet gelirleri ve hazine gibi kamu kaynaklarının bölüşülmesi, resmi otorite ve resmi yaptırımlar konusundaki kamu tartışmaları*” olarak tanımlamışlardır. Aynı zamanda, iletişimi ‘politik’ yapan en önemli faktörün mesajın kaynağından ziyade içeriği ve amacıdır diyerek siyasal iletişimde asıl amacın, devlet kaynaklarının ve devlet otoritesinin paylaşılması olarak görülürken; bu amaca ise çeşitli medya kanalları aracılığıyla kasıtlı bir şekilde oluşturulan mesajlara ve bu mesajların içeriğine dikkat çekmektedirler. (Delton ve Woodward’ dan aktaran McNair, 1999: 3-4).

McNair’de siyasal iletişimi, Delton ve Woodward’a benzer tanımlamıştır. McNair’e göre siyasal iletişim; yazılı veya elektronik medya ortamlarında büyük lde aracılık edinilerek, medya, medyadaki muhabir veya yorum yapanların rolü gereği değiştirilmektedir. Böylece, ideolojiler gereği mesajlara farklı anlamlar yüklenebilmektedir (1999: 29). Yazara göre siyasal iletişim belirli siyasal amaçlara hizmet etmeyi içerir. McNair bu bağlamda siyasal iletişimi  aşamada analiz eder:

- Politikacılar ve diğer politik aktörlerin belirlemiş oldukları hedeflerde başarılı olabilmek için ortaya koydukları iletişim Şekillerinin tümü.
- Seçmenler ve gazete köşe yazarları gibi politik olmayan kesimler tarafından, politik olan aktörlere karşı yapılan iletişim.
- Politik aktörlerin faaliyetleri hakkında, haber bültenlerinde, başyazılarda ve diğer medya politika tartışmaları gibi medyatik iletişim (1999: 4).

Ekinci ise, siyasal iletişim kavramının günümüzde genelde seçim süreçleri içine hapsedildiğinden söz eder. Seçim süreçleri siyasal iletişim açısından önemli olsa da; yalnızca bu sürece sıkışmış, toplum ve iktidar kavramlarından uzak bir siyasal iletişimin tek yönlü ve bilimsel gerçekten uzak veriler elde etmemize sebep olgunu söyleyerek: *“Toplumsal iletişimin siyasal boyutunu, siyasal iletişim oluşturmaktadır. Nasıl ki her bilim dalının bir konusu bulunuyorsa; siyasal iletişimin de konusunu siyasal iktidar oluşturmaktır. Ve siyasal iletişimin, seçim sürecine hapsedilmekten öte; iktidar eksenini doğrultusunda toplumsal yaşamın her alanını kapsadığından dolaylı uzun ve geniş ölçekli bir sürece vurgu yapar”* der. Ve siyasal iletişimi Şöyle tanımlar:

“ Yöneten ve Yönetilen kesimlerin aktrlerincede, buldukları konumları gereği, var olan iktidarlara, i ve dış odaklarına karşı güçlendirmek ya da etkisini azaltmak veya ele geçirmek üzere yeni siyasal olgular yaratmak, var olanları değiştirmek amacıyla, siyasal alanda ortaya koydukları, sonuçta kimlikleri ve siyasal kültürü ortaya çıkaracak, siyasal yapıyı biçimlendirecek olan, tanıtıma dönük her türlü eylem, strateji, teknik ve uygulamalar bütünüdür” (Ekinci, 2016: 55).

Özsoy’a göre (2009: 22) siyasal iletişim, farklı odaklar tarafından dile getirilen ve medya tarafından aktarılan siyasal söylemlerin üretimi ve değişimine ilişkin akla

gelebilecek her şey olarak da değerlendirir. Bu bağlamda; kamuoyu araştırmaları, kitle iletişim araçları, siyasal pazarlama ve siyasal reklamcılık gibi kanallar akla gelir. Bunların sonucunda da Özsoy, siyasal İletişimin demokrasiyle yakından ilişkili bir kavram olup; üç temel fonksiyonu yerine getirmekle görevli olduğunu söylemektedir. Bu üç temel fonksiyonu ise şöyle sıralar:

- Ortaya çıkan siyasal problemlerin, siyasetçiler ve medya tarafından tanımlanması.
- Bu problemlerin siyasal tartışma ortamına girerek meşruiyet kazanması; kamuoyu araştırmaları gibi.
- Artık tartışma konusu olmaktan ıkmiş, ortak bir görüş birliğine varılmış konuları gündemden dūřürmek ve bu görev içinde yine medya ön plana çıkmaktadır.

Özsoy, siyasal iletişimifarklı odaklar tarafından dile getirilen ve medya tarafından aktarılan siyasal söylemlerin üretimi ve değişimine ilişkin akla gelebilecek her şey olarak da değerlendirir. Bu bağlamda da siyasal iletişim kamuoyu araştırmaları, kitle iletişim araçları, siyasal pazarlama ve siyasal reklamcılık gibi oluşumlarla birlikte değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır (Özsoy, 2009: 22).

Uslu, iletiřim sūrelerinin siyasal amaçlar dođrultusunda kullanımından bahseden bir tanımla “Bir siyasal görüş ya da organın, etkinlikte bulunduđu siyasal sistem içerisinde kamuoyu gūvenini ve desteđini sađlamak; dolayısıyla iktidar olabilmek için konjonktürün gereklerine göre reklam, propaganda ve halkla iliřkiler tekniklerinden yararlanarak sūrekli bir biçimde gerçekleřtirdiđi tek veya çift yönlü iletiřim çabalarıdır” diyerek reklam, propaganda ve halkla iliřkilerin siyasal iletiřim sūrecindeki önemine dikkat çekmektedir (Uslu, 1996: 790).

Polat ise, gūnümüzde siyasal iletiřim tanımlarında artık siyasal amaçlar, pazarlama sūreleri ve iletiřim sūrelerinin birbiriyle i içe geçtiđine vurgu yaparak, iletiřim, siyaset ve pazarlamanın bel kemiđini oluřturan bir kavrama dnūřtüđünü vurgular (Polat, 2015: 5).

Siyasal iletişimi, diğer iletişim tūrlerinden ayıran bir diğer özelliğin ise alıcı farklılığı olduğu görölür. “Her iletişim olgusunda olduğu gibi, siyasal iletişimde de bir

alıcı kitlesi vardır. Bu, aynı zamanda siyasal iletişimde bulunanların mesajlarını ulaştırmak istedikleri hedef kitledir. Kimi kez hedef kitleler gruplar halinde, birden fazla ya da belirgin niteliklerde olabilir” (Aziz, 2003: 6). Siyasal iletişim olgusu üzerinde yukarıdaki benzer açıklamalara bakıldığında, siyasal iletişimi normal iletişimden ayıran bazı paradigmler olduğu görülür. Siyasal iletişimi genel iletişim sürecinden ayıran en önemli özelliği kaynak olarak vurgular. Bu ayrıma sebep olarak da siyasal iletişimde bulunan tarafların farklılığından söz eder. Çünkü bu mesajlar çoğunlukla siyasi bir yapıdan veya siyasi bir topluluk adına hareket eden bir kişi ya da gruptan gelir. Bunların çoğunluğu “kamuoyu” adına oluşturulur, gündeme getirilir ve hedef kitleye iletilir. Siyasal iletişim sürecinde de kamuoyu ve gündem oluşturma işini günümüzde yazılı ve görsel geleneksel medya aracılığıyla birlikte, internet aracılığıyla oluşan tüm sosyal medya türevleri üzerinden yapıldığını söyleyebiliriz.

Sonuç olarak, siyasal iletişimde amaç, çeşitli gerekçe ve dayanaklar eşliğinde var olan iktidarı korumak veya iktidarda yer edinebilmek için bu kaynakları ele geçirmektir. Ve bu amaçla kurulacak iletişimin nasıl yapılacağı, hangi tür yöntem ve teknik kullanılarak yapılacağı, hangi söylemler üzerinden hedef kitleye aktarılacağına dair kasıtlı ve planlı bir şekilde gerçekleşen iletişim ve kamuoyu oluşmasını sağlamak olarak görülmektedir.

1.4.1 Siyasal İletişim Aktörleri

Siyasal iletişimin gerçekleşmesinde etkili olan aktörleri belli başlıklar altında toplayabiliriz. Bu konuya en geniş kapsamlı bakacak olursak; siyasal iletişim sürecindeki aktörleri, buldukları konum ve işlevlerine göre, yöneten ve yönetilenler cephesi aktörleri, daha sonra yöneten ve yönetilenlere yön veren aktörler ile uluslararası siyasal güç aktörleri olarak ele alındığını görmekteyiz. Ekinci’ ye göre bu ayırım şu şekilde yapılmıştır (Ekinci, 2016: 80-151):

Yönetenler Cephesi Aktörleri

1. Temel Siyasi Kurumlar: Devletin temel yapısını ve örgütlenme biçimini belirleyen demokratik bir devletteki baş aktör anayasadır. Bunun ardından gelen aktörleri Türkiye üzerinden verecek olursak: T.B.M.M, Cumhurbaşkanı, Bakanlar

Kurulu, Siyasi Partiler, Anayasa Mahkemesi, Yargıtay, Danıştay, Sayıştay ve Milli Güvenlik Kurulu'dur.

2. *Devlet Başkanlığı*: Devletin siyasi yönetim tarzına bağlı olarak; sultan, kral, prens, imparator gibi isimler alabildiği gibi demokratik bir ülke içinde bu baş aktör devlet başkanıdır.

3. *Hükümet*: Demokratik veya Anti-Demokratik yöntemle iktidarın başına gelen ve iktidar kadroları uzantısını içine alacak bir biçimde siyasi iletişimin önemli aktörlerindendir. Kendi iktidarının yanında veya karşısında olan bir takım siyasi güçler arasında aracılık üstlenirler. Bir bakıma tüm egemen güçlerin siyasi alandaki görünür aktörüdür.

4. *Yerel Yönetimler*: Halkın belli yörelerde, belli siyasi alanlarda yönetilmesi için seçimle ya da doğrudan atamayla gelen yerel yöneticilerdir. Merkezde hangi yöntem belirlenmiş olursa olsun, yerel yönetimlerin oluşmasında siyasi partiler önemli rol oynamaktadır.

5. *Ordu*: Siyasi toplum örgütlerinin gelişmediği, demokrasinin olmadığı ülkelerde siyasi alandaki güçlü bir aktördür. Çünkü tüm sivil güçlerden çok daha iyi örgütlenmiş olup silah gücünü elinde bulduran devlet içindeki tek kurum görevindedir.

6. *Bürokrasi*: Demokrasi ilkesini paylaşan, fakat değer sistemleri üzerine kurulmuş ülkelerde, alt-üst ilişkisinin oluşturduğu bir devlet örgütlenmesi olup, yukarıdan aşağıya emir- kumanda zincirine dayanan bir yapıyla işlerlik kazanmaktadır. Bürokrasi, siyasi partilerden farklı olarak uzman kadrolara sahip yapılardır. Ve siyasi iktidarlar bürokratlardan, uygulamalar dışında bazı siyasi kararları almalarını da isteyebilmektedirler.

Yönetilenler Cephesi Aktörleri

1. *Siyasal Partiler*: Siyasi iletişimin en çok kullanıldığı alan siyasi partilerdir. Amaçları iktidarı ele geçirmek veya ortak olmaktır. İletişimin tüm siyasi tekniklerini kullanarak siyasi kararları etkilemek ve bu amaçla siyasi iktidarı kendi bünyesinde hazırlayıp, ele geçirmek üzere örgütlü yapılardır.

2. *Seçmenler*: Siyasi alana yön veren ve siyasi alanın şekillenmesinde en etkili aktör seçmenlerdir. Çünkü seçmenin oy kullanması, bir partiye üye olması, aday

olarak katılması gibi gelişmelerin hepsi siyasal karara katılım yönünden fazla olmasıyla yakından ilişkilidir.

3. Baskı ve Çıkar Grupları: Yasal yönden hiçbir dayanağı bulunmayan, ancak belli amaçları gerçekleştirmek için bir araya gelen kişilerin oluşturdukları aktör gruplarıdır. Baskı gruplarının siyasal iktidarı ele geçirmek gibi bir amacı olmasa da, ortaya koydukları eylemlerle etkileme alanına sahiptir. Zaman zaman bu gruplar siyasal parti, yerel yönetim ve dernekler tarafından da desteklenebildiği gibi, bazen de bu oluşumlar bu tür aktörler tarafından düzenlenebilmektedir. Kullandıkları baskı yönetimleri ise: İkna, tehdit, doğrudan eylemler veya grevler eşliğinde üyeleri harekete geçirme, para, hükümet çalışmalarını engelleme, medya ve lobiciliktir.

4. Sivil Toplum Örgütleri: Demokratik sistemlerde görülen, belirli amaçlar ya da haklar uğruna siyasal iktidarı denetleyici ve sınırlandırıcı rolleri olan kuruluşlardır. Günümüzde; meslek odaları, birlikler, dernekler, sendikalar ile bunların oluşturmuş oldukları federasyon ve konfederasyonlar sivil toplum örgütlerine örnek gösterilebilir.

5. Sivil İtaatsizlik: Demokrasi ilkelerinin yaşanabilir olduğu ülkelerde hâkim olan, ülke yasalarının suç saymadığı, sonuç olarak “şiddet” içermesi beklenmeyen, amacına ulaşmaya dek süreklilik gösteren toplantılardır. Sivil itaatsizlikte önemli olan kamuya açık şekilde, olaylarda sadece mağdur olanların değil, tüm toplumun böyle olumsuz bir olguya karşı tepki duyması gerektiği öngörüsüne dayanılır. Kişisel çıkar arayışlarının ötesinde, aynı durumdaki herkes için adalete yönelik bir çözüm arayışı olarak değerlendirilir. Türkiye tarihinden birkaç örnek vermek gerekirse; 20.03.1991 tarihli genel işçi direnişi, Yeşil Barış Hareketi, Cumartesi Anneleri sivil itaatsizlik örnekleridir.

Yönetenler ve Yönetilenlere Etki Eden Siyasal Aktörler

1. Medya: Günümüzde medyanın ulaştığı teknolojik gelişme düzeyi, içinde bulunduğu siyasal ilişkilerle birlikte toplumu yönlendirme gücüne sahiptir. Siyasal alanın her iki kanadını da etkileyebilecek güce ulaşmıştır. Medyayı bir aktör olarak siyasal alanda öne çıkaran, siyasal söylem ve tanıtımlardır. Bir siyasal aktör olarak medya bu özelliğiyle siyasetin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir.

2. Seçkinler: Uzlaşma süreci tamamlanmış, demokratik toplumlarda, seçkinler toplumda çoğul bir yapıyı oluştururken, toplumsal gelişme sürecini henüz tamamlayamamış demokratik olmayan toplumlarda ise tekil durumda buldukları ve

topluma hükmettikleri gerçeğine dayanan kişilerdir. Belirli gelişmişlik düzeyini yakalayamamış ülkelerde sivil ve asker bürokratlar aynı çerçevede değerlendirilirken, batı da ya da batı kültürünü benimsemiş kurumlarda eğitim görmüş seçkinler, iktidara danışmanlık yapmak, yasama organına doğrudan etki etme (Özellikle tek partili yönetimlerde) gücüne sahiptirler.

3. *İdeoloji*: Yöneten ve yönetilenler cephesinin aktörlerini derinden etkileyerek, siyasal alandaki konum ve davranışlarını belirleyen aktördür. İdeoloji, kamusal alan içerisinde yargılar ve düşünceler üzerine kurulup etkileme gücüne sahiptir.

4. *Kamuoyu*: Kitle iletişim araçlarının özgürce kullanıldığı toplumların siyasal alanında büyük rol oynayan aktördür. Kamuoyunun oluşumunda çoğunluğun etkeninden çok, “kalite” ve “kesafet” etkeni söz konusudur. Belirli bir konu üzerinde uzmanlık taşıyan görüşler doğrultusunda toplumun gelişmesini hedefler. Kişi güvenliğinin, dernek kurma, toplanma ve gösteri yapma özgürlüklerinin ve diğer temel hak ve özgürlüklerin kamuoyunun oluşmasında katkısı büyüktür. Bu özelliklere sahip siyasal toplumlarda, kamuoyunun tepkisi siyasal iktidarı sınırlayıcı en etkili araç durumundadır.

Uluslararası Siyasal Aktörler

1. *Uluslararası Siyasal Kuruluşlar*: Özellikle 2. Dünya Savaşından sonra yenedünya düzenini belirleyen ABD'nin dünya üzerinde küresel bir güç olmasıyla etkisini birçok ülke üzerinden hissettirmesiyle ortaya yeni siyasal aktörler çıkmıştır. BM, NATO, AB, NAFTA, WHO gibi kuruluşlar siyasal alanda iktidar üssü güce ve etki alanına sahiptir.

2. *Lobiler ve Lobicilik*: Lobi; kamusal karar alacakların çalışmalarını, kararlarını etkilemek isteyen kuruluştur. Lobici; girişimleri doğrudan yürüten, siyasal amaçla çalışan ya da baskı grupları yararına siyasal sistemin çeşitli kademelerinde görevlilerle ilgilenmesi için kiralanan profesyonellere verilen ad iken; lobicilik, tüm bu amaçları gerçekleştirirken yapılan maddi manevi girişimlere verilen isimdir. Lobicilik çoğu kez sivil toplum örgütleri tarafından bir yöntem olarak da benimsenebilir. ABD ve AB ülkelerinde lobicilik etkinlikleri yurttaşların doğal bir hakkı olarak kabul edilir. ABD'deki Rum, Ermeni, Yahudi lobi grupları en etkin lobicilik faaliyetlerine örnektir.

3. *Terörizm*: Kamuoyunu etkilemek için “yasa dışı” şiddet içeren eylemlerin hepsidir. Siyasal amacına ulaşmak için her yolu “meşru” sayan terörizm tarihi insanlık

tarihi kadar eskidir. Uluslararası boyutta terörizm, devletlerin çıkar ilişkilerinden yararlanarak, uluslararası kamuoyunun büyük ölçüde dikkatini çekip, yön verebilmektedir. ASALA terör örgütü buna örnek verilebilir.

1.5 SİYASAL İLETİŞİM VE PROPAGANDA

Propaganda Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre, “düşünce veya inancı başkalarına tanıtmak, benimsetmek ve yaymak amacıyla söz, yazı vb. yollarla gerçekleştirilen çalışma, yaymaca” açıklamasıyla bir öğreti olarak tanımlanır. Kelime köküne bakıldığında, Latince ‘propagare’ kelimesine dayandığı görülür. “Pro-” ön eki Latince de “ileri”, “pag” kökü bitki dikmek anlamında kullanılan “dikmek” fiilinden geldiği görülmektedir. Tarihte “propaganda” kelimesinin ilk kullanıldığı yere bakıldığında Katolik inancını denizaşırı ülkelere yaymak amacıyla, 1622’de kurulan “Sacra Congregatio de Propaganda Fide” yani; “İnancı Yayımak Amaçlı Kutsal Cemiyet” adlı teşkilatın adından geldiği görülmektedir (www.etimolojiturkce.com). Buradan anlaşılacağı üzere, bitki büyütmek, fide yetiştirmek anlamındaki “propagare”den türeyen “propaganda” kelimesinin ilk kullanıldığı kaynağın bize, inanç ve fikirleri ileriye doğru bir bitki gibi yaymak şeklinde açıkladığını görmekteyiz. Bu bize kelimenin kökeninden gelen anlamla, modern zamanlarda kullanılan anlamının aynı doğrultuda olduğunu gösterir. Her iki türlü de “propaganda” kelimesi; bitki veya fikirleri yüzeysel yaymıyor, toprağın içine gömüyor. Gömüyor ki fikirler büyüsün, dallansın budaklansın ve etkileri uzun vadeli olsun.

Çok eski çağlardan bu yana propaganda, farklı dönem ve şekillerle varlığını sürdürmüştür: Mısır firavunlarının piramitleri, Sezar’ın tüm Roma’da hüküm süren madeni paralarında, Napolyon’un Arapça beyannamelerinde, Fransız Devrimi’ni savunan gazetelerde, Göbbels’in baskıcı rejim ve saldırgan savaş meşrulaştırıcı bakanlığında ve günümüz internet çağına uzanan zaman içerisinde de, hep vardı. Ancak geçmişten farklı olarak bugün; birey bir ürünü alırken, bir siyasal lidere oy verirken, bir toplumsal olaya karşı belirli bir tavır benimserken farkında olmadan yönlendirilmektedir. 20’nci yüzyıla kadar aralarındaki çizgiyi koruyabilen “bilgi iletişimi” ve “propaganda” günümüzde tam anlamıyla iç içe geçmiş durumdadır. Başka

bir deyişle neyin “bilgi” neyin “propaganda” olduğunu anlamak neredeyse imkânsız hale gelmiştir (Bektaş, 2002: 11).

Kılıçaslan’a göre, propagandanın kendine has özellikleri vardır. Propaganda, mesajların yoğun bir şekilde ve tek taraflı olarak hedef kitleye aktarılmasıdır. Propagandada verilen mesajlar tartışılmaz ve yorumlanamaz özelliktedir. Propaganda yoluyla gönderilen siyasal mesajların olduğu gibi, verildiği biçim ve içerikte kabul edilmesi, onaylanması beklenmektedir. Bu nedenle, propaganda karşılıklı iletişimden ziyade tek taraflı mesaj gönderimi söz konusudur. Ve bu yönüyle iletişimden ziyade tek taraflı bir iletimden söz edilebilir. Propagandanın hedefi ise, kitleleri en kısa sürede harekete geçirmeye yöneliktir. Verilmek istenen mesaj bir an önce verilip sonuca odaklanılır (Kılıçaslan, 2008: 20).

Aziz, propagandayı “mesajların otoriter bir biçem (üslup) ile tek taraflı ve yoğun olarak hedef kitleye aktarılması” olarak tanımlar. Siyasal iletişimle yakından ilişkili bir kavram olduğu için zaman zaman, siyasal iletişimin zaman zaman propaganda olarak tanımlandığı durumlardan bahsederek, propagandanın kendine has özelliklerini belirtir. Propagandanın kendine has özelliklerini şöyle özetleyebiliriz:

- İletişimi amaçlamaz. Propagandada tek taraflı ‘iletim’ vardır.
- Süre kısadır; verilmek istenilen tüm mesajlar bir an önce verilip sonuca ulaşılmak istenir (demokratik ülkeler için geçerli).
- Sonuç odaklıdır.
- Dili ustalıklı kullanma becerisini gerektirir.
- Propagandada kullanılan yöntem ve teknikler siyasal iletişimde de kullanılmakla birlikte, propagandada söylem farkı hâkimdir.

Propagandada kullanılan kaynağın güvenilir olması, kitleleri mesajları almaya hazır duruma getirme, çoğunluktan söz etme, sayılar yerine yuvarlak rakamlar ve oranlar verme, bilinen ortak noktalardan hareket etme, mesajları yineleme, geniş kitlelere ulaşmak için kitle iletişim araçlarını kullanma gibi özellikler ise siyasal iletişim için de kullanılan yöntem ve teknikler arasındadır (Aziz, 2011: 15,16).

Propagandalar yapıldıkları ülkelerde egemen siyasal, ekonomik, felsefi ideolojilere ve mevcut ekonomik ve teknolojik seviyelerine göre değişik biçimlerde

gerçekleştirilmektedir. Propaganda kaynağının bilinirliği üzerinden ve sunduğu bilginin doğruluğu çerçevesinde “beyaz, gri ve siyah propaganda” şeklinde sınıflandırılır (Bektaş, 2002: 30-38):

Beyaz Propaganda: Bu propagandada kaynak resmi ve güvenilirdir. Bu yüzden mesajların doğruluğu konusunda çok dikkatli davranılır. Hedef kitlenin en ufak şüphesiyle verilebilecek yanlış bilgi, propagandayı etkisiz kılar. Gelişmiş ülkeler bu propaganda çeşidini daha sık kullanmaktadır. “Amerika’nın Sesi” (Voice of America) ve “Moskova Radyosu” barış zamanlarında sıklıkla bu tür programlar yapmışlardır. Ulusal kutlamalar esnasında yapılan propagandalarda bunlara örnektir.

Siyah Propaganda: Yalan, hile yöntemleriyle asılsız bilgi kaynağına dayanarak yapılır. Beyaz propagandanın tam tersidir. Kaynak ne kadar gizli ise propaganda o kadar başarılı olur. Genelde savaş zamanlarında kullanıldığını görürüz. Örneğin, 2. Dünya Savaşı’nda Hitler’in “Deniz Aslanı Harekâtı” adı verilen Britanya’ya istila planı öncesinde “Yeni İngiliz Yayın İstasyonu” kimliğiyle yayın yapan ve sözde İngiliz muhalifleri tarafından idare olunan bir radyo istasyonu, her gün belirli marşlarla başlayıp sona eren ve yarım saatlik programlardır. Bu radyo istasyonunun yayınları savaş haberlerinden ibaret ve tamamen Britanya ahalisinin moralini bozmaya yönelikti.

Gri Propaganda: Adından da anlaşılacağı üzere özellik olarak diğer propagandaların ortasında yer alır. Haberin ya da mesajın kaynağı bazen açıkça ortaya konulurken bazen de gizlenir. Olaylar çarpıtılarak veya gizlenerek verilir. Bazen gündem saptırarak hedef kitlenin dikkatini diğer gelişmelere çekmeyi hedefler. Bu tarz bir propaganda doğru olan bir olaya on tane yalan karıştırarak, kitleyi farklı alana çekmeye çalışır. Örneğin, Irak Savaşına gerekçe olarak gösterilen: 2016 yılında açıklanan Chilcott raporuna göre Irak’ta kimyasal silah bulunması üzerinden propaganda yürütülmüştür. Ancak, kimyasal silahların Irak’ta hiçbir zaman bulunmadığını daha sonra ortaya çıkarmıştır. Söz konusu saldırılardan sorumlu Blair’in özü, 2 milyon masumun yaşamını yitirmesini önleyememişti.

Özsoy, bir eylemin propaganda sayılabilmesi için, kanı ve görüşleri denetlemeye yönelik bilinçli bir davranışın olması gerektiğini söyler. Ve propagandayı: “Bireyler ve gruplar aracılığıyla diğer grupların kanılarını, görüşlerini ve davranışlarını iletişim araçlarını kullanarak propagandacının istekleri doğrultusunda etkileme, değiştirme veya kontrol altında tutmaya yönelik bilinçli bir davranıştır. Bu bağlamda bir

eylemine propaganda sayılabilmesi için, kanı ve görüşleri denetlemeye yönelik bilinçli bir davranışın söz konusu olması gerekir” şeklinde tanımlar (Özsoy, 2009: 69).

Barlett, 1940 yılında “Siyasal Propaganda” eserinde propagandanın etkisinden ve eğitimle buldukları noktadan şöyle bahseder: “*Pratikte herkes propagandayı, savunulan görüşleri ve davranışları sorgusuz sualsiz benimseyen kişilerin görüşlerini ve davranışlarını etkilemek için gösterilen çabaların amaçlarına bakarak tanımlamak konusunda hemfikirdir. Eğitim, insanları kendi başlarına araştırmaya ve anlamaya yöneltir. Propaganda ise insanları sonsuza kadar kendi düzenlerinde tutmak için yapılmaktadır*” (Healy, *Halkla İlişkiler ve Propaganda*: 13).

Ekinci, bir propagandanın amacına ulaşp, başarılı olup olmamasında seçimi yapıp, kullanılan etkili iletişim araçlarına bağlı olduğunu söyler. Ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte, yeni iletişim araçlarının ortaya çıkmakta olduğunu ve bu durumun, siyasal propagandayı gün geçtikçe daha etkili hale getirdiğini belirtir. (Ekinci, 2008: 274).

1.6 SİYASAL İLETİŞİM VE PAZARLAMA

Günümüz iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, siyasi ve ekonomik şartların da etkisiyle siyasal iletişim kavramıyla yakından ilişkili hale gelmiştir. Bu sayede farklı alanlarda kullanılan kelimelerin de literatüre eklendiği görülür. Literatüre bakıldığında; siyasal kampanyalar, siyasal reklam ve siyasal pazarlama gibi kelimeleri bolca görmekteyiz. Örneğin, pazarlama olgusundaki pek çok özelliğin, siyasal iletişimde de kullanılmasıyla “siyasal pazarlama” kavramının literatüre yerleştiği görülür. “*Pazarlama, sadece kar amacı güden örgütler ya da sadece mal ve hizmet üreten işletmelere özgü olmayıp, kapsamına her türlü örgütün dâhil edilebileceği ve her alana uygulanabilir olma özelliğine sahip bir bilim dalıdır*” (Üste, Yüksel, Çalışkan, 2007: 214).

Pazarlamanın bir bilim dalı olması ve sahip olduğu özelliklerin her alanda kullanılabilir özelliğe sahip olması, siyaset alanında kullanılan kavram, araç ve yöntemlerin pazarlamadan yararlanılarak geliştirilmesini doğurmuştur. Özellikle demokratik sistemlerde siyasi alandaki partilerin iktidar olma savaşlarında galip gelmek, bu pazarlama tekniklerine dehâkim olmayı gerektirmiştir.

Bir ürünün veya bir hizmetin pazarlanmasında kullanılan özellikler, siyasal aktörlerin dar ve geniş anlamıyla tüm söylemleri için geçerli hale gelmiştir. Öyleyse, “Seçim zamanında bir partiye oy istenmesi, öncelikle parti programının, partinin diğer partilere göre farklılıklarının, seçime girecek adayların özelliklerinin seçmen kitlesine çok iyi aktarılması ile olanaklıdır. Bu tür bir çalışmanın adı ise “siyasal pazarlamadır” şeklinde tanımlanabilir(Aziz, 2011: 17).

Bongrand ise siyasal pazarlama kavramını; “bir adayın potansiyel seçmenlerine uygunluğunu sağlamak, adayı en yüksek sayıdaki seçmen kitlesinin ve bu kitledeki her bir seçmenin tanımını sağlamak, rakiplerle ve muhalefetle farkını yaratmak ve minimum araçlarla bir kampanyayı kazanmak için gerekli olan oy sayısını elde etmek için kullanılan tekniklerin tümü” olarak tanımlamaktadır (Bongrand, 1992: 8).

Politik pazarlama ve sosyal pazarlama iletişim sorunlarını rasyonel bir yöntemle ele alırlar. Her iki disiplinde de aynı yöntemlere başvurulur. “Tanı vatandaşların beklentilerine daha iyi cevap vermek üzere yapılan niteliksel anketlerin değerlendirilmesi ve niceliksel verilerin analizine dayanır”. Klasik Pazar anlayışında, kararlar satın alma işlemiyle sona ererken; politik pazarlamada bu, oy verme işlemiyle sonuçlanmaktadır. Aslında ürün pazarlaması olan ticari pazarlamanın giderek artan bir biçimde, ortak kazanç kavramına yakın kurumsal kaygılar içerdiği gerçeği de yadsınamaz (Dalkıran, 1995: 69).

“Siyasal pazarlama” için çok sayıda tanım yapılmıştır. Bunlardan bazıları dar kapsamlı, bazıları da son derece geniş kapsamlı olmuştur. Bu farklılıklara değinerek birkaç farklı tanımla anlaşılabilir olmasını mümkün hale getirebiliriz. Polat, siyasal pazarlama kavramındaki farklı yaklaşımlara şöyle değinmiştir (Polat, 2015: 6-8):

1.İçerik Yaklaşımı: Bu yaklaşıma göre siyasi pazarlama: Toplumsal veya siyasi konular, partiler veya adaylarla ilgili özelliklerin, hizmetlerin, faaliyetlerin, düşüncelerin, ilkelerin ve politikaların pazarlanmasıdır. Amaç burada oy tercihini etkileyebilmektir. Siyasi alandaki reklam faaliyetlerinde ise postalama ve halkla ilişkiler gibi pazarlama yöntemleri kullanılır. Burada siyasal pazarlamanın ‘ne yapmaya çalıştığı’ndan çok ‘neleri kapsadığı’ üzerinde durulur.

2. Süreç Yaklaşımı: Bu yaklaşıma göre siyasi pazarlama, siyasi pazarlamacıların amaçlarını gerçekleştirmek, aday ve seçmenler arasındaki mübadele

ilişkilerinin oluşturulması ve sürdürülmesi için tasarlanmış siyasi programların analizi, planlanması, uygulaması ve kontrolünü içerir. Parti, parti lideri, adaylar, parti politikaları, projeler, vaatler, uygulamalar gibi siyasi ürün paketinin seçmenler tarafından kabul edilebilirliğinin sağlanmasını kapsayan uzun bir süreci kapsar.

3.Pazarlama Yöntemli Yaklaşım: Bilimsel kamuoyu yoklamaları, seçmen davranışları, oy oranları analizi ve siyasi alandaki profesyonel kampanya yönetimi ile ilgili faaliyetleri gerçekleştiren sektörel firmaların piyasalarda daha fazla ağırlık kazandığı yöntemdir.

4.Stratejik Yaklaşım: Parti, aday ve parti politikaları gibi bir ürünün seçmen kitlesine olan uygunluğunu anlatmak, siyasi ürünü mümkün olduğu kadar çok seçmene tanıtmak, rakip ürünlerle farkını koymak ve en az maliyetle seçimi kazanmak için uygulanan yöntemdir.

Yukarıdaki siyasi pazarlama yaklaşımları, bazı yazarlar tarafından örgütsel bileşimleri ihmal ettikleri ve partiler veya aday ile seçmenler arasındaki iletişim süreciyle daha çok ilişkili gözüktüklerinden dolayı eleştirilmiştir. Ancak siyasi pazarlamanın yakın tarihlerde ve günümüz koşullarında seçimi kazanmak üzerine ne kadar etkili olduğunu hatırlamak, seçim zamanlarında bu yaklaşımların uygulanabilirliğini arttırdığı görülür.

Siyasal pazarlama kavramı ilk kez 1960'lı yıllarda ABD'de tartışılan bir konu olmuştur. İlk olarak, Theodore White'ın, siyasi pazarlamanın başkanın pazarlanması olduğunu vurgulayan "The Making of President" adlı kitabı yayınlanmıştır. Daha sonra, ABD'deki 1968 yılındaki başkanlık seçim kampanyasından sonra Joe McGinnis'in "The Selling of President-1968" adlı kitabını aynı çerçevede yayınlanmıştır. McGinnis bu kitabında, başkanın seçilme sürecinin bir oluşum değil, bir pazarlama olduğunu ifade etmiş ve Nixon'ın pazarlama uzmanları ve reklamcılar tarafından yeniden paketlenerek bir tüketim malı gibi tekrar pazarlandığını vurgulamıştır (Devran, 2004: 75).

Siyasal pazarlama kavramı olarak aday pazarlaması olarak algılanmadan önce ise, seçim zamanlarında ilk pazarlama uygulamalarının daha önce gerçekleştiği görülür. "Roosevelt'in ABD'de 1928 seçim kampanyasındaki radyo konuşmaları ve kullandığı reklamlar ile 1936 seçim kampanyası, modern siyasi pazarlamanın başlangıcı olarak kabul edilir" (Polat, 2015: 25). 1941 yılındaki bir araştırmaya göre, o yıl yapılan

seçimlerde oy kullananların %51'i seçim kampanyasındaki radyo ve gazete yayınlarından etkilenerek karar vermişlerdir (Kaplan, 2013: 27).

Görüldüğü gibi, her ne kadar siyasal pazarlama kavramı birçok bakımdan siyasal iletişim kavramına indirgendiği için eleştirilse de, siyasal ve pazarlama kavramları günümüz şartlarında seçim zaferlerinin ayrılmaz parçaları haline gelmiş durumdadır. Siyasetin medya olgusuyla kendine kamusal alan yaratmaya başladığı günden bugüne, siyasal iletişim ve siyasal iletişimde kısa vadede güdülen seçimi kazanma hedefi, günümüz iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle artan yeni medya araçları gibi olgular siyasal iletişimi, pazarlama alanıyla buluşturmuştur. Böylelikle, zaman içinde siyasal iletişim ve pazarlama birbirini tamamlayan iki kavram haline gelmiştir.

1.7 SİYASAL İLETİŞİM VE REKLAM

Mal ve hizmetlerin tanıtımının yapılarak, bireyler üzerinde tutum ve davranış değişikliğini amaçlayan reklam olgusuyla, yine bireylerin belli siyasal görüşlerin kabulü ve uygulamasını hedefleyerek tutum ve davranışı değiştirmek isteyen siyasal iletişim arasında amaçsal benzerlikler bulunmaktadır. Seçim dönemlerinin vazgeçilmez unsuru haline gelen siyasal reklam; *“Bir adayın potansiyel seçmenlerine uygunluğunu sağlamak ve adayı, en yüksek sayıdaki seçmen kitlesinin ve bu kitledeki her bir seçmenin tanınmasını sağlamak, rakiplerle ve muhalefetle farkını yaratmak ve minimum araçlarla, bir kampanyayı kazanmak için gerekli oy sayısını elde etmek için kullanılan tekniklerin tümüdür”* şeklinde tanımlanabilir (Bongrand,, 1992: 8). Diğer bir görüşe göre de *“aday ya da parti tarafından medyadan yer ve zaman satın alınarak, seçmenlerin tutum ve davranışlarını söz konusu aday veya parti lehine oluşturmak amacıyla geliştirilen mesajların hazırlanması ve yayınlanması ile ilgili bir siyasal kampanya iletişim faaliyeti”* dir (Uztuğ, 1999:122).

Tanımlardan da anlaşılacağı üzere, “siyasal reklamcılık”, siyasal pazarlama gibi bir uzmanlık alanıdır. Bu alan verilmek istenen mesajın ne olacağından başlayarak, ne şekilde ve hangi kanallarla verileceğine; reklam metinlerinin yazımından, bunların görsel hale nasıl getirileceğine; mesaj sloganlarının hazırlanmasından, bunlarla ilgili imajların seçilmesine ve metinlerle birleştirilmesine kadar uzun, teknik ve kapsamlı bir

süreci içermektedir. Bu sebeple reklam sürecinin her bir aşaması uzman kişiler tarafından planlanır. Aksi halde, hem kısıtlı seçim kampanyası sürecinde verilmesi gereken mesajlar etkili bir şekilde verilmeyebilir; hem de yüksek finansal maliyetlerle yürütülen kampanyalardan beklenen verim elde edilemeyebilir (Polat, 2015: 394). Bundan daha önemlisi ise, siyasi partilerin yüksek maliyetle giriştikleri kampanyalar kaybedilecek ve bir daha ki seçime kadar bunlar bir daha gündeme gelmeyecektir. Seçimlerin kısa vadede kazanmayı hedefleyen süreçlere dönüşmesi de parti veya parti adaylarını, seçim kampanyaları döneminde reklam ajansları gibi kuruluşlarla ortak çalışmalar yürütmeye mahkûm eder hale getirmiştir.

Siyasal reklamların kampanya çalışmalarında kullanım amaçları şöyle özetlenebilir (Devran, 2004: 19):

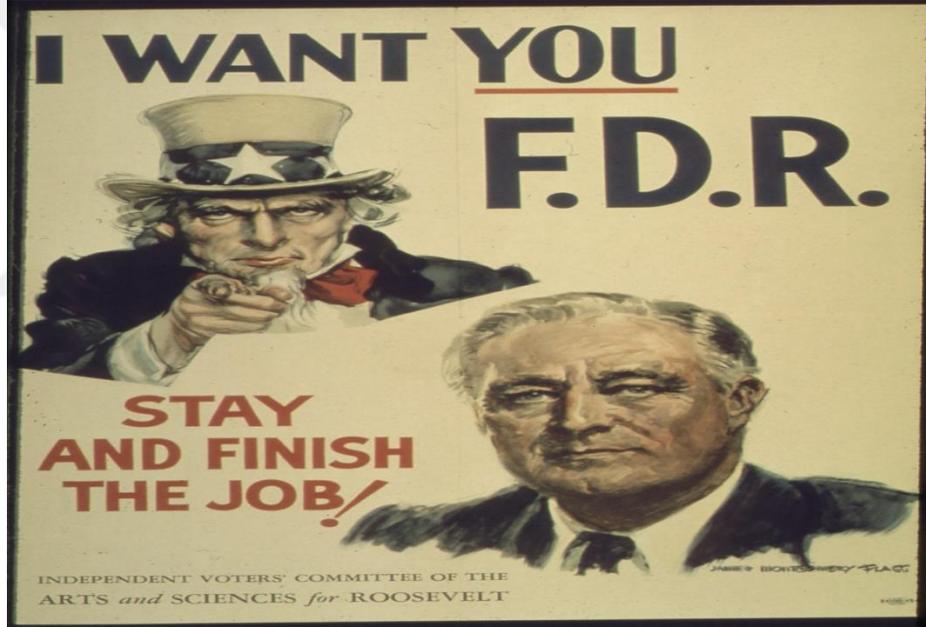
- Genellikle “seçimin son anında karar veren veya seçimlere pek ilgi duymayan seçmenleri ikna etmeyi amaçlamaktadır”.
- Partizan oyları ve taraftar seçmenlerin kanaatlerini daha da kuvvetlendirmek
- Rakip adaya saldırmak
- İmajı yeniden tanımlamak veya oluşturmak
- Belirli bir nüfus ve seçmen gruplarına mesaj göndermek
- Belirli bir mali yük getirmesine karşın finansal kaynak oluşturmak amaçlarıyla kullanılabilir.

Siyasal alandaki bu çalışmalar reklam propaganda ve halkla ilişkiler amaçlı olsa da siyasi partinin, hedef kitleye tanıtımı söz konusu olduğunda, bu tanıtımın başarılı yapılabilmesi için muhatap kitlenin gelir, yaş ortalaması, kültür, coğrafi dağılım ve beğeni odaklarının yapılacak araştırmalarla saptanması gerekir (Göksel, 1990: 60). En iyi biçimde bilgilendirilen aday kendi bölgesinin gerçek sorunlarını, ilgi alanlarını bilecektir. Seçmenlere, onların günlük yaşantılarıyla ne denli ilgileneceğini göstermek için bu bilgileri ortaya koyacağından en iyi aday haline gelecektir. Siyasal reklam tüm yöntemlerini iletişim tekniklerinin sürekli evrimi üzerine kurar ve özellikle politika alanında çalışan personelin uzmanlaşmasını göz önüne alır (Dalkıran, 1995: 64).

Siyasal reklamcılık faaliyetlerinin gelişimine göz atıldığında, ilk olarak ABD’de ortaya çıktığı görülür. ABD başkanlarından Wilson 1917’de Birinci Dünya

Savaşı ile ilgili olarak kamuoyunun nabzını tutabilmek amacıyla “Halk Haber alma” idaresini kurmuştur. Daha sonraki yıllarda Demokrat Parti bir halkla ilişkiler bürosu kurmuş, 1932 yılında Cumhuriyetçiler de ayrıca bir halkla ilişkiler bölümü oluşturmuşlardır (Çobanoğlu’ndan aktaran Zeybek, 2016: 70).

Amerika’da başlayan reklamcılık faaliyetleri siyasi alanda aktif bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Seçim kampanyaları ve siyasi iletişim danışmanlıkları da başarılı bir şekilde yürütülmüştür. Siyasi iletişim danışmanlığının öncüsü Joseph Napolitan olarak görülmektedir. İki yüzden fazla adayın seçim kampanyasını düzenleyerek, %85’inin seçimleri kazanmasını sağlamıştır. “John Kennedy’nin gizli silahı” olarak da bilinen Napolitan,1936’da Franklin Delano Roosevelt’in kampanyasını başarıyla yürütmüştür. (Bongrand, 1922: 9).



Görsel 1: Franklin Delano Roosevelt’in 1936 yılındaki Kampanyası

Reklamcılığın siyasi alanda ilk televizyon yayın uygulamasına,1952 yılında ‘Cumhuriyetçiler’ kanadının, reklam ajansına başvurarak ‘General Eisenhower’ için bir kampanya hazırlanmasını istemesi örnek gösterilebilir. Demokratların adayı ise avukat Adlai Stevenson’dur. Stevenson bu durumu televizyonda deterjan reklamı yapar gibi aday reklamı yapılamayacağı düşüncesiyle kabul etmemiştir. Eisenhower’ın ekran karşısında, toplumun her kesimine hitap ederek soruları cevaplaması samimi bulunmuştur. Seçimlerde Stevenson’u destekleyenlerin yarısının Eisenhower’ı

desteklediği sonucuna ulaşılmıştır. Bunda tamamen televizyon reklamının payı var denilirse bile büyük payı olduğu inkâr edilemez bir gerçek olarak daha sonraki seçimlerde bolca kullanılmıştır. Ve seçimi Eisenhower kazanmıştır (Topuz, 1991: 56-58).

ABD başkanlık seçimlerinde ilk siyasal reklam filmi ise 1952 yılında Eisenhower tarafından yayınlanmıştır. BBDO ve Young&Rubicam adlı iki reklam şirketi tarafından yürütölen Eisenhower'ın kampanyasının ana sloganı “I Like Ike”dı. Kampanya süresince kullanılması üzere kırk adet siyasal reklam filmi hazırlandığı da görölmektedir (Devran, 2004: 9).



Görsel 2: Dwing David Eisenhower'ın “I Like Ike” kampanyası



Görsel 3: 1952 yılındaki Eisenhower'ın "I like Ike" reklam filmi kampanyası

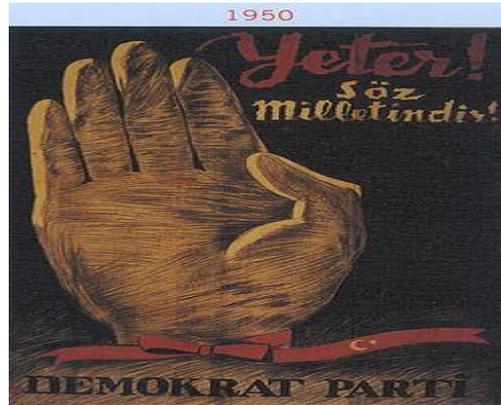
1964-1972 yılları arasında ise, Vietnam Savaşı'nın, soğuk savaş gerginliğinin ve özgürlük hareketlerinin yükselişinin etkisiyle, 1964-1972 yılları arasında üretilen siyasal reklam filmlerinin oldukça olumsuz ve tepkisel olduğu görülmektedir (Devran, 2004: 11). Buna en iyi örnek ise 1964 seçimlerine katılan ve savaş yanlısı olarak tanınan Barry Goldwater'a karşı Johnson'un seçim kampanyası içerisinde hazırlattığı "Papatya Kız" (Daisy Girl) adlı filmidir:



Görsel 4: 1964 yılında, Goldwater'a karşı Johnson'un yürüttüğü 1 dakikalık büyük etki yaratan reklam filmi

Filmde bir kız çocuğu, papatyanın yapraklarını kopartarak papatya falı bakmaktadır. Geri sayım yapılan dikkat çekici bir ses ile objektif, kız çocuğunun gözlerinin içine doğru git gide yoğunlaşıyor. Ve son yaprakla senkronize şekilde büyük, sesli bir patlama görüntüsü gelmektedir. Son olarak, Jonhson'ın sesi duyuluyor. Çocukların huzurla yaşayacağı bir dünya ile karanlıklara bulanmış bir dünya arasında seçim yapmaya davet eder. Reklam filminde Johnson şöyle devam eder; *“Tanrı'nın çocuklarının yaşayabileceği bir dünyayı yaratmak oldukça risklidir. Biz ya birbirimizi seveceğiz ya da öleceğiz”* sözleriyle film sonlandırılır. 1964 seçimlerine katılan ve savaş yanlısı olan Goldwater işi ileri götürerek, atom bombasının diğer silahlar gibi kullanılması gerektiğini, Kremlin Sarayı'nın bombalanmasını, Nato'nun atom bombası kullanması gerektiğini de söylemiştir. Johnson'ın 3 Kasım'da seçilmemesi durumunda, Cumhuriyetçi Goldwater'ın ülkeyi götüreceği noktayı başarılı bir negatif reklam kampanyasıyla anlatmış ve seçimi Johnson kazanmıştır.

Türkiye'de ise 1950 seçimlerinde Demokrat Parti'nin hazırlattığı 'Yeter Söz Milletin' afişi, Modern siyasal pazarlama uygulamalarının ilk örneği sayılmaktadır (Tan, 2002: 31-32). Reklam ajanslarının seçim kampanyalarına katılımı ise 197' Cnajans reklam ajansının, Adalet Partisi adına ilk siyasal gazete reklamı düzenlemesiyle mümkün olmuştur (Topuz, 1991: 15).



Görsel 5: 1950 seçimlerinde Demokrat Partinin kullandığı afiş

Görülmektedir ki, siyasal iletişimin aktörleri, iktidar alanındaki amaçlarını gerçekleştirmeyi hedefleyen süreçte, kendilerini hedef kitleye tanıtmayı ve hedef kitleyi daha kapsamlı tanıyarak, propaganda oluşturabilmek için özellikle kampanya

dönemlerinde reklamlarda kullanılan yöntem ve tekniklere ihtiyaç duyarlar. Günümüz toplumlarının evrensel boyutta geçirdikleri ekonomik ve toplumsal koşullarla birlikte, serbest pazar ekonomisinin hâkimiyet sürmesi siyasal alanda da rakip partilerin reklam olgusuna ihtiyaç duymasına sebep olmuştur. Tüm bu nedenlerle siyasal iletişim alanında; pazarlama, reklam ve çeşitli kampanyaların başarılı bir propagandayla gerçekleşmesi için aralarındaki ilişki kaçınılmaz şekilde birbirine ihtiyaç duyar hale gelmiştir.



İKİNCİ BÖLÜM

2 SOSYAL MEDYA ve SİYASAL İLETİŞİM

Yeni iletişim teknolojileri ve özellikle sosyal medyanın gelişimi, siyasal iletişim alanının da etkilenmesine sebep olmuştur. Önceden, özellikle seçim dönemlerinde siyasal iletişim araçları; afiş, billboard, radyo veya televizyon gibi geleneksel yol veya medya araçları üzerinden sağlanırken; günümüz şartlarında artık siyasal iletişim'in ana aracı sosyal medya araçları üzerinden varlık gösterme yolunda ilerlemektedir. Yeni iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve Web 2,0 döneminin sağladığı yeni gelişmeler, artık; günümüzde siyasal aktörlerin, siyasal iletişim aracı olarak sosyal medyanın kullanmasını gerekli kılmaktadır. Böylelikle sosyal medya; daha çok seçmene ulaşmanın ve seçmeni kolay yolla tanıma, reklam ve seçim kampanyaları yapma yolunu açmıştır.

Çalışmanın omurgasını oluşturan bu bölümde; sosyal medya kavramının doğuşuna sebep olan Web 2,0 dönemine geçiş evresine ve sosyal medya kavramına yer verilecektir. Sosyal medya kavramı ve özellikleriyle birlikte; geleneksel medyadan farkına değinilerek, her geçen gün bir yenisi eklenen 'sosyal medya araçları' örneklendirilecektir. Daha sonra, çalışmanın kuramsal kısmı ve sosyal medyanın yaşadığımız çağ'da neredeyse temel ihtiyaç haline geldiğini ispatlayan kuramsal çerçeve olan "ağ toplumu" kavramına değinilecektir.

2.1 WEB 1.0' DEN WEB 2.0'YE GEÇİŞ

Buhar makinesinin kullanımı sadece sanayi devrimine sebep olmamıştır. Sanayi devriminin yaşanmasına sebep olan bu makinenin icadı, öncelikle içinde bulunan ülkeyi; İngiltere'yi daha sonra Avrupa ve ABD gibi ülkelerle birlikte, tüm dünyada evrensel bir köklü değişime geçişi başlatmıştır. Üretimin yapısındaki değişimler, toplumların sosyo-ekonomik ve siyasal yaşamlarında da kendini göstermiş ve başka bir döneme geçişi başlatmıştır. Sanayi alanında yeni oluşumlar, yeni sınıflar ortaya çıkarmış, sınıflar arasında yeni oluşumlar farklı bir çatışmaya sebep olmuş bu çatışma ortamı da farklı hakların belirmesini getirmiştir. Buhar makinesinin icadı ve kullanımı, tüm dünyadaki etkisini yaşamın her alanına yayılarak sürdürüş ve yeni bir çağa geçişin tohumu olabilmıştır.

İnternetin sunduğu özellikle Web 2,0 teknolojilerinin hayatımıza girmesiyle de aynı etkinin yaşandığını görürüz. İnternetin sunduğu iletişim olanaklarıyla atılan adımlar, başta iletişim olmak üzere üretim ve tüketim alanlarında etkisini göstermiş, toplum üzerinde evrensel anlamda köklü değişimler yaşanmıştır. Yeni bir toplum düzeni, yeni oluşumlar ve kavramlar ortaya çıkmıştır: Bilgi toplumu, bilgi çağı, enformasyon temelli gelişimciliğin şart olduğu bir çağ. Web 2,0 teknolojilerinin ve buna bağlı olarak sosyal medya araçlarının hızla gelişmesi ve sosyal ağların oluşmasıyla; x, y, z kuşakları gibi yeni demografi tanımları tartışılmaya başlanmıştır. Akıl, enformasyon ve ileri teknoloji yaşanan çağın temel dinamiklerinin oluşturmuştur. Her anlamda var olabilmek için, yeni iletişim teknolojileri ve sosyal medya araçları, yeni oluşumları yakalayabilmenin ve sürdürülebilirliğin temel şartı haline gelmiştir (Kara ve Özgen, 2012:4). İnternetin günlük hayatta kullanımıyla birlikte Web 1,0 dönemi başlamıştır. Bu dönemde sadece içeriği yayınlayan ve okuyan bulunmaktadır. İnternet sitelerini ziyaret etmek, fotoğraflara bakmak, mail atmak, sohbet etmek bu dönemin temel internet kullanım çeşitleridir. Web 1,0 bugüne göre çok ilkel kalan internet sitelerini anlatmaktadır. Web 1,0 döneminde kullanıcılar sadece verilen bilgiyi alan kişiler konumundadır. Bu bakımdan kullanıcılar ile web siteleri arasında tek taraflı iletişim yaşanmakta ve web sitelerinin içerikleri web sunucular tarafından kontrol edilmekte, dolayısıyla web sayfaları ve kullanıcılar arasında etkileşim gerçekleşmemektedir. (Güçdemir' den aktaran Aktan, 2017: 51).

	Web 1.0	Web 2.0
Kullanım Biçimi	Okuma	Yazma ve Katkıda Bulunma
İçerik Bileşeni	Sayfa	Kayıt
Durum	Statik	Dinamik
Nasıl Görünür	İnternet Tarayıcı	Tarayıcılar, RSS okuyucular vb.
İçeriğin	Web Kodlayıcı	Herhangi Biri

Oluşturulması	Tarafından	Tarafından
Etki Alanı	Web Tasarımcı, Meraklılar	Kamu Araştırmalarında Yeni Bir Kùltür

Tablo 1: Web 1.0- Web 2.0 Karşılaştırması

Kaynak: Aktan, 2017: 54



Yukarıdaki tablodaki karşılaştırmaya göre, Web 1.0 ve Web 2.0 teknolojileri arasında önemli farklılıklar görünmektedir. Web 1.0’ de kullanıcı yalnızca okuma yapabiliyorken Web 2.0’de yazma ve katkıda bulunma eylemi de vardır. Yani Web 2. 0’ de kullanıcı içerik üretebiliyor ve üretilen içeriğe katkıda bulunabiliyor. Burada Web 1,0’de olmayıp Web 2.0’de olan bir özellik olan “çift yönlü” ve “etkileşime açık” bir iletişim şeklinin varlığı söz konusudur. Yine Web 1.0’in durağan yapısına karşılık Web 2.0’nin dinamik yapısı dikkat çeker. Ayrıca Web 1.0’de sadece web tasarımcılar veya konuya özel ilgi duyanlar kullanıcılara karşın Web 2.0’de geniş kullanıcı alanından bahsedilebilir. Tablodaki kıyaslamaya bakılarak Web 2.0 ve getirdiği sosyal medya araçlarının çift yönlü iletişimin varlığını, etkileşime açıklığı, kullanım ve etki alanını da aynı zamanda etkilemiştir diyebiliriz.

2000’ lerin ilk yıllarında kullanılmaya başlanan ve 2004’te Web 2,0 gelişmeleri sayesinde, internet kullanıcıları kendilerine ait içerikleri kolayca internette paylaşmaya ve mevcut içerik üzerinde de yetki sahibi olmaya başlamıştır (Genç, 2010: 486). Web 2,0’nin sunduğu olanaklarla kullanıcı farkı gözetilmeden herkesin, birkaç internet sitesi ve arama motoru kullanmak yerine; sınırsız bilgi kaynağına ulaşma, bilgi kaynağını paylaşma, paylaşımına geri bildirimde bulunma gibi çift yönlü etkileşime açık bir kolektif katılım söz konusudur.

2.2 SOSYAL MEDYA KAVRAMI

Web 1.0 döneminin sadece bilgi alış verişi imkânı sunduğu yapı, web 2. 0 döneminin yaşanmasıyla çift yönlü bir iletişim yapısına dönüşmüştür. Bu iletişim yapısı: “ Zaman ve mekân sınırlaması olmadan (mobil tabanlı), paylaşım, tartışma ve görüş alışverişinin esas olduğu bir iletişim şeklidir. Teknoloji ve telekomünikasyon, sosyal iletişim kelimeleri, görseller, ses dosyaları yolu ile sağlandığı bir yapıya sahiptir. İnsanların hikâyelerini ve tecrübelerinin bu bağlamda paylaştığı bir çerçeveye de sahiptir. Genel olarak bireylerin internette birbirleriyle yaptığı diyaloglar ve paylaşımlar sosyal medyayı oluşturur” şeklinde açıklanmaktadır (Vural ve Bat, 2010: 3351).

Sosyal medyayı, “insanların fikirlerini, görüşlerini, deneyimlerini, perspektiflerini paylaşmak ve birbirleriyle iletişim halinde bulunmak için kullandıkları online platformlar” şeklinde tanımlayabiliriz (Taçcı, 2010: 73).

Safko'ya göre; online gruplar arasında sözcüklerin, resimlerin, videoların ve sesin yaratılması ve paylaşılmasını sağlayan –web tabanlı uygulamalar olarak tanımlanabilen- etkileşimli medya aracılığıyla bilgi ve düşünceleri paylaşmak için gerçekleştirilen uygulamalar, faaliyetler ve davranışlar sosyal medyayı akla getirir (Safko'dan aktaran Peltekoğlu, Kara ve Özgen, 2012: 4).

Bond'a göre ilk sosyal ağ teknolojileri, benzer ilgi alanları olan insanları birbirine bağlamakta ve ortaya çıkacak olan ortak ilgi alanları ile ilişkilendirmiştir. Daha sonraları ise sosyal yazılım içerikleri başlıklarla değil, insanları ego merkezli buluşmaları ile tanımlanmaktadır. (Çakır, 2014: 31). Son yıllarda ise sosyal medya, “sürekli güncellenebilmesi, çoklu kullanıma açık olması, sanal paylaşım olanak tanınması vb. açısından en ideal mecralardan biri” olarak kendini göstermektedir (Vural & Bat, 2010: 3349). İnsanlar artık günlük yaşantılarında düşüncelerini yazabilmekte, paylaşabilmekte, paylaşılan içeriklere aktif bir şekilde katılabilmektedir.

Newman (2009) sosyal medyayı; bazen bir etkinliğe (bir gazetecinin blog yazması), bazen bir platforma (Facebook), bazen de yayımlama aracına (Blogger.com), sosyal medya adı altında gönderme yapılabilmektedir. Kullanıcının ürettiği içerik (KÜİ) terimi, (üretilen içerik her zaman için gerçek anlamıyla ‘sosyal’ olmasa da), tüm bunları birleştiren bir terim olarak açıklamaktadır. Genel anlamda açıklanmaya çalışıldığında sosyal medya: “insanların bir kişiden çok kişiye olabildiği gibi, çok kişiden çok kişiye etkileşimli bir iletişim süreci içinde haber, bilgi ve içeriği keşfetmek, okumak ve paylaşmak için oluşturdukları platformlar, sosyal ortamlar” olarak tanımlanabilir (Özçağlayan & Uyanık).

Yukarıdaki tanımlardan yola çıkarak söyleyebiliriz ki, sosyal medyayı geleneksel medyadan ayıran bir takım teknolojik alt yapıdır. İletişim çağının yeni bir yüzü olan sosyal medya kavramı ve sosyal medya araçlarında ortak olan en önemli özellik “etkileşim” ve “paylaşım” a olanak tanıyabilmesidir. İnternetle birlikte hayatımıza giren yeni teknolojik gelişmeler, iletişim boyutunu, sosyal ağlar üzerinden karşılıklı etkileşimi sağlar hale getirmiştir.

Sosyal medyanın teknik alt yapısını oluşturan dinamikler Web 2.0 teknolojileridir. 2000'lerin ilk yıllarında kullanılmaya başlanan ve 2004'te Web 2.0 adını alan gelişmeler sayesinde internet kullanıcıları kendilerine ait içerikleri kolayca internette paylaşmaya ve mevcut içerik üzerinde de yetki sahibi olmaya başlamıştır

(Genç, 2010: 486). Üyelerinin çeşitli içerik türlerini kolaylıkla yayınlamalarına izin veren sosyal medya siteleri bu süreçte ortaya çıkarak gün geçtikçe hızla çoğalmaktadır. Öyle ki, Facebook, Youtube, Twitter gibi popüler sosyal medya kullanıcı sayıları, günümüzde çoğu ülkenin nüfus sayılarıyla yarışacak hale gelmiştir.

2.3 SOSYAL MEDYANIN ÖZELLİKLERİ

Mayfield(2008:5) sosyal medyanın özelliklerini şöyle sıralar:

- **Katılım (Participation):** Sosyal medyayı kullanan herkes içerik sağlayarak katılabilir aynı zamanda geri bildirimde bulunmasını da teşvik eder. Böylelikle içerik üretmek ve üretilen içeriklere geri bildirimde bulunma şeklinde katılım aktiftir.
- **Açıklık (Openness):** Çoğu sosyal medya araçları, katılım ve geribildirime açıktır. Oylamayı, yorum yapmayı ve bilgi paylaşımını teşvik eder. İçeriğe erişilmesi ve kullanılmasında engel kısıtlıdır. İçerik güvenilirliği şifre ile sağlanmaktadır.
- **Diyalog veya Karşılıklı İletişim (Conversation):** Geleneksel medyada içerik, yayıncı tarafından, izleyiciye aktarılırken; sosyal medya çift taraflı iletişime olanak tanıyan yapıya hâkimdir.
- **Topluluk (Community):** Sosyal medya hızlı ve etkili bir şekilde iletişime geçmek için imkân verir. Topluluklara kısa sürede ulaşma ve toplulukları büyütme yönüne sahiptir. Bu özelliğiyle, topluluklar sevdikleri fotoğrafı, politik bir konuyu ya da sevdikleri bir televizyon programını paylaşabilirler.
- **Bağlantılılık (Connectedness):** Sosyal medya araçlarının çoğu, diğer sitelere, araçlara, kaynaklara ve insanlara bağlantı vererek gelişmektedir.

Sosyal medya kavramının ilk kelimesi olan “sosyal”, bir kişinin diğer insanlarla olan karşılıklı iletişimi, bağlantılı olma özelliğini vurgulamaktadır. İkinci kelimesi olan “medya” ise bu bireylerin, iletişim sürecinde aracı olan yapıyı vurgulamaktadır. Yazılı, telgraf, telefon, radyo, televizyon, elektronik posta, web sitesi, fotoğraf, ses, video, cep telefonu, kısa mesaj gibi bu bağlantıları kurmak için kullanılan teknolojilerdir (Safkodan aktaran Bostancı, 2015: 54-55).

Sosyal medyanın gün geçtikçe daha yaygın ve etkili bir biçimde kendini göstermesi, geleneksel medyayı da etkiler hale gelmiştir. Geleneksel medyanın içerik üretmede tek yönlü olması, enformasyonun editöryal süreçlerden geçerek ekrana gelmesi gibi sebepler, sosyal medyayı daha kullanılır hale getirmiştir. Bu sebeple geleneksel medya kuruluşlarının sosyal medya araçlarından yararlanması veya kendi sayfalarını oluşturması kaçınılmaz hale gelmiştir.



Görsel 6: NTV facebook sayfası



Görsel 7: CNN Twitter Sayfası

2.4 SOSYAL MEDYANIN GELENEKSEL MEDYADAN FARKLARI

Sosyal medya ortamlarında gerçekleşen paylaşım, etkileşim, tartışma kültürünün oluşması ve yaygınlaşmasıyla dünya sınırlarını ortadan kaldırmaktadır. Sosyal medya kullanımıyla sınırlar yerine farklı yapılarıdaki “ağlar”, “ağ toplulukları” oluşmaktadır. Sosyal medya araçlarının gitgide artarak çoğalmasıyla bu ağların da

sınırları genişlemektedir. Bu genişlemelerle de katılımcılar yoğun bir biçimde sosyal paylaşımlar gerçekleştirmektedir. Sosyal medyanın bu duruma sebep olan özellikleri, onu geleneksel medyadan ayırır.

Sosyal medyanın, geleneksel medyadan farklarını şöyle sıralanmaktadır (Aktan, 2017: 60, Kara & Özgen, 2012: 12, Vural &Mat, 2010: 3352):

- **Erişim:** Sosyal medya ve geleneksel medya teknolojik alt yapıları, her ikisinin de genel kitleye erişime izin verir.
- **Erişilebilirlik:** Geleneksel medyada üretim yapmak genellikle özel şirketlerin ve hükümetlerin sahipliğindeyken; sosyal medya araçları herkes tarafından çok az veya hiçbir maliyet ödemededen kullanılabilir.
- **Kullanılabilirlik:** Geleneksel medya üretimi çoğunlukla uzmanlaşmış kişiler tarafından, belirli bir tecrübe veya eğitim gerektirirken; sosyal medya araçlarının çoğu için bu geçerli değildir. Tüm kullanıcılar üretimde bulunabilmektedir. Fakat üretimin içeriği de mutlaka dikkate alınması gereken bir konudur.
- **Yenilik:** Geleneksel medya iletişimlerinde meydana gelen süre farkı(son dakika olaylar haricinde), sosyal medyayla kıyaslandığında daha uzun olmaktadır. Sosyal medya araçlarından olaylar, durumlar, kişiler üzerinden habere veya bilgiye ulaşmak; geleneksel medyaya göre daha hızlı ve pratiktir.
- **Kalıcılık:** Geleneksel medyada içerik üretildiğinde değiştirilemez. Basıldıktan veya yayımlandıktan sonra bilgiler değiştirilemez, oysa sosyal medyada yorumlar düzenlenebilir veya değiştirilebilir.

Bu farklılıklar ışığında geleneksel medya ile sosyal medya, genel olarak iki yönden ayrılmaktadır: İlki, sosyal medyada içeriği kişiler ya da kurumlar özel olarak oluşturmaktayken; geleneksel medyada ise belirli bir yönetim ve işleyiş söz konusudur. İkincisi ise: Sosyal medya, geleneksel medyaya göre daha özgür ve denetimsizdir. Sosyal medyayı, geleneksel medyadan ayırıp cazip hale getiren en önemli özelliğinin ise, geri dönüşümün olması ve kurulacak ilişkiyi monologdan diyaloga götürme olanağı taşımasıdır.

2.5 SOSYAL MEDYA ARAÇLARI

1970'lerde gelişme gösteren yeni iletişim teknolojileri, internetin hayatımıza girmesiyle iletişim alanında yaşanan kolaylıklar, Web 2,0 döneminin sağladığı çift yönlü ve etkileşime dayalı iletişime geçiş sosyal medya araçlarının ortaya çıkmasını sağlayan evreler olmuştur. Son yıllarda mobil telefonların kullanım oranlarının artması da sosyal medya araçlarının kullanımını arttıran sebeplerden biridir.

Tüm bu gelişmeler, gün geçtikçe artmakta olan sosyal medya araçlarını ortaya çıkartmaktadır. Her geçen gün, yeni iletişim teknolojilerindeki gelişmeler bu araçların hızla ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Kısa vadede insan hayatının ayrılmaz bir parçası haline geldiğini “We Ara Social” internet ve sosyal medya istatistiklerine bakıldığında, bu durum her yıl biraz daha iyi anlaşılmaktadır. Son on yılın verilerine bakıldığında, bir önceki yıla göre dünyada internet ve sosyal medya kullanım oranları artmaktadır.

Bu başlık altında, yukarıda bahsedilen araştırma verilerine dayanarak sosyal medya kullanım oranlarına yer verilerek, en çok kullanılan sosyal medya araçları olan; Wikiler, Bloglar, Mikrobloglar, İçerik Paylaşım Siteleri, Podcastlar, Sosyal İmgeleme Siteleri, Sosyal Ağlar' a değinilecektir. Ardından ise, siyasal iletişim alanlarında facebook, instagram gibi araçlara göre daha çok kullanılan 'sosyal ağlar içerisinde yer alan bir mikroblog aracı olan 'Twitter' a yer verilecektir.

2.5.1 Wikiler

Hawai dilinde “hızlı” anlamına gelen wiki, kullanıcıların özgürce yeni sayfalar oluşturmalarına, bunları düzenleyebilmelerine ve birbirine bağlayabilmeye imkan veren web yazılımdır. Wikilerin ilk örneği, 1995 yılında Amerikalı olan Ward Cunningham tarafından oluşturulan 'wikiwikiweb' dir (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Viki>).

Wikiler, sosyal medyanın diğer araçlarında olduğu gibi bireylere aktif bir şekilde, bilgi içeriğini kendilerinin oluşturabileceği bir yapı sunar. Aynı zamanda sohbete (etkileşime) dayalı bilgi üretim söz konusudur. Bireyler sorular sorup cevaplar vererek bilgi oluşturur ve paylaşabilirler. Çoğu metinsel özelliklere sahip olmasına rağmen aynı zamanda fotoğraf, ses, video içeriklerini de bünyesinde barındırabilmektedir. Açık kaynak kodlu ücretsiz wiki kurma yazılımlarını edinen her kişi, kendi wiki'sini oluşturabilmektedir.

Özelliklerini şöyle sıralayabiliriz (Murugesan (2007)'den aktaran Aktan: 69):

- İlgili anahtar kelimeler girilerek, belirli bilgi veya konu hakkında wiki içerisinde araştırma yapmak
- Dipnot verme özelliği taşıyarak, gelişmekte olan konuların tartışılmasını sağlar
- Etkili ve verimli iletişim imkânı sunar
- Farklı bireylerin yeteneklerine ve gücüne dayanarak, işbirliğine dayalı çalışmalar ortaya koyar
- İçeriğin zamanla aşamalı olarak, genişletilmesini ve iyileştirilmesini sağlar
- Bir projenin planlanması, geliştirilmesi, uygulanması ve yönetilmesi gibi bilgi ve belge merkezi olma görevi üstlenir.

En bilinen wiki örneği, 2001 yılında yine Amerikalı olan Jimmy Wales tarafından kurulan **wikipedia.org**' dur.

2.5.2 Bloglar

Bireylerin düşüncelerini, fikirlerini, önerilerini ve yorumlarını paylaşabildikleri bir web sitesidir. Web 2.0 araçları içerisinde en hızlı gelişen ve en çok bilinen kısa web günlükleri olan bloglar çift yönlü iletişimin güçlü bir aracı olarak bilinir. Genellikle kullanıcılar kişisel paylaşım yaparlar ancak belirli konulara özgü yemek, politika, fotoğraf gibi paylaşımların yapıldığı tematik bloglar da yaygındır. Özellikle gazetecilik ve politika alanlarının birleşiminden meydana gelen e-devlet ve e-yurttaşlık uygulamaları, bloglar ekseninde tartışılan güncel konuların başında gelmektedir.

Bloglar gibi sosyal medya araçları sayesinde yeni bir kamusal alanın ortaya çıktığı ve bu kamusal alanın geleneksel medyaya göre daha zor manipüle edilebilir; daha katılımcı ve özgür olduğu iddia edilmektedir (Özüdoğru, 2014: 47). İlk uygulamaları iş dünyasında kullanılmış olmasına rağmen, teknoloji tabanlı işletmeler için web tabanlı proje yönetimleri olarak 1990'ların sonlarında kullanılmıştır. Artan internet kullanımıyla birlikte zaman içinde önemli derecede popülerlik kazanmış ve yapısında değişiklikler gözlenmiştir (Singh' den aktaran Aktan: 71).

İlk bloglar kullanıcılar tarafından oluşturulan internet siteleri şeklinde herhangi bir hizmet yardımı almadan teknik programlar aracılığıyla güncellenmekteydi.

Günümüzde ise blog hizmeti veren ve kullanıcıların işini oldukça kolaylaştıran Blogger, Wordpress, Livejournal ve Blogcu gibi birçok servis bulunmaktadır. Sosyal medyanın ilk araçlarından biri olan bloglar diğer sosyal medya mecralarıyla da bütünleşmiş bir şekilde çalışma özelliğine sahiptir (Bostancı, 2015: 60).

Blogların en bilinen örneği 1999 yılında hizmet vermeye başlayan, 2003 yılında Google tarafından satın alınan ve kullanıcılara ücretsiz yayın hakkı veren **blogspot**' dır.

2.5.3 Mikrobloglar

Blog ve anlık mesajlaşma arasındaki bir eylemi ifade eden mikrobloglar, insanların ne yaptıklarını kısa bir şekilde birbirleriyle paylaşmalarını sağlayan web temelli uygulamalardır. Özellikle mobil aygıtlar üzerinden kısa zamanda üretilen içerikler mikrobloglarda sıklıkla paylaşılmaktadır.

Başka bir ifadeyle mikrobloglar, sınırlı içeriğin online olarak ya da mobil telefonlar aracılığıyla gönderildiği küçük çaplı blogging ile anlık mesajlaşma ve sosyal ağları birleştiren bir araç olarak ifade edilir (Mayfield, 2008: 6, Zarella, 2010: 31, Aktan, 2017: 74). Mikrobloglara baktığımızda; en son gönderilerin en üstte yer aldığı 'ters kronolojik sırayla kısa girişler, içeriğin yayınlandığı sayfadan başka cihaz ve ortamlarda görüntülenebilme imkânını sağlayan 'içeriklerin taşınabilir olması', genellikle tek kişi tarafından kullanılan ve paylaşımının ifadelerini oluşturan 'öz ifade', diğer 'kullanıcılarla karşılıklı ilişki', herkesle veya tek kişiyle mesajlaşma imkânı sunan 'mesaj dağıtımı ve kontrol' özellikleri taşımaktadır.

FriendFeed, Jaiku, Pownce gibi rakipleri olmasına rağmen en çok bilinen ve kullanılan mikroblog uygulaması Twitter'dir. Siyasi paylaşımlar denildiğinde ilk akla gelen araçlar arasında olan Twitter, 2006 yılında Amerikalı Evan Williams, Biz Stone ve Jack Dorsey tarafından kurulup, kullanıcıların en fazla 280 karakter ile kendilerini anlatmalarına imkân veren en popüler mikroblog uygulamasıdır.

2.5.4 İçerik Paylaşım Siteleri

İçerik paylaşım sitelerinin temel ilkesi bireylerin belli biçimlerde, ellerindeki materyalleri diğerleri ile paylaşımına dayanmaktadır. Dijital fotoğraf makineleri,

kameralar, cep telefonlarındaki teknik ilerlemeler, internete erişim imkânlarının artması gibi sebeplerden dolayı içerik paylaşım siteleri popülerlik kazanmış durumdadır. Bu popülerliğin temel nedeni; içerik paylaşım sitelerinin tüm kullanıcılara video, resim, ses formatında çok yoğun bir teknik bilgiye ihtiyaç duyulmadan içerik oluşturma ve oluşturulan içeriği yayınlamak için milyonlarca kişiye ulaşmasını sağlamasıdır (Eryılmaz, 2014: 45).

İçerik paylaşımı ve düzenlemesine örnek verilebilecek belli başlı siteler şu şekildedir (Constantinides ve Fountain (2008: 233)' den aktaran Aktan: 76):

Video paylaşım uygulamaları: Google, Youtube, Etsylove vb.

Fotoğraf paylaşım uygulamaları: Flickr, İstagram vb.

Sosyal İşaretleme Uygulamaları: Digg, Delicious vb.

Açık ve Ekleme Yapılan Ansiklopediler: Wikipedia, Citizendium vb.

Yukarıdaki içeriklerine göre sınıflandırılmış siteler, zamanla içerikleri ve paylaşımları da zenginleşmiştir. Mesela İstagram fotoğraf paylaşım sitesi olmasına rağmen video da paylaşılabilen; video paylaşım diye adlandırılan siteler de fotoğraf da paylaşılabilir.

İçerik paylaşım siteleri arasında üçüncü bir model de, Power Point gibi uygulamaların eklenerek paylaşıldığı sitelerdir. Bu tür uygulamaların en bilinen örneği Slideshare' dir. Çeşitli kurum ve markalar, konu başlıkları ve durumlar için hazırlanan sunuları, kongre ve konferans sunuları gibi alt başlıklar şeklinde ekleyebilmektedir. Bu sitelerde sunu ekleyenler, sunuyu indirenler veya sadece sunuyu izlemek isteyenler birbirleriyle etkileşimde bulunabilmektedir (Alıkcı, 2011: 47).

Bu türden içerik paylaşım siteleri kullanıcıların siyasal amaçlı kullanımına da aracılık etmektedir. Kullanıcılar diğerleriyle politik fikirlerin dolaşımına olanak tanınması bakımından içerik paylaşım siteleri önemli araçlar arasındadır.

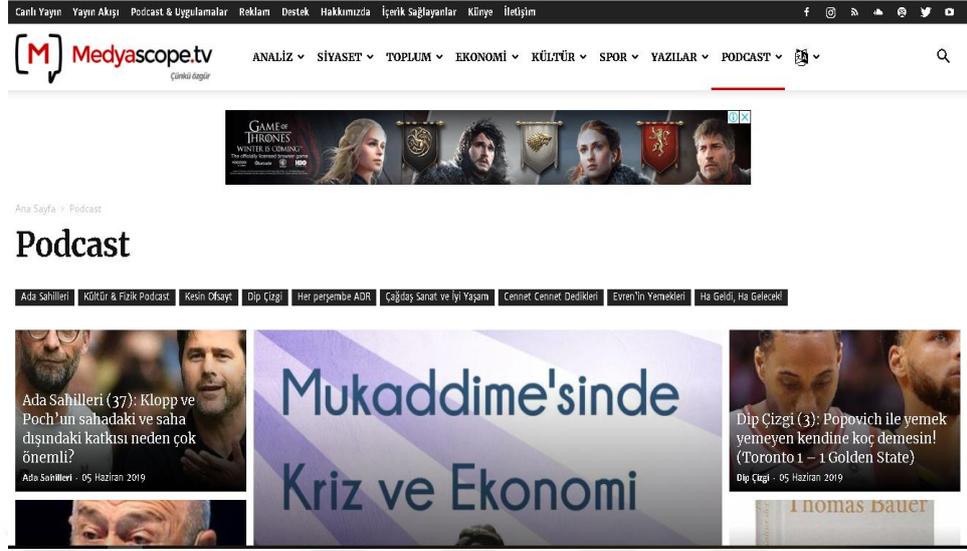
2.5.5 Podcast

Podcasting, çoğunlukla dizi halindeki dijital medya ürünlerinin internet üzerinden, genellikle feed yani geri besleme yoluyla bilgisayar veya taşınabilir cihazlara indirilecek şekilde yayınlanmasıdır. Bu şekilde indirilmiş dosyalara ise 'podcast' denilmektedir (wikipedi).

Genellikle ücretsiz olan Podcastleri, bireyler en çok bilgisayarlarından dinlemektedir. Podcast'lerin en çok dinlenme yöntemleri, bilgisayarlardan "play" tuşuna basarak online dinlemek, önceden Podcast'in bilgisayara yüklenmesiyle çevrimdışı dinlemek, RSS aboneliğiyle güncellemelerin otomatik olarak yüklenmesi ile istenildiği zaman dinlemek şeklinde gerçekleşir (Alıklılıç, 2011: 117). Podcastlerin en önemli özelliği ise, katılımcılık anlayışıyla ticari, kültürel ve siyasi tüm kurumlar için zaman sınırı olmadan iletişim kurulmasına izin vermesidir. Podcast'lerin eş zamansız iletişim tarzı da aktif hedef kitlelere ulaşmak, Podcastleri dinleme ve indirmelerine olanak sağlamasıdır.

Günümüzde ister geleneksel yayıncılık ister yeni medya ortamlarındaki yayıncılıklarda olsun, birçok medya popcast sayesinde siyasal içerikli mesajların oluşturulması ve diğer kullanıcı grupları arasında etkileşimlerin gerçekleştirilmesi açısından da sesli politik mesajların ilgili çevrelere yayılmasını sağlamaktadır. Siyasal çevrelerin hedef kitlelere ulaşımında etkin bir araç olarak kullanılmaktadır.

Günümüzde internetin ve yeni medya araçlarının kullanımıyla özgür ve bağımsız aynı zamanda çalışma ortamında hiyerarşi olmaksızın habercilik yapabilmeyi başarmış Medyascope TV, popcast ve periscope yeni medya araçlarını kullanarak günümüzde haber programcılığı yapabilmektedir. Medyascope TV'nin internet sayfasına girildiğinde, geçmiş yayınlara ulaşabilmek için en sağ üstte podcast bölümü oluşturulduğu görünmektedir.



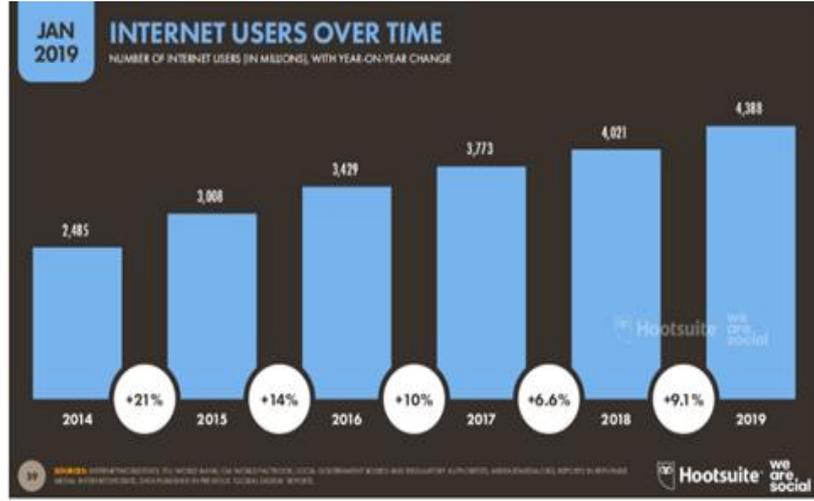
Görsel 8: Medyascope Tv internet sayfasının 'podcast' bölümü

2.5.6 Sosyal İmlleme (İşaretleme) Siteleri

Sosyal imleme siteleri, bireylere beğendikleri web sayfalarını çevrimiçi olarak saklamasına, notlar almasına ve bu süreci yönetebilmesine izin veren web 2.0 uygulamalarından biridir. Bu tür sitelerde kullanıcılar, internet üzerinde herhangi bir siteyi beğendiklerinde onu Internet Explorer, Mozilla Firefox, Safari ve Chrome gibi tarayıcılarda favoriler kısmına kaydeder. Bu işaretleme yani 'imleme' o web sitesinin kaydedilmesi anlamına gelmektedir. Beğenilen bu web sayfalarının sosyal medya ortamlarında ilişkide bulunan diğer kullanıcılar arasında paylaşılması ise sosyal imleme anlamına gelmektedir. Sosyal imleme aynı zamanda kullanıcıya kendi yer işaretlerini herkese açık olarak saklayabilme imkânını da vermektedir (Aktan: 80).

Kişisel kullanımlardan, ticari işletmelere ve siyasi kurumlara kadar imleme çok geniş alanda kullanılmaktadır. Örneğin bir seyahat acentesi tarafından paylaşılan bir fotoğraf "tatil", "gezi", "eğlence", "kumsal", "güneş", "dinlenme" gibi kelimelerle işaretlenirse diğer kullanıcıların bu kelimeleri kullanarak yaptıkları aramalarda bu fotoğraflara ulaşmalarına söz konusu olur. Bir markaya ait fotoğraf ya da benzeri bir içerik de farklı kelimeler kullanılarak işaretlenebilir.

Etiket koleksiyonlarındaki görsel tarama sırasında kullanıcının dikkatinin çekilmesi farklı yollarla gerçekleştirilir. Genelde bir etiket bulutu kullanıcı ara yüzünün



Görsel 10: We Are Social Dünya İnternet Kullanım Oranı

Türkiye’de ise internet kullanımı ve internetin hangi araçlar ve uygulamalarla kullanıldığına dair veriler aşağıda aşağıda şu şekilde verilmiştir:



Görsel 11: We Are Social Türkiye de İnternet Kullanım Araçları

84,44 milyonluk nüfusunun %93’ ü mobil hat kullanıcısıdır. Nüfusun %72’ si internet kullanıyor. %63’lük nüfus sosyal medyada aktif bir şekilde vakit geçirirken; nüfusun %53’ü de sosyal medyayı mobil telefonlar üzerinden kullanmaktadır.

Günlük bütün cihazlarla internette geçirdiğimiz süre ise 7 saat 15 dakikadır. Bu sürenin 2 saat 46 dakikası sosyal medyada, 3 saat 9 dakikası televizyon karşısında, 1 saat 15 dakikası müzik dinleyerek geçirilmektedir.

1990'lı yılların sonuna doğru kendini göstermeye başlayan sosyal ağlar, farklı türlerdeki çevrimiçi topluluğu bünyesinde barındıran web sitelerine verilen ortak bir isimdir (Aktan, 2017: 84). Sosyal medya yerine bazen sosyal ağlar terimi kullanılsa da; sosyal ağlar, sosyal medya çatısı altında güçlü bir sınıfa temsil etmektedir. Sosyal ağ araçları, diğer sosyal medya araçlarını da bünyesinde barındırarak hizmet vermektedir (Bostancı, 2015: 66). Bu sebeple herhangi bir sosyal ağ sitesi hem blog, hem mikrobilg, hem fotoğraf-video-ses paylaşımı hem de konum bildirim gibi sosyal medya araçlarının teknik özelliklerini kapsamaktadır. Sosyal ağların temel amacı, sosyal etkileşim ve bağlantı olarak nitelendirilirken; etkileşim, işbirliği, sosyal ilişki ve bilgi değişimi ise genel özelliklerini oluşturmaktadır (Usluel, Demir ve Çınar, 2014: 2).

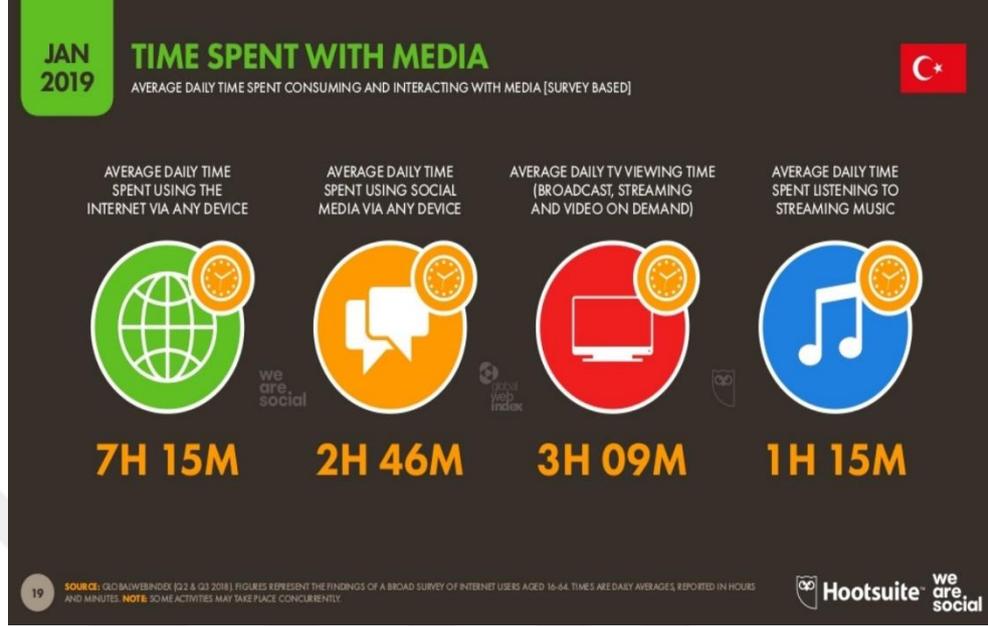
Sosyal Ağlar kullanım amaçlarına göre ayrılmaktadır. Facebook, Google+, MySpace gibi sosyal ağlar sosyalleşme odaklı iken LinkedIn, Xing gibi sosyal ağlar ise iş, yaşam ve kariyer odaklıdır. Bunların dışında müzik ve eğitim gibi farklı odaklara sahip sosyal ağlar da mevcuttur. İnternet kullanıcıları, sosyal ağlarda yer alarak, kendilerini tanımlayan profil oluşturmak ve ilgi alanlarına göre gruplara katılarak gruptaki diğer kişilerle etkileşim içerisinde hareket edebilmektedirler.

Dawley (2009: 111), bir çok içeriğe sahip olan sosyal ağ sitelerini şu şekilde katagorize eder:

- MySpace, Facebook, Twitter gibi 'sosyal siteler'.
- Flickr, PhotoBucket gibi 'fotoğraf paylaşım siteleri'.
- Youtube gibi 'video paylaşım siteleri'.
- LinkedIn, Ning gibi 'profesyonel ağlar'.
- Blogger, Wordpress gibi 'bloglar'.
- Wetpaint, PBWiki gibi 'wikiler'.
- Merlot, SLoog gibi 'içerik etketleme'.
- SL, Active Worlds, There, Whyville, Clup Penguin ve HiPiHi gibi 'sanal kelimeler'.

Özellikle 2000' li yıllardan sonra sosyal medya araçlarının ve sosyal medya ağlarının hızla artmasıyla dünya üzerinde günlük internette vakit geçirme süresinin

giderek artmakta olması ve bu artışın sosyal ağlar üzerinde yoğunlaşması da dikkat çekicidir.



Görsel 12: We Are Social Türkiyede Medyada Geçirilen Zaman Süreleri

Dünya üzerinde en çok ziyaret edilen web sitesi, araştırma kategorisinde yer alan Google, uzun süreden beri ilk sırada yer almaya devam etmektedir. Diğer en çok ziyaret edilen site, sosyal medya platformlarının video ayağı olan Youtube ve uzun süreden beri en çok kullanılan sosyal ağ topluluğu olan Facebook'tur. Facebook'tan sonra aynı kategoride yer alan, Twitter ve Instagram gelmektedir. Türkiye'de de en çok ziyaret edilen ilk üç sitenin Google, Youtube, Facebook ve daha sonra Twitter olduğu görülür.

JAN 2019 **WORLD'S MOST VISITED WEBSITES (SIMILARWEB)**
SIMILARWEB'S RANKING OF THE WORLD'S MOST VISITED WEBSITES, BASED ON TOTAL GLOBAL WEBSITE TRAFFIC.

#	WEBSITE	CATEGORY	TIME PER VISIT	#	WEBSITE	CATEGORY	TIME PER VISIT
01	GOOGLE.COM	SEARCH	09M 12S	11	AMAZON.COM	SHOPPING	06M 18S
02	YOUTUBE.COM	VIDEO	21M 36S	12	XVIDEOS.COM	ADULT	12M 34S
03	FACEBOOK.COM	SOCIAL	11M 44S	13	XINXI.COM	ADULT	14M 39S
04	BAIDU.COM	SEARCH	06M 53S	14	AMPROJECT.ORG	NEWS	03M 53S
05	WIKIPEDIA.ORG	REFERENCE	03M 45S	15	LIVE.COM	EMAIL	07M 15S
06	YAHOO.COM	PORTAL	06M 26S	16	VK.COM	SOCIAL	16M 50S
07	TWITTER.COM	SOCIAL	09M 14S	17	NETFLIX.COM	VIDEO	09M 14S
08	FORNHUB.COM	ADULT	10M 16S	18	QQ.COM	PORTAL	04M 00S
09	YANDEX.RU	SEARCH	10M 43S	19	MAIL.RU	PORTAL	07M 38S
10	INSTAGRAM.COM	SOCIAL	06M 25S	20	REDDIT.COM	SOCIAL	09M 13S

NOTES: SIMILARWEB'S RANKING IS BASED ON THE AVERAGE OF VISITORS PER VISIT, BASED ON THE AVERAGE OF VISITORS PER VISIT, BASED ON THE AVERAGE OF VISITORS PER VISIT. THE TRAFFIC RANKING IS BASED ON THE AVERAGE OF VISITORS PER VISIT, BASED ON THE AVERAGE OF VISITORS PER VISIT. THE TRAFFIC RANKING IS BASED ON THE AVERAGE OF VISITORS PER VISIT, BASED ON THE AVERAGE OF VISITORS PER VISIT.

Hootsuite we are social

Görsel 13: We Are Social 2019 yılında Dünyada en çok ziyaret edilen siteler

JAN 2019 **SIMILARWEB'S TOP WEBSITES**
RANKING OF WEBSITES BY AVERAGE MONTHLY TRAFFIC

#	WEBSITE	CATEGORY	MONTHLY TRAFFIC	TIME PER VISIT	PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM.TR	SEARCH	1,777,200,000	09M 12S	7.1
02	GOOGLE.COM	SEARCH	1,131,600,000	09M 36S	8.5
03	YOUTUBE.COM	TV & VIDEO	816,100,000	23M 28S	10.6
04	FACEBOOK.COM	SOCIAL	490,800,000	11M 16S	11.9
05	TWITTER.COM	SOCIAL	181,100,000	11M 20S	10.7
06	HURRIYET.COM.TR	NEWS	144,600,000	08M 00S	8.1
07	INSTAGRAM.COM	SOCIAL	142,700,000	06M 01S	19.5
08	YANDEX.COM.TR	NEWS	134,700,000	09M 18S	10.4
09	EKISIZLIK.COM	REFERENCE	120,700,000	04M 37S	4.8
10	SAHIBINDEN.COM	SHOPPING	107,200,000	11M 28S	20.5

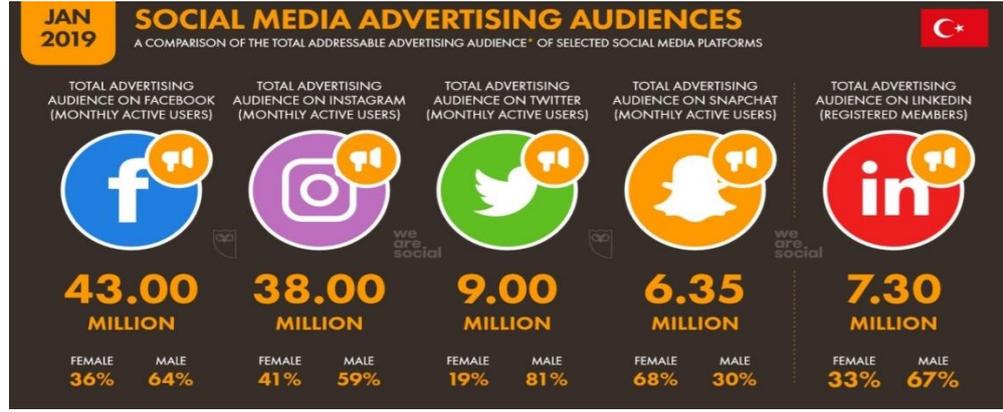
NOTES: SIMILARWEB'S RANKING IS BASED ON THE AVERAGE OF VISITORS PER VISIT, BASED ON THE AVERAGE OF VISITORS PER VISIT, BASED ON THE AVERAGE OF VISITORS PER VISIT. THE TRAFFIC RANKING IS BASED ON THE AVERAGE OF VISITORS PER VISIT, BASED ON THE AVERAGE OF VISITORS PER VISIT. THE TRAFFIC RANKING IS BASED ON THE AVERAGE OF VISITORS PER VISIT, BASED ON THE AVERAGE OF VISITORS PER VISIT.

Hootsuite we are social

Görsel 14: We Are Social 2019 yılında Türkiye'de en çok ziyaret edilen siteler

“Türkiye’de yoğun kullanıma sahip olan ve siyasal iletişime olanak tanıyarak siyasal katılımı etkilediği düşünülen sosyal ağ siteleri Facebook, Twitter, MySpace, Instagram, Google+ ve Youtube’ dır” (Aktan, 2017: 91).

2019 verilerine baktığımızda ise, Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya platformlarının 43 milyon kişiyle Facebook, 38 milyon kişiyle Instagram, 9 milyon kişiyle Twitter ve 6.35 kişi sayısıyla Snapchat olduğu görülür.



Görsel 15: We Are Social Türkiye'de, 2019 yılında sosyal medya uygulamaları kullanımı

Twitter'ın, Türkiye'de özellikle gezi protestoları gibi toplumsal ve siyasi boyutta yankı uyandıran olaylar sırasında daha çok tercih edildiği ve bunun sosyal medya platformlarını kullanım oranına daha çok yansıdığı görülmüştür. Bu sebeple çok sayıda olan sosyal ağlar içerisindeki alanımızı daraltarak; 'siyasal iletişim'in bir sosyal medya platformu olarak ve siyasi temalarda daha çok kullanıldığını göz önünde bulundurularak Twitter ele alınacaktır.

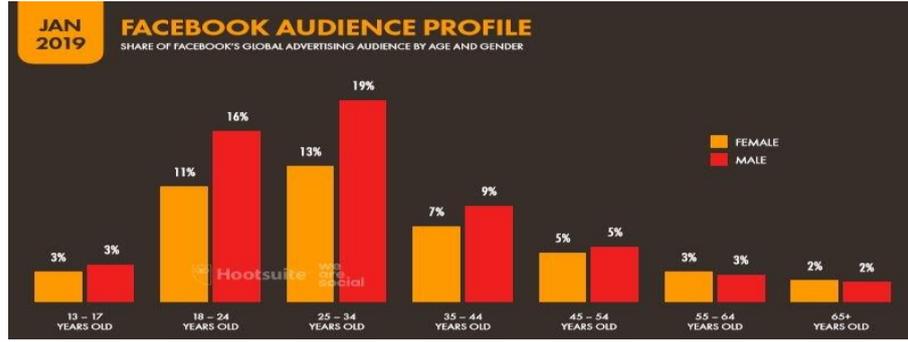
2.5.7.1 Twitter

Twitter, Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone tarafından 2006 yılında kurulmuştur. Jack Dorsey aynı zamanda Twitter'ın CEO'su olarak da bilinmektedir. Jack ve arkadaşlarının Twitter'ı kurarken ki temel düşünceleri; kullanıcıların duygularını arkadaşlarıyla en kısa ve kolay yolla nasıl paylaşılabilir sorusuna cevap veren bir sosyal ağ inşa edebilmektir. Bu yüzden ilk kurulduğunda en fazla 140 karakter, 2017 yılından itibaren de 280 karakterle kendilerini ifade edebilme imkânı taşıyan bir mikroblog aracı olan Twitter'ı oluşturmuşlardır.

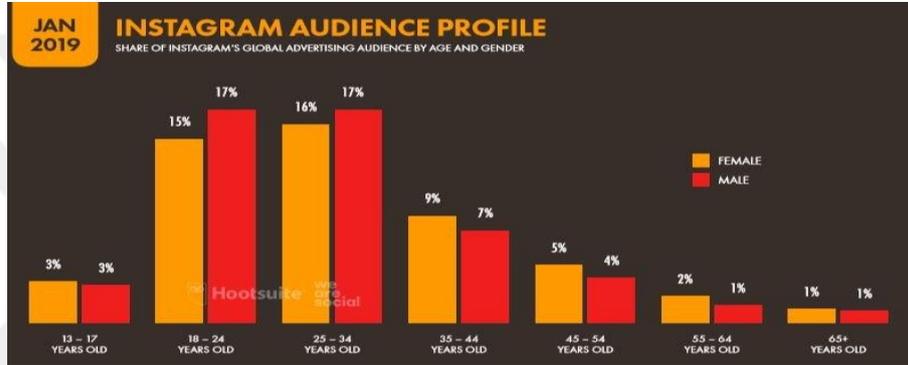
Twitter sadece genel amaçlı bir bilgi paylaşım ağı değildir. Politik fikirlerin yayılması için de kullanıcılara ideal bir platform niteliğindedir. Politikacılar, siyasi partiler, politik dernekler gibi siyasi kurumlar, siyasi tartışmalar yapmak, bu amaçla kullanıcıları desteklemek ve onlarla doğrudan diyalog kurmak gibi amaçlarla bireysel ve grupsal kullanıcılara olanak tanıyan yapısıyla önemli bir siyasi araçtır (Stieglitz ve Dang-Xuan' dan aktaran Aktan: 93).

Kendi içerisinde, hanstag, mention, retweet gibi kavramları barındıran Twitter aynı zamanda 23'ten fazla dil seçeneğini desteklemektedir. Herkesin kolaylıkla kullanabileceği bir yapıya sahip olmasıyla, özellikle sanat, politika ve medya camiasından popüler kişilerin kullanıcılara geleneksel medya organları olmaksızın, hızlı bir şekilde etkileşim halinde olmasını sağlamaktadır. Twitter'ın yapısal özelliğine kısaca değinecek olursak: Tweetler'de "takip" fonksiyonu aracılığıyla kullanıcılarla etkileşim kurulmaktadır. Kullanıcı istediği kişiyi, grubu veya herhangi bir kuruluşu herhangi bir onaya gerek kalmaksızın takip butonuyla takip edebilmekte, "tweet" adı verilen paylaşımlarını görebilmekte ve paylaşımlarına aktif bir şekilde "tweet"ler aracılığıyla beğenme, yorum yapma gibi işaretlemeler üzerinden katılabilmektedir. Bu katılım ile kullanıcı aynı zamanda günümüz kamusal alanının yeni mecrası olan sosyal medyada kendini var edebilmekte ve politize olabilmektedir. Takip edilen kişi, grup ya da kurumun aynı zamanda tüm paylaşımları diğer sosyal ağlardaki özellikler gibi takipçinin kendi sayfasından görülmektedir. Tweet adı verilen paylaşımlara, yanıtlama seçeneği kullanılarak geri bildirim mekanizması ile katılım sağlanmaktadır. "Retweet" ise Twitter'da, paylaşımı yapılan tweetler üzerinden farklı kişiler aracılığıyla tekrar paylaşılmasına verilen yöntemdir. Böylelikle "retweet" yöntemini kullanan bir siyasi aktörün attığı tweet, takipçi sayfasında da görülmekte ve daha çok kişiye ulaşımı sağlanabilmektedir.

2019 Twitter istatistiklerine göre dünya üzerinde 250 milyon Twitter kullanıcısı bulunmaktadır. Facebook ve Instagram platformlarının Twitter'a göre daha çok kullanılma sebebi sorgulandığında karşımıza yaş gruplarındaki farklar göze çarpmaktadır. 2.12 milyara ulaşan Facebook kullanıcılarının geneline yakını 18-34 yaşları arasında olduğu gözlenirken; 800 milyon Instagram kullanıcısının 1/3' ü 18-34 yaş arasındadır.

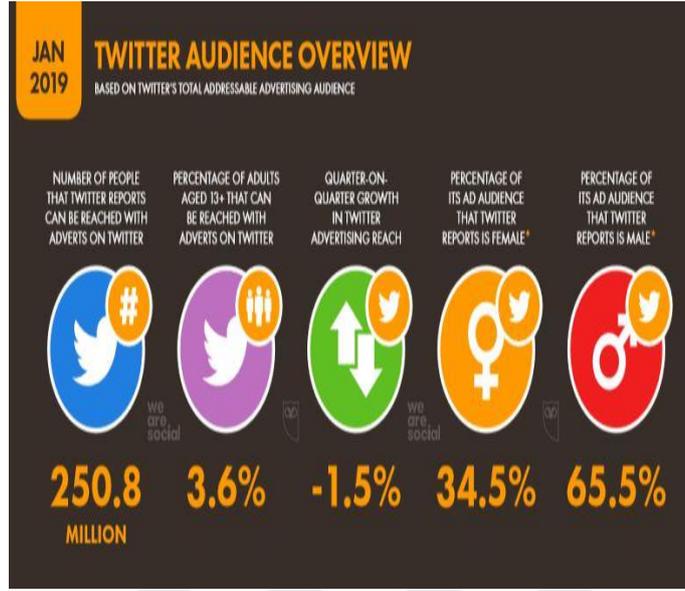


Görsel 16: Dünya Üzerinde 2019 Facebook Kullanımının Yaş Dağılımı

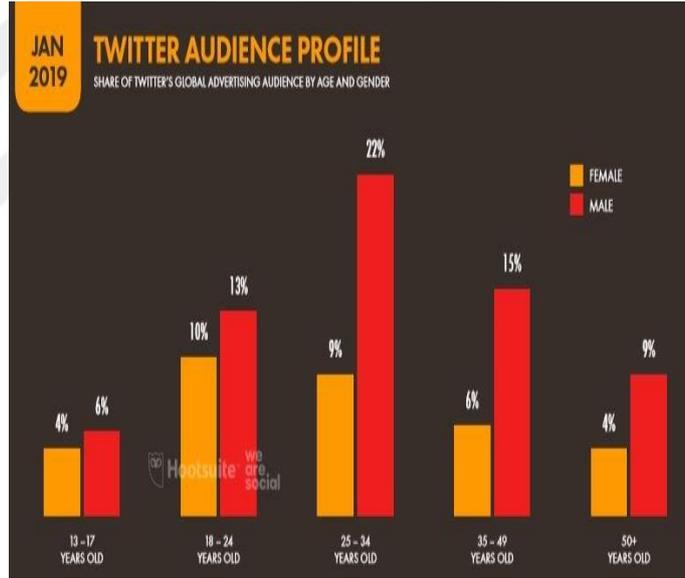


Görsel 17: Dünya Üzerinde 2019 Instagram Kullanımının Yaş Dağılımı

Twitter kullanımındaki ise en büyük farkın yaş dağılımı ve cinsiyet üzerine olduğunu görürüz. Twitter'ın %65,5'lik kısmını erkekler oluşturmaktadır. Facebook' un % 57'sini erkekler oluştururken, Instagram'da bu oran %49,7'dir. Twitter da ise kullanıcılarının yarısından fazlası erkek ve yaş gruplarının daha yüksek olduğu görülür.



Görsel 18: We Are Social Twitter'ın Genel Cinsiyet Kullanımı



Görsel 19: We Are Social Twitter'ın genel yaş dağılımı.

Twitter'ın Instagram gibi görsel dayalı diğer sosyal medya araçlarından farklı kılan yanı vardır. Instagram içerik yönlendirmesine izin vermez. Yani paylaşımda bulunduğunuz görsel sayfada kalır veya diğer kullanıcılar paylaşımlarının farklı kişilere yönlendirme yapılmasına izin verilmez. Twitter ise içerik ağırlıklı paylaşım sitesidir. Paylaşılacak tweet her ne ise çarpıcı olmasının yanı sıra kısa bir başlıkla paylaşım ve paylaşımların da retweet yapılarak daha çok kişiye ulaşılmasını sağlar.

Öyleyse Twitter'ın diğer daha çok kullanılan sosyal ağlar olan Facebook ve Instagram'dan ayıran kendine has özelliklerine bakıldığında:

- Erkek kullanıcıların sayısı daha fazladır.
- Yaş dağılımı dengelidir; gençler daha fazla olmakla birlikte Twitter'ı daha çok yaşlı nüfus kullanmaktadır.
- İçerik paylaşımı ön plandadır.

Buradan çıkan sonuca göre, kurumsal veya siyasi amaçlarla paylaşım yapılan kesim düşünüldüğünde, Twitter'ın daha çok siyasi mecralar tarafından tercih edilmesi olası sonucunu çıkartır. Çünkü dünya üzerinde siyaset adamları, kadınlardan daha fazla ve yaş grubu da genç kesimin üzerindedir. Diğer yandan gençlere daha çok seslenmeyi hedefleyen bir siyasetçi Facebook ve Instagram'ı daha aktif kullanması gerektiği sonucu çıkmaktadır. Pazarlama açısından düşünüldüğünde de aynı etkenler söz konusu olarak, ürün pazarındaki kitleye daha çok hitap edilmesi düşünülen sosyal medya platformları seçilerek etkisini göstermesi gerekecektir.

2.6 KURAMSAL BİR ÇERÇEVE OLARAK 'AĞ TOPLUMU' KAVRAMI

Yeni iletişim teknolojilerinin küresel çapta ve sistematik bir şekilde tam anlamıyla örgütlenmesi 19. yüzyılda gerçekleşmiştir. İletişim kavramını, yüz yüze veya fiziki alana bağlı olma özelliğinden çıkartarak, yeni teknolojilerin insan hayatının her alanına dâhil olmasıyla birlikte ekonomik, siyasal ve askeri güç unsurlarıyla da doğrudan ilişkili bir hale gelmiştir. Küresel iletişim ağlarının farklı zamanlarda farklı şekillerde gelişme göstererek evrimleşmesiyle geline 21. Yüzyılda ise, değişim her alanda yayılarak yaşanan toplumun tahlilinin; 'bilgi toplumu', 'enformasyon toplumu', 'ağ toplumu' gibi isimlerle sonuçlanmasına sebep olmuştur.

Yaşanılan çağın yukarıdaki isimler ile adlandırılmasına sebep olan teknik gelişmeleri bilmek ve bu teknik gelişmelerin küresel anlamda toplumları, alt tabakadan üst tabakaya kadar her alanda nasıl etkilediğini göstermek koşuluyla, günümüz siyasal alandaki yansımalarına bakmamız mümkündür. Bu teknik gelişmelerin başlangıcını ve dönüm noktalarını açıklayanlardan biri de John B. Thompson' dur. Ona göre küresel

iletişim ağlarının oluşmaya başlamasında üç önemli gelişme söz konusudur. Bunlardan ilki 1860'ların ortalarında Avrupa imparatorlukları tarafından denizaltı kablolarının döşenmesiyle, denizaltı endüstrisinin ve ardından telgrafın hızla gelişmesidir. Thompson' a göre bu girişim, iletilerin iletme kapasitesi, ulaşımın zaman tüketimi sürecinden hızla ayrıldığı ilk küresel iletişim sistemlerinin oluşumuydu. İkinci önemli olay, yine 19. yüzyılda gerçekleşen, haber ajanslarının kurulmasıdır. Haber ajanslarının kurulmasıyla, dünyanın birçok yerinde haber toplama ve yayma işlemini sistematik bir şekilde yapılarak, küresel çapta etkili ve çok yönlü iletişim ağları yaratılmıştır. Böylece, ajanslardan alınan haberlerle gazeteler enformasyon kaynağı olarak dünyada işlerlik kazanır hale gelirken, haber ajansları da hâkimiyet alanını arttırmada iletişim ağlarına bağlantılı hale gelmiştir. Küresel iletişimde önemli rol oynayan üçüncü gelişme ise, elektromanyetik dalgaların kullanımıyla yeni enformasyona dayalı iletişim araçlarının ortaya çıkmasıdır. Elektromanyetik dalgaların iletişim amacıyla kullanılmasıyla, kara ve denizde sabit kablo kullanımına ihtiyacı kalkmış, enformasyonun geniş mesafelere yayılım dönemi başlamıştır. Bu yayılımı destekleyen teknolojik gelişmelerle küresel iletişimde yeni bir dönem başlamıştır. Artık enformasyona ulaşım, küresel düzeyde daha verimli daha hızlı ve anlık hale gelmiştir. 1960'larda iletişim uydularının başarıyla fırlatılmasıyla da elektromanyetik aktarımlı iletişim ağı, küresel boyuta ulaşmıştır (Thompson, 2008: 231-241).

Yeni iletişim teknolojilerinden yola çıkarak günümüz dünyasının ekonomik gidişatı üzerine düşünerek *Ağ Toplumu* kuramını geliştiren Castells ise, diğerlerinden farklı olarak enformasyon toplumunu analizlerinde sıkça bahsedilen; bir ilerleme sonucu olarak gelişen, tarım, sanayi, sanayi sonrası toplum ayrıştırmalarını kabul etmemektedir. Ona göre enformasyon toplumu basit bir şekilde “Bütün diğer sektörlerin ortadan kalktığı bir hizmet toplumu olarak ele alınmamalıdır. Bilgi ve enformasyonun kullanımı önemlidir ancak ekonominin herhangi bir sektörü için tek başına ayırt edici bir unsur değildir” (Timisi' den aktaran Çalışkan, :40).

Castells' göre toplumsal değişim ekonomik olmaktan öte örgütseldir. Yüzyıllar boyunca Batı dünyasında kilise ve siyaset, toplumun değer ve kaynakları üzerinde diledikleri gibi hüküm sürdürmüş ve kendi çıkarlarına göre toplumu yönlendirmişlerdir. Ancak bilgi ve teknolojinin kendini göstermesiyle kilise ve siyaset odaklı hâkimiyet giderek zorlaşmıştır. Nasıl ki matbaanın kullanımıyla, kitapların seçkinler dışındaki

kesime; kitlelere ulaşarak, bilgi yayılımı çoğalmış kilise üzerinden yrtlen siyaset anlayışı yıkılarak Rönesans döneminin temelleri atılmışsa; yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle ve toplumdaki kullanımı arttıka ekonomi ve siyasette yeni orgtlenme Şekilleri ortaya çıkmıştır. Medya araçlarıyla dayatılan kültür endüstrisi, politik kampanyalar ve organizasyonlar toplumu etkiler hale gelmiştir. Bilginin merkezde yer aldığı günümüz toplumlarında, bilginin üretim ve dağıtım aracı olan medya, küresel ekonominin önemli bir kesitini oluşturmuş haldedir. Böylelikle günümüz küresel ekonominin işleyişinde, bilgi işçileri önemli bir aktör haline gelmiştir (Güngör, 2018: 173).

Castells'e göre her yüzyılın ekonomik yapısına göre kalkınma biçimleri de farklılık göstermektedir. Örneğin; tarımsal kalkınma biçiminde artı değer artışının kaynağında üretim sürecindeki emek, doğal kaynakların artışı ve bu kaynakların doğal olarak kullanımı vardır. Endüstriyel kalkınma biçiminde, üretkenliğin temel kaynağı, yeni enerji kaynaklarının devreye girmesinde, üretim ve dağıtım süreçleri boyunca enerji kaynaklarını merkezsizleştirme becerisi yatar. Yeni enformasyonel kalkınma biçiminde ise üretkenliğin kaynağı bilgidir. Bunu Castells'in şu sözleriyle açıklamak yerinde olacaktır:

“Yeni , enformasyonel kalkınma biçiminde, üretkenliğin kaynağı, bilgi üretme, bilgi işleme ve sembollerle iletişim teknolojisinde. Kuşkusuz, bilgi ve enformasyon bütün kalkınma biçimlerinde kritik unsurlardır; çünkü üretim süreci her zaman belli bir bilgi düzeyine ve enformasyonun işlenmesine dayalıdır. Ancak enformasyonel kalkınma biçimlerine özgü olan şey, bilginin üzerine bilgi gelmesi eyleminin bizzat üretkenliğinin ana kaynağı olmasındır” (Castells, 2013: 20).

Böylelikle, yeni iletişim teknolojilerin getirdiği değişimlerle küresel ekonomide kalkınma biçimi, kısaca bilgiye hakim olma becerisidir. Bununla birlikte, küresel ekonomi ortamı ya da ‘ağ ekonomisi’nde yer alan: İş, işçi ve işyeri kavramları da değişmiştir. Ağ ekonomisinde ürün bilgi, işçi bilgi üreten, işyeri ise ağ ortamıdır. Böylelikle ağ ekonomisinde, ağ ortamında yer almak için ofis gibi kapalı çalışma

alanlarına gerek yoktur. Elindeki bir mobil telefonla birlikte internet üzerinden ağa katılıp, üretim yapabilir. Bu durum aynı zamanda önceki dönemlerde iş-işyeri ayrımı ve çalışma saatleri gibi konularda esneklik getirdiğini mekansal ve zamansal sınırlamanın kalktığına da göstergesidir (Güngör,2018: 173)

Castells' göre enformasyonel toplum dendiğinde “enformasyon üretimi, işlenmesi ve aktarımının, bu tarihsel dönemde ortaya çıkan yeni teknolojik koşullar nedeniyle üretkenliği ve gücün temel kaynakları haline geldiği, özgül bir toplumsal örgütlenme biçimi” olarak düşünmemiz gerekir (2013: 25). Burada vurgulanması gereken, enformasyonel toplum derken, enformasyonun toplumda önemi vurgulanır ancak; enformasyonel toplum denilebilmesi için bu önemin ötesinde, toplumun her alanında temel ihtiyaç haline gelen, bütün toplumlarda geçerli olan, enformasyon merkezli sistematik bir ‘örgütlenme şeklinin’ gerekli olmasıdır.

Castells aynı zamanda enformasyon toplumlarının özelliklerinden bahsederken, onların hala kapitalist olduğunu vurgulamaktadır. Burada enformasyonelizmin, kapitalist sonrası bir toplum düzeni olarak ortaya çıkmadığını vurgulamaktadır. Fakat bunun yeni bir tür kapitalizm olduğunu ve bu farklılığı: “Üretim artışının kaynağı olarak yenilikçiliğe; değer biçme kriterleri, enformasyon çalkantılarından etkilenen bilgisayar ağları oluşturmuş küresel finans piyasalarına; üretim ve idarenin hem içeride hem dışarıda, yerel ve küresel ağlar oluşturmaya: esnek ve uygulanabilir olan emeğe dayanır” şeklinde ifade etmektedir (Castells, 2016: 67). Enformasyon çağını diğer çağlardan ayıran şey, toplumsal yapılar içerisinde ağların merkezi önem taşımasıdır. Yeni iletişim teknolojilerinin getirişiyle, bilgi yani enformasyona dayalı bir ‘ağ toplumu’ oluşarak, küresel düzeyde ekonomik, siyasi, toplumsal tüm katmanların etkilenmesi ve değişmesi söz konusudur. Bu yüzden de sadece enformasyon teknolojilerinin kullanımının getirisi vurgulanmaz. Bu getirinin ekonomik, siyasal ve toplumsal her alanda bir değişime gidilmiş olmasıyla yaşadığımız yeni çağa ‘enformasyon çağı’ adlandırması yapılır. Bu çağ’da var olmak ‘ağ’ a dahil olmayı gerektirir. Bu yüzden, enformasyon çağının toplum yapısına da ‘ağ toplumu’ denilmektedir.

‘Ağ toplumu’ kavramı günümüz toplumlarının iktidar ilişkilerini, üretim, yatırım ve bilgi formlarını ‘bilgi toplumu’ kavramına göre daha iyi açıklar. Yeni iletişim teknolojileriyle donanmış günümüz toplumlarında artık ulus devlet, siyasal iktidar gibi

yapıların yerini, bilgisayar, akıllı telefonlar gibi yeni iletişim araçları ve internet aracılığıyla belirlenen yeni toplumsal ilişkiler ve yeni güç odakları almaya başlamıştır. Casells'e göre bu yeni güçlerin etki ve hareket alanı devletin sahip olduğu güçten daha fazladır. Öyle ki pazar hareketlerinin bu yeni iletişim teknolojileriyle yönlendirildiği ve ağı dışında kalanların ise güçlerini kaybetmeleri de söz konusudur (Güngör: 213).

Buraya kadar olan kısımları toparlayacak olursak, 20. yüzyılın son çeyreğinde yaşanan enformasyon teknolojisi devrimleriyle, dünya çapında yeni bir ekonomi ortaya çıkmıştır. Castells, bu ekonomiyi enformasyonel, küresel ve ağ örgütlenmesine dayalı olarak nitelendirmektedir. Bu ekonomideki birimlerin ya da ajanların (şirketler, bölgeler, ülkeler) üretkenliği, reket gücü olarak her şeyin temelde bilgiye dayalı enformasyon üretme, işleme ve uygulamaya bağlı olduğu için "enformasyoneldir". Üretim, tüketim ve bunların bileşenlerinin (sermaye, emek, hammadde, yönetim, enformasyon, teknoloji, piyasalar) de faaliyet alanları, küresel ağlar üzerindeki bağlantılar üzerinden örgütlendiği için "küresel"dir. Bu yüzyılın getirisi olarak üretim, etkileşim ve rekabet, küresel ağ üzerinden gerçekleşen "ağ örgütlenmesine" dayalıdır (2013: 99). Küresel ekonomide kalkınma ise bilgiye hakim olmaktan, geliştirmekten ve her alanda kullanımından geçmektedir. Küresel ekonomi ortamı da, ağ ekonomisinde yer aldığı için işçi, iş yeri kavramları ile birlikte, iş saatlerinde belirgin esneklikler görülmeye başlanmıştır. İşçi bilgiyi üreten, iş yeri ağ ortamı olarak değişime uğrarken; iş yapmak için belirli bir mekan ve zaman sınırlaması da ortadan kalkmaktadır. Önemli olan ağ'da yer almaktır. Yeni iletişim teknolojilerinin getirisiyle, bilgi yani enformasyona dayalı bir 'ağ toplumu' oluşarak, küresel düzeyde ekonomik, siyasi, toplumsal gibi tüm katmanların etkilenmesi ve değişmesi söz konusudur. 1970'li yıllardan bu yana gelişme gösteren enformasyon teknolojileri birlikte internet ve asıl sonrasında gelen Web 2.0 teknolojileri toplumun her alanına yayılarak, yaşanan çağ'ı enformasyonel çağ, toplumları "ağ toplumu", ekonominin ağ ekonomisi gibi isimlerle anılmasına sebep olmuştur.

2.6.1 Ağ Toplumunun Özellikleri

Ağ toplumu, diğer bilinen toplum yapılarından farklı olarak bazı özellikler içermektedir. Bu özellikler aynı zamanda yaşamakta olduğumuz toplum yapısının da

paradigmalarını oluşturmaktadır. Castells' in 'Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür" adı altında topladığı üç ciltlik eserin ilki olan "Ağ Toplumunun Yükselişi" adlı kitabında dile getirilen bu toplum yapısının temel özelliklerini şu şekilde sıralayabiliriz:

- Hammaddesi Enformasyondur

Castells enformasyonun tanımını 'Ağ Toplumunun Yükselişi' kitabında yukarıda da belirtildiği gibi "örgütlenmiş ve iletilen veridir" şeklinde yapar. Diğer bir açıklamasına göre de: "İletişim amacıyla bir sınıflandırma ilkesine göre formatlanmış örgütlü bir veriler dizisi"dir. Bilgiyi ise: "İnsan zihnini gözlenebilir bir olgunun kavranması sonucunda ortaya çıkan, belli bir tarihsel bağlamda bilim camiasının bilimsel olarak tanımladığı bilimsel süreçlerin kullanılmasıyla elde edilen bir açıklama dizisi" şeklinde tanımlamaktadır (Sucu, 2016: 77). Castells, enformasyon ve bilginin maddi dünyadan bağımsız bir olgu olmadığını söyler. Bilgi ve enformasyon olmadan en iyi sanayi tesisinin bile verimli bir üretim yapamayacağını söyleyerek, dünyanın internete dayalı bir evrede varlık sürdürdüğünü anlatır (Castells & İnce, 2006:161):

"Dünya gerçekten de internete dayalı, ama coğrafya, tarih ve kurumlar ortadan kaybolmuyor; mekanlar ağlar oluşturuyor, insanlar ağlar oluşturuyor, şirketler ağlar oluşturuyor, ama devletler hala düşmanlarını bombalayarak sindirme kapasitelerine dayanıyor. Fakat enformasyon olmazsa neyi, kimi, nereyi bombalayacağını bilemezsiniz...Dolayısıyla aslolan şudur: Ağla bağlantılı olmak ve bilgi yüksek düzeyde değer üreten bir etkinliktir, ama hiçbir değer maddi dünyadan ayrı değildir, böyle bir değer olamaz. Aslında maddi dünya enformasyonu ve bilgiyi bir bütün halinde toplar, somutlaştırır, internetin nasıl ve neden önemli olduğu da burada yatmaktadır: İnternet maddi olanı ve sembolleri birleştirir"

Castells'in yukarıdaki satırlarından da anlaşılacağı üzere, ağ toplumunun hareket kaynağı enformasyondur. Enformasyon maddi dünyada var olan bilgi, internet ve yeni iletişim teknolojileriyle anlam kazanmıştır. Bilgiden ziyade enformasyon olarak

adlandırılması aslında kavramın farklı alanlarda işlerlik kazanmış olmasındandır. Bu sebeple günümüzde her yapı dijitalleşmiş ve enformasyona dayalı hale gelmiştir. Coğrafyalar, kurumlar, mekânlar ağlar üzerinden varlığını sürdürmektedir. Artık enformasyon olmadan şirketlerin, kurumların ve hatta devletlerin bile ayakta kalamadığı bir dönemdeyiz. Bu yüzden en gelişmiş ve kapitalist devletlere bakıldığında bunların aynı zamanda enformasyon teknolojilerini en çok üreten devletler olduğunu görürüz ve pazar alanındaki paylarının büyüklüğü bu anlamda tesadüf değildir. Çünkü artık çağ, “enformasyon çağı”; toplumlar, “ağ toplumlarıdır”.

- Yapısı Esnekliğe Dayalıdır

Castells ağların sahip olduğu özellikleri anlatırken, esnekliği; değişen çevre koşullarıyla yeniden yapılanması, bileşenlerinin bazı durumlarda yeni bağlantılar bulmak için iletişim kanalının engel noktalarını ortadan kaldırarak, aynı hedefe farklı yollar ve beceriler edinebilme özelliğine sahip olması olarak açıklar (Çalışkan, 2016: 39).

Castells’e göre, bir yapının esnek olması ve işleyişi açısından merkezsiz olması, belli düğüm noktaları olmadığı anlamına gelmez. Tam tersine bir ağ, düğüm noktalarına ve onlar arasındaki bağlantılara dayanmaktadır. *“Burada asıl mesele, bu düğüm noktalarının kendilerini yeni görevlere ve hedeflere göre yeniden yapılandırabiliyor olmalarıdır. Böylece kazandıkları ya da kaybettikleri bilgiye ve enformasyona bağlı olarak önemleri bakımından büyüyebilirler de, küçülebilirler de”* (Castells & İnce: 28).

Ağ toplumu yapılarının önemli olan özelliklerinde biri esnekliktir. Esneklikle vurgulanan nokta, ağların boyut değiştirebilme özelliğinin yani modüler olma özelliklerinin olmasıdır. Modüler olması; yeniden şekillenebilmesi; büyümesi veya küçülmesi gibi nitelikleri kapsamaktadır.

- ‘Zamansız Zaman’, Akışların ve Mekânların Uzamı

Castells toplumlarda hala büyük ölçüde saatli zaman kavrayışının, E. P. Thompson, Giddens, Lash, Urry ve Harvey gibi isimlerin, sınıai kapitalizmin inşası açısından büyük öneme sahip mekanik keşfin hâkim olduğunu söyler. Modernlik maddi bakımdan bir nevi, saat zamanı üzerinden uzama ve topluma hâkim olmaktır. Giddens’e

göre zaman “gündelik bir rutinin tekrarı” dır. Lash ve Urry’nin deyişiyile “her türlü olgu, pratik ve mekân zamanın merkezîleştirilmesi, evrenselleştirilmesi ve çözücü yürüyüşüne tabi hale gelirken, doğanın efendisi olarak” zaman hem sınıai kapitalizmin hem de devletçiliğin özüdür. Castells ise şöyle açıklar (2013: 575, 576):

“Köklü bir dönüşüm söz konusu: Zamanlar kendi kendine genişleyen kendi kendini koruyan, döngüsel değil de rastlantısal olan, tekrarlanmayan aniden olan sonsuz bir evren yaratmak üzere birbirine karışmaktadır: Varoluşun bağlamlarından kaçmak, her bağlamın hep mevcut olana biçtiği değeri alabilmek için teknolojiyi kullanan zamansız zaman”

Castells, ağ toplumunun önemli bir özelliği olarak bahsettiği şey zaman kavramının yitirilmesidir. Ağ topluma özgü olan zaman kavramı ise, yeni bir geçicilik olarak nitelendirmektedir. Ancak buradaki ‘zamanın dönüşünü’, bütün süreçlerle, toplumsal gruplaşmalarla, bütün bölgelerle ilgili ilgili değildir. Akışların uzamının mekânları ortadan kaldırması gibi, yazarın bahsettiği zamansız zaman sadece ağ toplumu için nitelendirilmiş bir tanımlamadır.

Leibnize göre zaman “şeyler”in birbirini izlediği sıradır. Bu tanıma göre; “şeyler” olmazsa zaman da olmayacaktır. *“Anlık sermaye işlemleri, esnek zamanlı müesseseler, hayat boyunca çalışma süresinde meydana gelen değişimler, hayat döngüsünün bulanıklaşması, ölümün inkâr edilmesiyle ebediyet arayışı, anlık savaşlar, sanal zaman kültürü”* (Castells,2013: 613), bunların hepsi ortaya çıkışlarıyla birlikte zamanları sistematik bir şekilde karıştıran temel olgular, ağ toplumunun niteliklerindedir. Zamansızlık, video kliplerin anlık görüntülerinde, elektronik spiritüalizmin yankılarında olsun çağımızın kültürel temalarının tekrarlanan bir ifadesidir (2013: 612).

Castells, ağ toplumunu şekillendiren, ona hâkim olan toplumsal pratiklerin ayırıcı bir özelliği olarak “akışların uzamı”nı yeni bir uzamsal biçim olarak tanımlamaktadır. *“Akışların uzamı, akış üzerinden işleyen, aynı zamanda gerçekleşen toplumsal pratiklerin maddi örgütlenmesidir”*. Yazar burada ‘akışlar’ derken, toplumun ekonomik, siyasi ve sembolik yapılarındaki toplumsal aktörlerin sahip olduğu

birbirinden fiziksel olarak ayrı mesafeler arasında amaçlı, tekrarlanan ve programlanabilir teati ve etkileşim dizilerini kastettiğini söylemektedir.

Maddi hayatta hâkim işlevlerin uzamsal olarak eklemlenmesi, toplumlarda enformasyon teknolojisi aygıtları aracılığıyla bir etkileşim ağı içerisinde varlık göstermektedir. Bu ağ içerisindeki görüşmeler, alışverişler, değiş tokuşlarla yapıldığı için hiçbir yer kendi kendine var olamaz. Yani uzamı, ağ oluşturan teknolojik altyapı tanımlamaktadır. İletişim ağlarıyla oluşan akışlar uzamı, her ne kadar mekansız olsa da akışlar uzamında mekanlar ortadan kalmazlar. “Akışların uzamı elektronik bir ağa dayalıdır; ancak bu ağ, gayet iyi tanımlanmış sosyal, kültürel, fiziksel ve işlevsel özelliklere sahip belli mekânları bağlar” (2013: 549).

Ağ toplumunda akışlar uzamı üç katmandan oluşmaktadır. Bunlardan ilki iletişim ağıdır: Mikro elektroniğe dayalı aygıtlar, telekomünikasyon, bilgi işlem, yayın sistemleri ve hızlı ulaşım gibi elektronik bağlantılardır. Akışlar uzamının ilk ve en temel desteğini sağlayan iletişim ağlarıyla toplum, burada eşzamanlı sosyal pratiklerini oluşturmaktadır. İkinci katman, akışlar uzamının “limanları”, “merkezleri” ve “düğüm noktalarını” oluşturdukları “mekanlar uzamı”dır. Son katman ise uzamsal örgütlenmedir: Ağ örgütlenmesinin yönetsel işlevini yerine getiren hâkim, yönetici ve seçkinlerdir (Sucu, 2016: 81).

Akışların uzamı ve mekânların uzamı, Castells’e göre bilgisayarlara bağlı ağların anlık zamanı ile gündelik hayatın saate bağlı olan zamanını karşı karşıya gelmiştir. Diğer bir deyişle, birbirleri sayesinde yaşadıklarını fakat birbirleriyle ilişkili olmadıklarının göstergesidir: Küresel sermayenin hayatı giderek daha az insan gücüne dayalı emeğe, daha çok küresel ağlar ortamında kurulu küçük bir beyin grubunun işlettiği bir emeğe dayalıdır. Bunun yanında çalışma hayatı devam etmektedir fakat; yeni toplumsal gerçekliğin daha derin yüzünde, toplumsal üretim ilişkileri gerçekteki varoluşları dikkate alındığında, bağlantısız hale gelmiştir. Ağ toplumu koşullarında sermaye; saf bir dolaşımdan ibaret olan hiper uzaya kaçarak, küresel olarak koordine edilirken; emek ise bireyselleşmiştir. (2013: 630).

Ağ toplumunun ideal tipi çerçevesinde özetlenen toplumsal değişim süreçlerinin, toplumsal ve teknik üretim ilişkileri alanının ötesine geçtiğini söyleyen Castells, kültürün ve iktidarın da derinden etkilendiğinden bahseder. Kültür; tarih ve coğrafyadan soyutlanarak, elektronik iletişim hatlarıyla aktarılır hale gelir. Böylece,

dijital, görsel-işitsel hipertext'in kapsadığı kodlar aracılığıyla izleyicilerle etkileşime dayalı, izleyiciler de aynı şekilde etkileşim kurduğu ağlar varlık kazanır. Enformasyon ve iletişim, gelişerek çeşitlilik gösterirken aynı zamanda medya içerisinde var olduklarından; siyaset de giderek medya alanında rol almaya başlamıştır. Burada Castells 'in anlatmak istediği; siyasetin tamamının medyaya indirgenmesi, değer ve çıkarların siyasi sonuçlardan ilgisizliği değildir. Söz konusu olan siyasi aktörlerin, artık; kim olursa olsunlar, hedefleri ne olursa olsun iktidar oyununda, medya üzerinden ve medya sayesinde, giderek daha fazla farklılığı içinde barındıran, bilgisayarlı iletişim ağlarını da kapsayan medya sisteminin çeşitliliği içinde var olmak zorunda olmalarıdır. Siyasetin elektroniğe dayalı medya dilinde varlık göstermesiyle de; siyasi süreçler, siyasi aktörler ve siyasi kurumların nitelikleri, örgütlenme ve hedefle açısından çok ciddi sonuçlar doğurmuştur. Castells bunu; *“medya ağlarında yer alan güçler, bu ağların yapısında ve dilinde vücut bulan akışların gücünün ardından ikinci sırada yer alır”* şeklinde açıklamıştır (2013: 630).

Yaşamakta olduğumuz çağ enformasyon çağıdır. Ve bunun ne demek olduğu, yukarıda enformasyon çağına zemin hazırlayan teknik gelişmeler, ekonomi politiği ve diğer çağlardan ayıran özellikler eşliğinde verilmiştir. Yaşadığımız çağın toplum yapısı ise 'ağ toplumu' dur. Ağ toplumunun yapısal özelliklerini, çağın gereği 'enformasyon' ve 'enformasyon teknolojileri' oluşturur. Yapısı esnektir; çünkü enformasyonun etkili ve bilinçli kullanımına göre ağlar büyüyebilir de küçülebilir de. Ağ toplumunda, zaman ve mekan kavramını gerçek hayattaki anlamını değiştirmiştir. Zaman akışlar arasında ölümsüzleşmeye yüz tutar hale gelmiştir. Video kliplerin anlık görüntüleri, hayat döngüsündeki bulanıklaşma 'Şey'lerin değer kazandığı birim haline gelmiştir zaman. Ölümün inkârı savulmuş, ölümsüzlük isteği hâkimiyetini sürdürür hale gelmiştir. Ağ toplumunda, zaman zamansızlık eylemine dönüşürken aynı zamanda mekânlar uzamsal alanda varlık sürdürmeye başlamıştır. Coğrafi engeller, uzaklık; yeni iletişimin sunduğu imkânlar, sosyal ağlar ve sosyal ağların içerisinde bulunduğu sosyal medya üzerinden kalkmıştır.

2.7 TOPLUMSAL HAREKETLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI

Yaşamakta olduğumuz enformasyon çağının, toplum yapısı ağlar üzerinde var olan ağ toplumudur. Ve ağ toplumunda hayatın bir parçası haline gelen sosyal medya, günümüzde birçok ilişkilerin yürütüldüğü bir sosyal ağ haline gelmiştir. Dünyanın birçok yerinde yakın zamanlarda ortaya çıkan toplumsal hareketler, iktidara karşı sivil halkın oluşturduğu aktivist bir mecra alanı, siyasi partilerin seçim kampanyalarını yürütmek için etkili bir biçimde kullanmak zorunda kaldıkları bu sosyal medya alanı, aynı zamanda siyasal alanın, ağlar uzamında varlık sürdürmek zorunda kaldığının da bir göstergesidir. Artık iktidarlar veya iktidar alanında yer almak isteyen siyasal aktörler, siyasal propaganda yapmak için radyo, televizyon gibi geleneksel medya araçlarını değil; yeni medya aracı olan sosyal medyayı kullanır hale gelmiştir. Günümüzde sosyal medyanın, siyasal iletişim aracına dönüştüğünün bir göstergesidir tüm bunlar.

Sosyal medyanın toplumsal ayaklanmalar üzerinde görülen ilk ve en somut etkisine baktığımızda akla ilk ‘Arap Baharı Ayaklanmaları’ gelir. İlk başta Tunus (Zeynel Abidin) ve Mısır’daki (Hüsni Mübarek) tek adam rejimlerine karşı halk ayaklanmaları olmak üzere diğer Arap ülkelerinde ‘Arap Baharı’, 2010-2012 yılları arasında ortaya çıkmıştır. Çoğunlukla gençlerin oluşturduğu katılımcılar sosyal medya üzerinden organize olarak bir araya gelmişler, haberleşmişler ve ayaklanmışlardır. Aynı zamanda sosyal medya üzerinden ayaklanmaları yönlendirmişlerdir. Arap Baharı her ne kadar bahara değil; aksine, bir kargaşaya, iç savaşa ve darbelere dönüşmüş olsa da; başlangıç aşamasında çok sayıda aynı anda ortaya çıkan ayaklanmalar birçok medyada ‘sosyal medya devrimi’ olarak adlandırılmıştır (Polat, 2015: 558). “Twitter Baharı” olarak da adlandırılan Arap Baharı olaylarında ilk kıvılcım, 17 Aralık 2010 tarihinde Tunus’ta, üniversite mezunu ve işsiz bir genç olan Muhammed Bouazizi’nin, seyyar satıcılık yaparken, tezgâhına el konulması sebebiyle kendisini ateşe vermesiyle başlamıştır. Ülkede yaşanmakta olan sosyal adaletsizlik, işsizlik ve yoksulluk gibi sorunlarla birlikte; halk bu olaydan sonra sokaklara dökülmeye başlamıştır. (Bostancı, 2015: 88). Yirmi üç yıldır iktidarda olan Bin Ali’ nin ülkeden kaçmasıyla, iktidara kimin ve hangi koşullarla gelmesi gerekeceğine dair protestocuların umut arayışları devam etmişti. Halkın zaferini ilan etmesiyle sonuçlanan hareketler zamanla Tunus’la

sınırlı kalmayıp, benzer yapılara sahip Arap ülkelerine ve Ortadoğu'ya yayılmıştır. Tunus'tan sonra; Cezayir, Mısır, Libya, Bahreyn, Ürdün ve Yemen Arap Baharı Protestolarından cesaretlenmişlerdir (Çıldan; Ertemiz; Tumuçin vd, 2012: 7, Bostancı: 88).

Tunus'ta ki protestolarda, ülkenin dikta yönetiminde çekilen sıkıntılar, demokrasi talepleri, ifade ve basın özgürlüğü, binlerce üniversitelilerin iş talebi gibi istekler yer almaktaydı. “Hem siyasetin hem ekonominin Bin Ali'nin ikici eşinin ailesi Trabelsi aşiretinin kontrolünde olmasına isyan ediyorlardı, ailenin çarpık anlaşmaları “WikiLeaks”in açıkladığı diplomatik yazışmalarla gözler önüne serilmişti” (Castells, 2013: 36). Tunus' da başlayan bu devrim, aynı sorunları yaşayan diğer ülkelere de cesaret olmuştur.

Castells, Arap Baharının başlangıç noktasının neden Tunus olduğunu sorgulamış ve şöyle analiz etmiştir:

“İnternetin isyanın yayılması ve koordinasyonundaki rolü dikkate alındığında Tunus'un Arap dünyasında internet ve cep telefonlarının yaygınlık oranının en yüksek olduğu ülkelerden biri olduğuna işaret edelim. Kasım 2010 itibariyle kentsel nüfusun yüzde 67'sinin bir cep telefonuna erişimi vardı, yüzde 37'si de internete bağlıydı. 2011 başında internet kullanıcılarının yüzde 20'si Facebook'taydı; bu oran Fas'takinden iki kat, Mısır'dakinden üç kat, Cezayir veya Libya'dakinden beş kat, Yemen'dekinden yirmi kat yüksekti. Dahası kentli nüfus, özellikle de kentli gençlik arasında internet kullanıcıların oranı çok daha yüksekti. Genç yaş, yüksek eğitim ve internet kullanımı arasında dorudan bir ilişki kurulabilir; devrimin kilit aktörleri olan işsiz üniversite mezunları da interneti sık kullanıyorlardı, hatta bazıları hareketlerini kurmak ve yaygınlaştırmak için internetin iletişim potansiyelinden yararlanan sofistike kullanıcıları. İnternetin sağladığı iletişim özerkliği, isyanı ateşleyen, umut veren videolar, mesajlar ve şarkıların hızla yayılmasını mümkün kılmıştır”

Sonuç ne olursa olsun, burada önemli olan siyasal alana karşı yapılan toplumsal hareketlerin büyümesi ve yayılmasında sosyal medyanın kullanılmasının yer almasıdır. Sadece Arap ülkeleri ve Ortadoğu ile sınırlı kalmamıştır bu devrim. Tunus' da yukarıdaki tüm sebeplerden dolayı iktidara karşı ayaklanmış halkın “Degage!

Degage! (Defol git) diye attığı sloganlarıyla, tüm dünya yeni bir şeyi fark ettirmiştir: İster siyasal alana karşı, ister farklı bir erk'e karşı olsun; 'sosyal medyanın toplumsal olaylarda gücü ve etki alanı evrenseldir'. Böylelikle 'Arap Baharı' adı altında başlayan Tunus, Mısır ve Libya da ki eylemler, sosyal medyanın siyasal alana karşı kullanımının ne kadar etkili olduğunu tüm dünyaya göstermiştir.

Ülkemizde sosyal medyanın siyasal hayata yansımaları bakımından, 'Gezi Parkı Eylemleri' önemli bir gelişme olarak görülmektedir. Türkiye'de gençler arasında boş vakit değerlendirmesi gibi görülen sosyal medya, 28 Mayıs 2013 tarihinde taksimde gerçekleşen Gezi Parkı Eylemleriyle, siyasetin gündemini etkileyen bir mecraya dönüşmüştür (Bostancı, 2015: 89-90). Eylemlerin başlamasına sebep olan olayı, Castells şöyle aktarmaktadır:

“ Dünyanın en yıkıcı sektörleri olan emlak ve kentsel gelişim sektörlerinin hiç akla gelmeyeceği bir fikir. Parkın turistler için merkezi önemi, burayı spekülasyon kentsel gelişim projeleri için tercih edilebilir bir yer haline getirmişti: Düşük zevkli kitlesel turizme yönelik sahte bir “oryantal” kültürü yansıtan bir tema parkı şeklinde bir alışveriş merkezi. Hükümet, parkın park olarak kalması gerektiğini söyleyen mahkeme kararına rağmen bu projeyi destekliyordu” (Castells, 2013: 301).

New York Üniversitesi Sosyal Medya ve Siyasi Katılım laboratuvarı tarafından 31 Mayıs 2013 tarihi kapsamında yapılan bir araştırmaya göre, Gezi Parkı protestolarıyla ilgili 24 saatte en az 2 milyon tweet atıldığı; atılan bu 2 milyon tweet'in büyük bir bölümünün üç farklı hashtag üzerinden gerçekleştiği belirtilmiştir. 31 Mart 2013 Cuma günü saat 16.00 ile Cumartesi 16.00 arasında atılan tweet sayıları şöyledir: #direngeziparkı etiketiyle 950 bin tweet, #occupygezi etiketlemesiyle 170 bin tweet ve #geziparkı etiketlemesiyle, “50 bin tweet sadece 24 saat içerisinde atılmıştır” (Bozkurt (2013: 66)'dan aktaran Bostancı, 2015: 90).

Taksim Gezi Parkına katılan eylemciler üzerinde Konda Danışmanlık ve Araştırma şirketinin yaptığı bir araştırmaya göre ise; eylemcilerin %69'u olayları sosyal medyadan duyduğunu aktarmıştır (Kongar 2013: 33). Olayların tırmanışa geçtiği 29 Mayıs ile 10 Haziran tarihleri arasında; sosyal medya analiz aracı Somemto'nun (somemto.com) aracılığıyla, Twitter'da yazılan Türkçe

paylaşımların tamamının 143 milyon 7955 bin 432 adet olduğu ortaya çıkmıştır. Bu aynı zamanda, ilk defa Türkiye’de Twitter’ın bu kadar aktif olduğunun bir göstergesiydi. Bunun sebebi ise; Twitter’da içerik paylaşan, mesaj yazan kullanıcıların Gezi Parkı Olayları sürecinde giderek artmasıdır. Araştırma sonucuna göre; 29 Mayıs 2013’de 1 milyon 800 bin aktif Türk Twitter kullanıcı bulunmaktayken; 30 Mayıs’ta bu sayı 2 milyon 875 bine çıkmıştır. 31 Mayıs 2013’de 3 milyon 874 binlere çıkarken, 10 Haziran 2013’te bu sayının, 9 buçuk milyon üzerinde olduğu görülür (Kuzuloğlu (2013)’den aktaran Yeniçiftçi, 2014: 275). Bu sonuçlar göstermektedir ki; bireyler bir olay karşısında örgütlenirken, bir haberi yaymak veya habere ulaşmak için sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanmıştır. Kamusal alanda var olmak, mevcut politik düzene ya da iktidara karşı harekete geçme de sosyal medyanın gücü, su götürmez bir gerçek halinde sunulmaktadır.

2.8 SEÇİMLERDE SİYASAL İLETİŞİM ARACI OLARAK SOSYAL MEDYA KULLANIMI

Yeni iletişim teknolojilerinin ve Web 2.0 döneminin getirisi olarak; sosyal medyanın hayatımızdaki yeri ve alanı gün geçtikçe artmaktadır. Artık günümüzde birçok kişi, sabah ilk uyandığında sosyal medya hesaplarına bakarak; dünyanın bir ucundaki olaya veya habere anında ulaşmakta; paylaşımlarda aktif rol alabilmektedir. Yeni iletişim teknolojilerini getirdiği tim bu devrimsel yenilikler, siyasi alanı da kaçınılmaz bir şekilde etkilemiştir. İktidar olmak veya iktidar alanını korumak için siyasi aktörler, daha çok seçmene ulaşmanın ve propaganda yapmanın yolu olarak sosyal medyayı etkili ve örgütlü bir biçimde kullanmak durumundadır.

Yeni iletişim teknolojileri, yeni iletişim biçimleri yaratarak politik alandaki siyasalere de, ‘siyasi diyalogu sürdürme ve yönlendirme olanağı’ amaçlarını gerçekleştirmek için yeni imkânlar sunmuştur. Bu sebeple siyasal alanda iletişim; siyasetin dışında kalanlar için siyasete girmenin, siyasal kararlarda etkili olabilmenin yoluken; otoriteye sahip olanlar da, alanlarını korumak için

diğerlerinin yeni iletişim yolunu kısıtlayacak yasal kısıtlamalar aramalarına neden olmuştur (Özçağlayan, 1998: 58).

Günümüzde birçok ülkede siyasal aktörler, sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanmaktadır. Bunun sebebi, sosyal medya aracılığıyla daha çok kişi tarafından tanınabilme, daha çok seçmene ulaşabilme, seçmenlerin görüş ve önerilerini daha kolay bir şekilde değerlendirilebilmesi gibi sebepler yatmaktadır. *“Bu gibi faydalar hem siyasal aktörün hem de seçmen kitlesinin sosyal medyayı siyasal bir araç olarak kullanmasını sağlayan unsurlar arasındadır”* (Aktan: 2017: 66).

Bir siyasal iletişim aracı olarak sosyal medya, genelde seçmen odaklı düşünülse de, asıl etkisi partiler ve adaylar üzerinedir. Bugün sosyal medya artık; partilerin ve siyasilerin günlük rutin işlerine girmiş durumdadır. Ve önemli derecede bir siyasal pazarlama aracı olarak görülmektedir. Özellikle daha küçük partiler ve daha az tanınan adaylar; sosyal medyanın, geleneksel medya filtresi gibi sıkıntılar olmaksızın, seçmenlerin zihninde yer tutma ve giderek tanınır hale gelme imkânlarından yararlanmaktadır. Sosyal medya aracılığıyla adaylar, seçmene karşı kişisel çekiciliklerini arttırabilir, daha kolay kabul edilebilir hale gelebilirler. Politik mesajların paylaşımı ve diğer ağ üyelerinin de aynı mesajı paylaşabilmesiyle artan ağ etkisi; sosyal medyanın seçim kampanyalarında kullanılmasının en önemli sebeplerindendir. Tüm bunların yanında, sosyal medyanın seçmen davranışları ve oy kararları üzerinde önemli derecede bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Ancak doğrudan etkisini ortaya koymak kolay değildir. Bunun sebeplerinden biri; siyasal olay ve olguları açıklarken birçok etkinin söz konusu olmasıdır. Diğer sebep ise; seçmen davranışlarındaki karmaşıklığıdır. (Polat, 2015: 556).

Siyasi aktörler için önemli olan ‘seçmen’ kitlesel olarak artık daha çok sosyal medya üzerinden var olduğundan; daha çok kişiye ulaşmak için bu aktörler artık eskisi gibi; caddelere, meydanlara inmek her ne kadar önemli olsa da çoğu zaman kitlesel yoğunluğu yakalamak mümkün olmaz. Ancak sosyal medya araçlarıyla siyasi aktörler, seçmene buluşma veya miting yerleri önceden haber vermekte, gelemeyenler için yayınlayabilmekte ve böylelikle, çok daha fazla kişiye ulaşma imkânı sağlamaktadır. “Sosyal medyada hazır bir kitleye ulaşmak

ise daha kolay mümkün olmakta ve haftanın 7 günü 24 saat boyunca siyasetçi seçmeni ile iletişim halinde olabilmektedir” (Sütçü, Düvenci ve Aytekin, 2013: 185-186; Aktan, 2015: 92). İletişim teknolojilerindeki bu denli hızlı gelişmeler, bireyi aktif hale getirerek güçlendirmiştir. Siyasal kurum ve otoriteler tarafından fark edilen bu gerçek; artık bireyin ‘siyasal katılımı’ öteki olarak değil, paydaş statüsünde ortak bir zeminde olduğu gerçeğini hayata döndürmüştür. Siyasi adayların, seçim döneminde veya sonrasında, seçmen kitlesiyle, sosyal medya paylaşımları üzerinden siyasal amaçlı stratejik ilişkiler geliştirme ve duruma göre bu ilişkileri devam ettirme gibi kararları almasında etkili olmaktadır. Bu durum aynı zamanda her iki aktörlerin; yöneten veya yönetilen cepheleri olarak daha iyi anlaşılmasına zemin oluşturmuştur (Avcı, 2015: 262).

Sosyal medyanın siyasal iletişim aracı olarak kullanılmasındaki bir diğer önemli sebep ise; özellikle seçim dönemlerinde geleneksel medya aracılığıyla yapılan siyasal kampanyaların partilere büyük mali yük getirmesidir. 2019 yılında siyasi partilerin, büyük bölümü halktan toplanan vergilerden oluşan, hazine yardımları şu şekildedir (sputniknews.com): AKP, 335 milyon 526 bin; CHP, 178 milyon 564 bin; HDP, 92 milyon 238 bin; MHP, 87 milyon 508 bin; İYİ PARTİ, 78 milyon 520 bindir. Bu bütçe yardımının getirisini ise “devlet 880 milyar 360 milyon lira gelir elde edecek, buna karşılık 960 milyar 976 milyon lira harcama yapacak. Bu nedenle 2019 yılı bütçesi toplamda 80 milyar 616 milyon liralık devasa açık verecek. Bu açık hazinenin yapacağı iç ve dış borçlanmalarla karşılanacak” şeklinde özetleyebiliriz. Partilere ayrılan hazine yardımının yarısına yakın bir bütçenin, iktidar partisine ayrılması; diğer partilerle iktidar partisinin eşit şartlarda bir seçim süreci yaşamayacaklarının; kampanyaları, iktidar partisi kadar iyi yönetemeyeceklerinin bir göstergesidir. Bu durumda sosyal medya, iktidar partisi ve diğer partilere eşit imkânlar sunmakta, geleneksel medyaya oranla daha adil ve özgür bir ortamda seçim ortamı oluşturmaktadır.

Bekiroğlu ve Bal (2014:143-144) bu durumu şöyle ortaya koymaktadır:

“Kampanya sürecinde büyük bir mali yük getiren reklam kampanyalarının geleneksel mecralardan yayınlanması yerine sosyal medya aracılığıyla reklam filmlerinin, billboardların paylaşılması olanaklı hale

gelmiş ve bu ağa erişilebilen herkese ücretsiz olarak kampanya materyallerinin ulaştırılması çok kolaylaşmıştır. Hatta partilerin mevcut politikalarını eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirilen bir takım videolar da karşı propaganda amacıyla yine sosyal medya aracılığıyla hedef kitlelere buluşturulmaktadır”

Sosyal medyanın siyasilere sunduğu bu imkân aynı zamanda, geleneksel medya araçlarında sesini duyuramayan diğer küçük partiler için de fırsattır. Sosyal medyanın düşük maliyetli bir araç olarak kullanılması (ki bunun için sadece internet yeterlidir), dışarıdan gelecek baskıları içermemesi, etkileşime dayalı bir iletişimin temel alınmasıyla; siyasilere, seçmenle daha sıcak ve eşit bir platformda siyasal ilişkinin yaşanmasını sağlar. Aynı zamanda bu durum, siyasal katılımı da arttırdığı gerçeğini göstermektedir. Sosyal medya üzerinden kampanya yürüten siyasi partiler böylelikle, daha modern bir imaj yaratmakla kalmayıp, interneti daha çok kullanan kesim olan gençlere daha çok ulaşarak, genç nüfus üzerinde daha etkili propaganda yapabilme imkânı da sunmaktadır.

2.8.1 Seçimlerde Siyasal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımının İlk Örneği

Seçimlerde ilk defa sosyal medyanın gücü kullanılarak siyasal kampanyaların yürütülmesi 2008 yılındaki ABD Başkanlık seçimlerine aday olan Barack Hüseyin Obama tarafından gerçekleştirilen ‘medya gösterisi’ adlı seçim kampanyasıdır. Obama ABD’de gerçekleştirecek olana Başkanlık seçimlerini kazanmak için sosyal medyanın birçok aracını aktif ve profesyonel bir şekilde kullanmıştır. Amerika başkanlık seçimlerine bakıldığında nasıl ki, General Eisenhower radyoyu, John F. Kennedy televizyonu kullanarak seçimi kazandığı görüldüyse; Obama da Dijital teknolojileri kullanarak özellikle sosyal ağları, seçim stratejisi oluşturma alanı olarak kullanmasıyla seçimi kazandığı görülmüştür (Akıncı Vural, Bat, 2009: 2758; Bostancı, 2015: 85).

Seçim kampanyasının başarıyla yönetilmesi için Obama, Facebook’un kurucularından Chris Hughes ve ekibiyle anlaşmıştır. Hughes ve ekibinin ağlar’ın gücünden yararlanarak başlattığı seçim kampanyasında ilk iş; “www.mynarackobama.com” adlı sitenin yeniden düzenlenerek; seçmenle iletişim

kurulması olmuştur. Sitenin yeniden düzenlenmesiyle, ABD’de fazla olan genç nüfusa radyo, televizyon gibi araçlar yerine genç kesim tarafından daha fazla kullanılan sosyal medya üzerinden; site oluşturularak kampanyanın etili bir şekilde aktarımı hedeflenmiştir. Yeni oluşturulan bu site aracılığıyla, takipçilerin kampanya sürecine bağış yapabilmelerini sağlayan çevrimiçi olanaklar, içerik yönetiminin yine takipçilere ait olduğu; Obama’yı destekleyen grubun etkinliklerinin organize edildiği, aynı zamanda özgür konuşma ortamının bulunduğu bir tartışma platformunu oluşturulmuştur (Koçak, 2018: 99). Bu yolla Obama’nın 18-45 yaş arası 17 milyon seçmene ulaştığı bilinmektedir. Aynı zamanda, ABD’de ‘sosyal medya’ aracılığıyla kampanya düzenleyerek; partiye yüksek oranda bağış toplayarak seçim çalışmaları boyunca yapılan harcamalardan daha yüksek bir bağış oranı elde etmiştir (Aziz, 2010: 67).

Obama’nın 2008 Başkanlık seçimlerinde, iletişim teknolojilerini ve sosyal ağları etkili bir şekilde kullandığı şöyle aktarılmaktadır (Gürbüz, 2014: 109):

- www.my.barackobama.com adlı sosyal ağ üzerinden, Facebook, Twitter, Myspace gibi toplamda 16 platform oluşturuldu. Bu sosyal ağ bağlantıları üzerinden 3 milyona yakın profil oluşturularak, aynı zamanda bu kullanıcı profilleri kendi ilgi alanlarına yönelik sayfalara geçiş imkanı ve kendi mesajlarını üretme gibi olanaklar da sağlıyordu. Böylece, Obama seçmenleriyle aşağıdan yukarıya gerçekleşen bir iletişim yöntemi kullanmayı tercih ettiği görülür.
- Youtube, Obama’nın dijital kampanyasında önemli derecede kullanılmıştır. İlk olarak radyo programlarındaki ses kayıtlarını Youtube’ dan paylaşarak, gelen tepkilere ve dinlenme oranına göre; dijital alandaki yayınları belirlemiştir. “...Üç kelimeyle bundan sonra Amerikan tarihinin muhteşem bölümünü başlatacağız, Evet biz yapabiliriz...” şeklindeki söylemi, farklı mesajlarla da desteklenerek bir şarkı haline getirilmiştir. Amerikalı ünlü sanatçılarla Obama’nın birlikte yer aldığı “Yes We Can” isimli video klibi 17 milyon kişi tarafından izlenmiştir. Genç bir kızın Obama’ya hayranlığını dile getirdiği “Crush on Obama” şarkısını 13 milyon kişi izlemiştir. Aynı zamanda seçim dönemi boyunca seçmenlerden gelen sorulara, youtube üzerinden cevap vermiştir. Böylelikle, Youtube ve diğer bütün kanallarda yürütülen aktivitelerde

kendi konuşmalarıyla etkileşim değerlerine göre sorulara ve tepkilere cevap verdiği görülmüştür. Kampanya süresince 104.454 adet video paylaşılmış; bunlar 889 milyon kez izlenmiştir (Tutulmaz & Cömert' den aktaran Aziz, 2010: 68).

- Google Adwords; ilişkili kelimeler ile ulaşılması istenilen site arasında bağlantı kuran ve Google tarafından bir reklam için kullanılan bir hizmettir. Seçim kampanyasında bu hizmet başarıyla kullanılmıştır.
- 78 Milyon dolar seçim kampanyası boyunca harcanmıştır. Bunlardan 8 milyon doları sanal iletişim reklamı ve bunun da 4 milyon doları Google Awards için
- Kampanya boyunca yapılan bağışların %88'i internet ortamından sağlanmıştır.

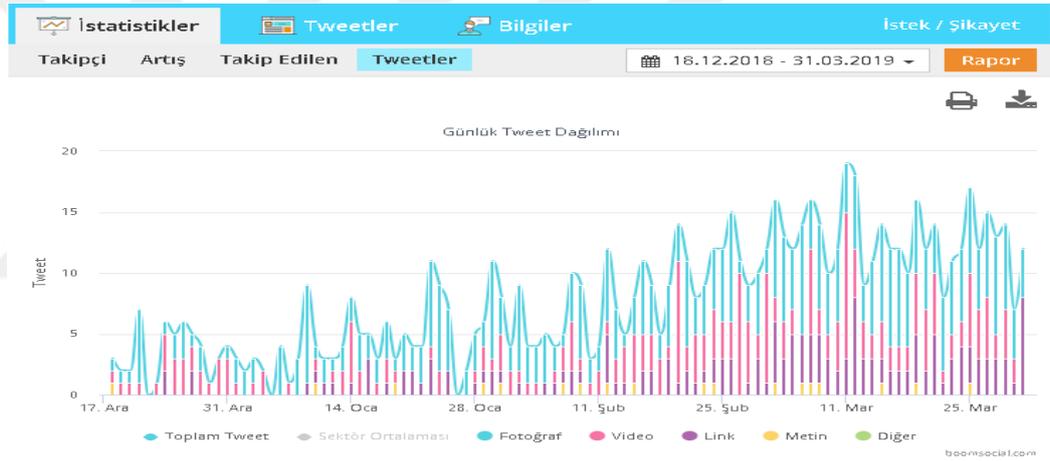
Tüm bu veriler bize, Obama'nın başkanlık seçimlerine hazırlanırken seçim stratejilerini ve bunu teknolojiyle bütünleştirebilmeyi çok iyi bilen bir ekiple çalıştığı göstermektedir. Kendisini destekleyen seçmenlerin sayılarındaki artışta ve seçim için sosyal medyadan toplanan bağışlarda aktif bir şekilde kullanılan kampanya sloganı olan "bize katılın" çağrısı büyük rol oynamıştır. Kampanya boyunca 1,5 milyon kişiye ulaşılmıştır ve bu kişi sayısından, 200 milyon dolar bağış toplanmıştır. Sosyal medya kullanılarak 850 bin katılımcıya ulaşılırken, 50 bin etkinlik başarıyla gerçekleşmiştir (Bostancı, 2015: 86). Böylelikle Obama tarihte ilk kez, seçim aracı olarak yeni iletişim ortamlarını ve sosyal medyayı seçerek başarıyla yöneten başkan adayı olmuştur. Seçim öncesi birçok seçmene twitter hesabından ulaşmayı başaran Barack Obama, tüm bu başarılarında dolayı da 2009'daki Uluslararası Cannes Lion ödülüne layık görülmüştür (Apaydın, 2011).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3 31 MART 2019 İSTANBUL YEREL SEÇİMLERİNDE İTTİFAK ADAYLARININ SİYASAL İLETİŞİM ARACI OLARAK SOSYAL MEDYA KULLANIMI

3.1 EKREM İMAMOĞLU'NUN TWITTER HESABININ İNCELENMESİ

3.1.1 “Millet İttifak”ı Adayı Ekrem İmamoğlu'nun 18 Aralık 2018 – 31 Mart 2019 Tarihleri Arasında En Çok Paylaşımında Bulunduğu Günler Üzerinden Yapılan İçerik İncelemesi



Görsel 20: Ekrem İmamoğlu'nun seçin öncesi en çok paylaşımında bulunduğu günler

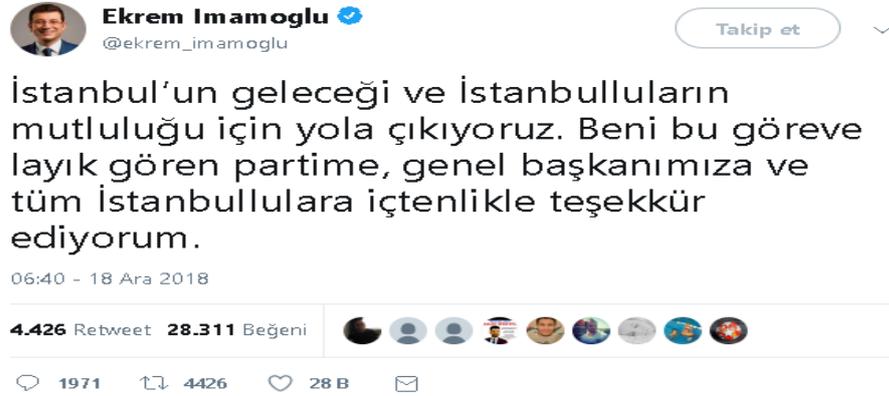
Yukarıdaki grafiğe baktığımızda , İmamoğlu'nun günlük ortalama 10, en fazla 19 ve sadece 3 gün hiç paylaşımında bulunmadığını görülmektedir. Paylaşılan tweetlerin çoğunluğu fotoğraf,daha sonra video içeriklidir. En az paylaşımında bulunduğu tweetlerin ise metin içerikli olduğu görülür. O ile 19 arasında günlük tweet sayısı bulunmaktadır.

Bundan sonraki adımımız yukarıdaki günlük tweet paylaşımının gösterildiği grafikte bir önceki günlerdeki tweet sayısını geçen eğrilerdeki günlerin paylaşım, beğeni ve etkileşim sayısı ele alarak tweet içeriklerini incelemek olacaktır. Araştırmaya alınacak tarihler için grafiğe bakıldığında o tarihe kadar en fazla paylaşımın yapıldığı günler olarak belirlenen 21 Aralık 2018, 9 Ocak 2019, 23 Ocak 2019, 12 Şubat 2019, 20

Şubat 2019, 26 Şubat 2019, 3 Mart 2019, 11 Mart 2019, 25 Mart 2019 tarihleridir. Bu günler dışında Ekrem İmamoğlu'nun adaylığını açıkladığı gün olarak 18 Aralık 2018 ve Yerel Seçimlerin yapılacağı 31 Mart 2019 tarihleri ayrıca ele alınmıştır.

18 Mart: Adaylığını Açıkladığı İlk Gün

18 Aralık 2018 tarihine baktığımızda İmamoğlu'nun takipçi sayısı 127.447'dir. İstanbul Belediye Başkan Adaylığını Twitter üzerinden ilk kez duyurmuş olduğu tweetini; bağlı olduğu parti ve parti başkanına teşekkürlerini içeren metin içerikli tweetini görürüz. İmamoğlu'nun bu paylaşımı 4.426 kişiden Retweet; yani aynı tweet'i, 4.4426 kişinin kendi sayfasında paylaşmasını sağlayan uygulamayı kullandığı, 28.311 kişiden beğeni aldığını görürüz.. Aynı zamanda bu paylaşımın 1971 kişi tarafından, etkileşim imkanı veren cevaplama seçeneği kullanılarak tweet'e yorum yapıldığını da görürüz.



Görsel 21: Ekrem İmamoğlu'nun adaylığını açıkladığı ilk tweet

18 Aralıkta üç tweet'ten diğer ikisinden biri İmamoğlunun 2014 terel seçimlerinde Beylikdüzü belediye başkanı yapmış olan ve o dönemdeki icraatlarından biri olan eski adıyla "Beylikdüzü Kültürve Sanat Merkezi" olan 2011 yılından 2018 yılına kadar tadilat ve güçlendirme yapılarak yenilenen ve Ekrem İmamoğlu döneminde hayata döndürülen "Atatürk Kültür ve Sanat Merkezi"nin tanıtımının yapıldığı video içerikli tweet ile İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan adaylığını

duyurmaya yönelik paylaşımı yer almaktadır. Tweet 1.752 retweet alarak, 8.392 beğeni almış ve 353 kişi mesaja yanıtlaama hakkını kullanarak etkileşimde bulunmuştur.



Görsel 22: Ekrem İmamoğlu'nun 18.12.2019 tarihinde attığı ikinci tweet

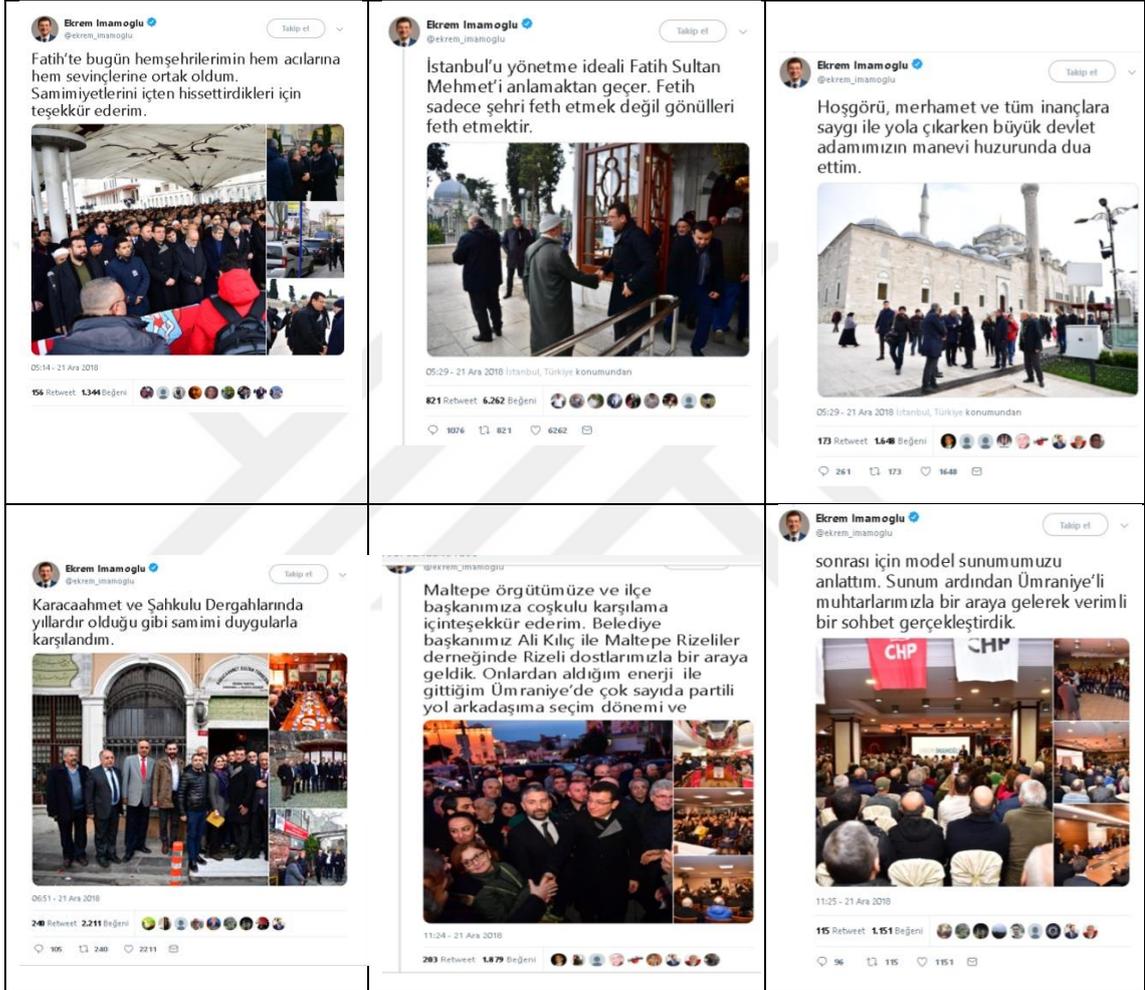
Diğer paylaşımı ise yine Beylikdüzü'nden hareketle, Beylikdüzü Belediye Başkanlığı dönemine ve döneminde yaptığı çalışmalara atıf yapan fotoğraf içerikli tweet'i yer almaktadır. Bu tweet ile özelden genele doğru; İstanbul Belediye Başkanlığı için Beylikdüzden yola çıkarak İstanbul adaylığını duyurmaya yönelik bir sesleniş söz konusudur. 900 kişi retweet yaparak, 6.716 kişi beğeni almıştır. Bu içerik 401 kişinin yanıtlaama hakkıyla etkileşime girdiği görülmektedir.



Görsel 23: Ekrem İmamoğlu'nun 18.12.2019 tarihinde attığı üçüncü tweet

İmamoğlu'nun, adaylığının açıklandığı 18 Aralık 2018 tarihinde 1 metin, 1 video, 1 fotoğraf içerikli olarak gün içerisinde toplamda 3 tweet attığı görülmektedir. Bunlar arasında en çok beğeniyi ve etkileşimi alan tweet; adaylığını duyurduğu ilk tweet'i olan teşekkür açıklaması paylaşımı olduğu görülmektedir.

21 Aralık



Görsel 24: Ekrem İmamoğlu'nun 21.12.2018 tarihinde attığı tweetler

21 Aralık 2018 tarihinde İmamoğlu'nun takipçi sayısı 152.722 ye yükselmiştir. 18 Aralık günü 3 tweet atmışken 21 Aralık günü 6 tweet atmıştır. Günlük 20936 beğeni, 2579 retweet olarak toplamda 23515 etkileşim yaşanmıştır. 18 Aralık da 3 tweet atarak 51499 etkileşim olmasına rağmen 21 Aralık tarihinde 6 tweet atmış olduğu halde; yarısına yakın bir etkileşim olduğunu görürüz. Bunda Ekrem İmamoğlu'nun başkanlığını duyurduğu ilk tweet'i atmasının büyük payı olduğunu sadece bu tweet'in 28.311 beğeni almasına bağlayabiliriz. Bu tarihte, seçim kampanyasını yürüttüğü veya yürüteceği herhangi bir twitter etiketi kullanmadığı görülür.

21 Aralık günü seçim çalışmalarına başlamış bir aday olarak ilk olarak Fatih kentinde katıldığı cenaze namazı, İstanbul' u yönetmek için Fatih Sultan Mehmeti anlamaktan geçeceğini söyleyerek ziyaret ettiği türbesi, tekrar Fatih Sultan Mehmet Türbesinden fotoğraf ile hoşgörü, merhamet ve inançlara saygıyı vurgulamıştır. Daha sonra Hacı Bektaş-ı Veli'nin tavsiyesiyle Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinde kurulan, bektaşigelenegiyansitan esnaf ve dayanışma teşkilatı ziyaretleriyle her inanca inanca saygılı ve hoşgörülü duruşu sosyal medya hesabı üzerinden takipçileriyle paylaşmıştır. Aynı gün içinde attığı diğer 2 tweet'in ise Maltepe ve Ümraniye ziyaretlerinden kareler olmuştur. Bunlar arasında ise en fazla beğeni ve etkileşimin Fatih Sultan Mehmet Türbe ziyareti ve İstanbulu yönetmenin Fatih Sultan Mehmeti anlamak olduğunu vurgulayan 2.paylaşımı olduğu görülmektedir.

9 Ocak 2019





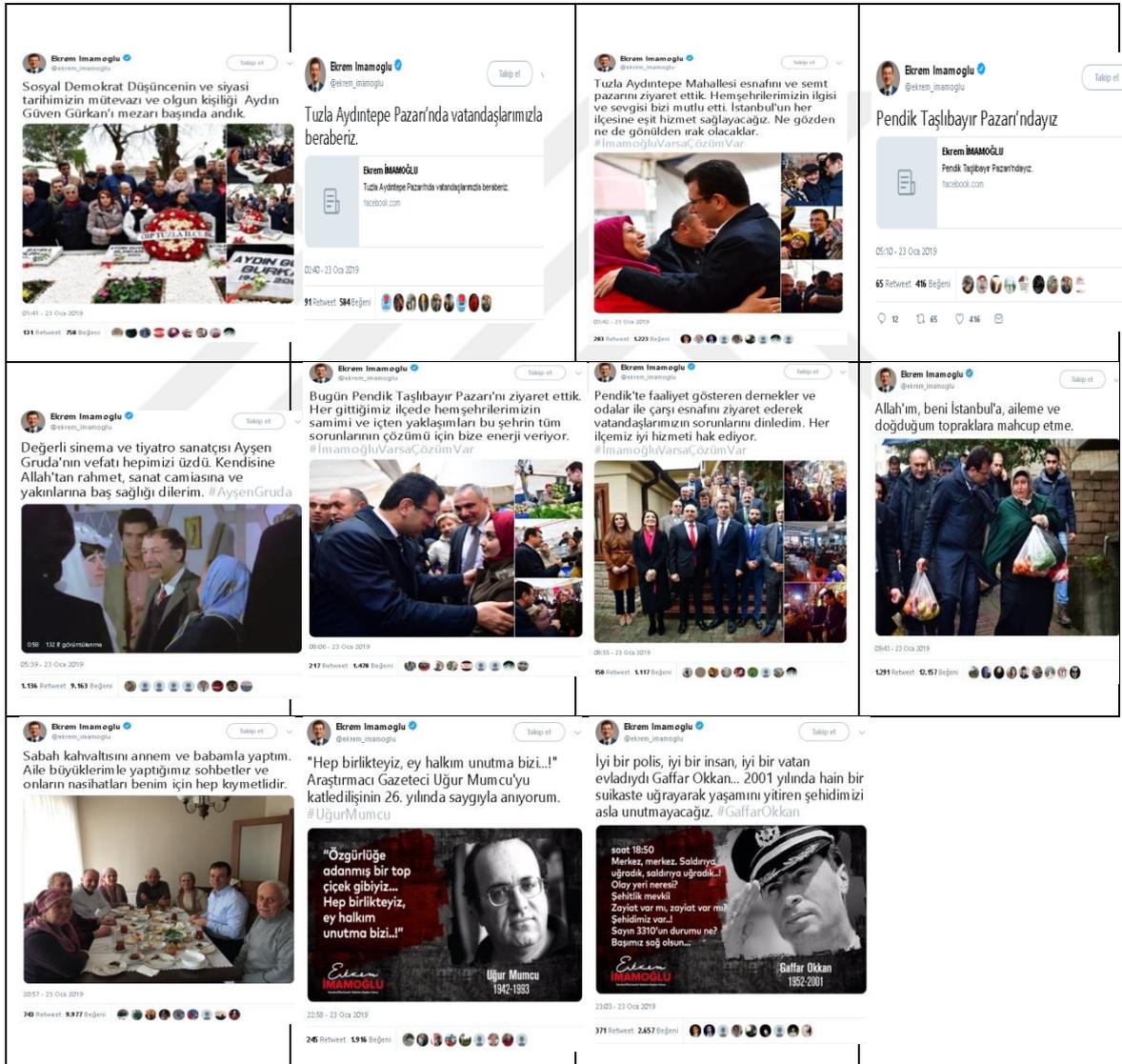
Görsel 25: Ekrem İmamoğlu'nun 09.01.2019 tarihinde attığı tweetler

İmamoğlu'nun 9 Ocak 2019'da takipçi sayısı 188.331 e yükselmiştir. 8 fotoğraf ve 1 facebook bağlantılı video linki olarak toplamda 9adet tweet atmasıyla, önceki günlerdeki tweet sayılarından daha fazla aktif olduğu olduğu görülmektedir. 9 Ocak 2019 tarihindeki tweetler toplamda 14.843 beğeni ve 2.017 retweet olarak 16.860 etkileşim gerçekleştiği görülür. 18 Aralık 2018 ve 21 Aralık tarihlerindeki tweet kullanım miktarın artarken; beğeni ve retweet ile etkileşim miktarında ise daha düşük bir oran karşımıza çıkar. Bu tarihte yapılan paylaşımların iki tanesi dışında, 7 tane tweet üzerinden #İmamoğluVarsaÇözümVar etiketinin kullanıldığı görülmektedir.

9 Ocak 2019 tarihli tweet içeriklerine baktığımızda; keskin bakışlarıyla Mustafa Kemal Atatürk portresi önünde Muharrem İnce ile 31 Mart yerel seçimleri için destek görüşmesi, Bağcılar ilçesinde esnaf ve vatandaşlarla buluşması, yine Bağcılar çarşısında sarılarak destek olduğu bir kadın fotoğraf üzerinden bağcılarının sorunlarından yeşil alan azlığına vurgu yapması, Bağcılar halkına seslenişleriyle birlikte halktan ileri yaştaki biriyle sıcak görüntüsü, Beylikdüzü'nden komşusu olduğuna vurgu yaparak Ali İhsan Özyıldız'ın Lice Vakfı'nda taziye ziyareti, Bağcılar şoför odası başkanı Mustafâ Nuhoglu ile birlikte şoför esnafıyla buluşması, Bağcılar bölgesinin önemli ekonomi

merkezi olduğunu vurgulayarak; İSTOÇ'da yönetim kurulu ve üyeleriyle görüşmesi, bağcılar halkından genç bir kız ile fotoğraf karesiyle akıl, sağduyu ve toplumsal uzlaşmayı vurgulaması, Bağcılar halkıyla seçim ve partinin yönetim felsefesini anlatması yer alır. 9 Ocak tarihinde Halk buluşmaları, seçim vaatleri, kendini halka tanıtmasını ve anlatmasını amaçlayan her tweeti # *İmamoğluVarsaÇözümVar* etiketiyle yürüttüğü görülmektedir.

23 Ocak 2019



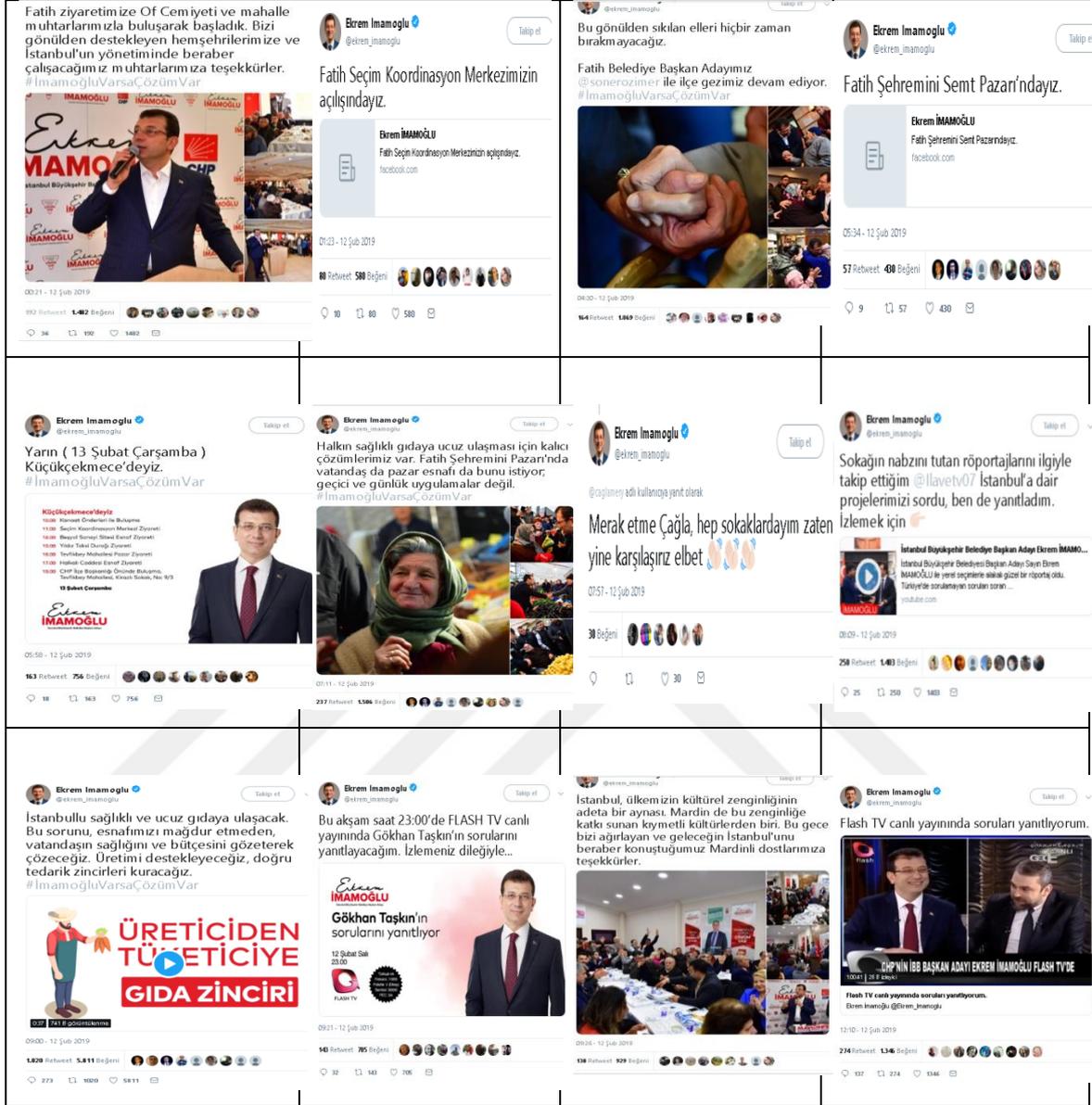
Görsel 26: Ekrem İmamoğlu'nun 23.01.2019 tarihinde attığı tweetler

23 Ocak 2019 tarihinde İmamoğlu'nun takipçi sayısına bakıldığında, bir önceki güne göre 578 kişinin yeni takipçiler olarak eklendiği ve toplamda 202.236 kişinin takip

ettiği görülmektedir. Günlük tweet sayısına bakıldığında; 9 fotoğraf, 2 facebook bağlantılı link olarak 11 tweet paylaşarak o güne kadar ki en yüksek sayıya ulaştığı görülmektedir. Tweetler 31.086 beğeni, 4.073 retweet olarak toplamda 35.159 etkileşim gerçekleşmiştir. Bu tweetleri arasında en çok beğeniye ise; vatandaşın elindeki poşeti olarak yardımlaşma mesajı veren fotoğraf ile “Allah’ım, beni İstanbul’a aileme ve doğduğum topraklara mahçup etmesin” dileği yer alan paylaşımıyla 12.157 beğeni aldığı görülür. Daha sonraki en yüksek beğeniye ise 10.095 kişi sayısı ile; İmamoğlunun ailesiyle birlikte yaptığı sabah kahvaltısı paylaşımının aldığı görülmektedir. Bu tarihte,4 #İmamoğluVarsaÇözümVar, 1 #AyşenGruda, 1 #UğurMumcu ve 1 #GaffarOkkan twitter etiketlemesi kullanıldığı görülmektedir.

Tweet içeriklerine baktığımızda ise; Eski Sosyal Demokrat ve Halk Partisi genel başkanı olan Aydın Gürkan vefatı için başsağlığı dileği, Tuzla Aydıntepe mahallesinde esnaf ve semt pazarındaki vatandaşlarla buluşmasını gösteren facebook bağlantılı link, Tuzla Aydıntepe’ de esnaf ve vatandaşlarla buluşmasını gösteren fotoğraf,Pendik Taşlıbayır pazarında halkla buluşmasından fotoğraf, Sinema sanatçılarımızdan olan Ayşen Guruda için #AyşenGuruda etiketlemesi kullanarak başsağlığı dilekleri, Pendik’ de faaliyet gösteren dernek ve odalar ile çarşı esnafı ziyaretinden fotoğraf, anne, baba ve aile yakınlarıyla sabah kahvaltısı, Cinayete kurban giden başarılı gazetecimiz Uğur Mumcu’ nun 26. Ölüm yıl dönümünü #UğurMumcu etiketini kullanarak hatırlatması ve unutmayacağız yazısı, 2011 yılı şehitlerimizden Gaffar Okkan’ ı #GaffarOkkan etiketlemesi kullanarak unutmayacağız yazısı gibi içeriklerinin yer aldığı görülmektedir.

12 Şubat 2019



Görsel 27: Ekrem İmamoğlu'nun 12.02.2019 tarihinde attığı tweetler

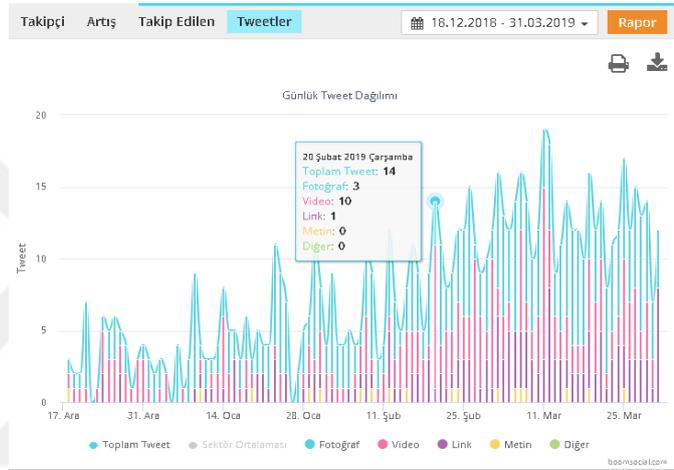
12 Şubat 2019 tarihine baktığımızda İmamoğlu'nun takipçi sayısı bir önceki güne göre 614 kişi artarak 221.747 olmuştur. 6 fotoğraf, 1 video, 4 link ve 1 metin olmak üzere toplamda 12 tweet atıldığı görülmektedir. Bu tweetler 15.926 beğeni, 2.719 retweet olarak toplamda 18.645 etkileşim gerçekleşmiştir. Ve 23 Ocak tarihine göre etkileşim sayısının düştüğünü görürüz. Bu tarihteki en çok beğeni alan 5.854 kişi ile "İstanbullu sağlıklı ve ucuz gıdaya ulaşacak..." sloganıyla video bağlantılı paylaşım almıştır. Paylaşım sayısı ve takipçi sayısındaki artışı önceki yüksek günle kıyasladığımızda daha önceki yani 23 Ocak 2019 tarihine göre paylaşım sayısı

birlikte takipçi sayısı da artmaktadır. Bu tarihte 5 tane *#İmamoğluVarsaÇözümVar* twitter etiketlemesi kullanıldığı görülmektedir.

Tweet içeriklerine bakıldığında ise; Fatih ziyaretinde yer alan Of cemiyeti ve mahalle muhtarlarıyla buluşması, Fatih seçim koordinasyon merkezi açılış linki, Fatih Belediye Başkan Adayı ile ilçe ve şehremini semt pazarı gezisi. Ertesi gün için Küçükçekmece' de olacağını duyurması, Halkın sağlıklı gıdaya ucuz ulaşması için kalıcı çözümlerini anlatan video, twitter üzerinden @çağlamery adlı kullanıcıya yanıt vermesi, sokak röportajlarıyla youtube kanalı olarak bilinen İlave TV konuğu olarak projelerini anlatacağını duyurması. İstanbul'da Mardinli dostlarla buluşması ve flash tv konuğu olarak soruları cevapladığı canlı yayından belirli bölümü paylaşması gibi başlıklar yer aldığını görürüz.

20 Şubat 2019

Ekrem İmamoğlu'nun en yüksek paylaşım yaptığı günleri gösteren grafiğe baktığımızda 20 Şubat 2019 tarihi önceki sayıların üstünde bir sayı olarak 14 tweet sayısı görünmektedir. Fakat tweet içeriğine baktığımızda sağ aşağıdaki 4 tweet'in bir gün öncesine ait olduğunu görürüz. Bu durumda 20 Şubat tarihindeki sayı 10 olarak o güne kadar en yüksek paylaşım sayısını göstermez 19 Şubat olarak bir gün öncesine kayan tweetlerin sayısı 12 olduğu için en yüksek paylaşım yapılan katagorimize uymaz. Bu sebeple çalışmamıza diğer günlerdeki tweet niceliğinin yüksek olduğu tweetlerin içeriğine bararak devam edeceğiz.



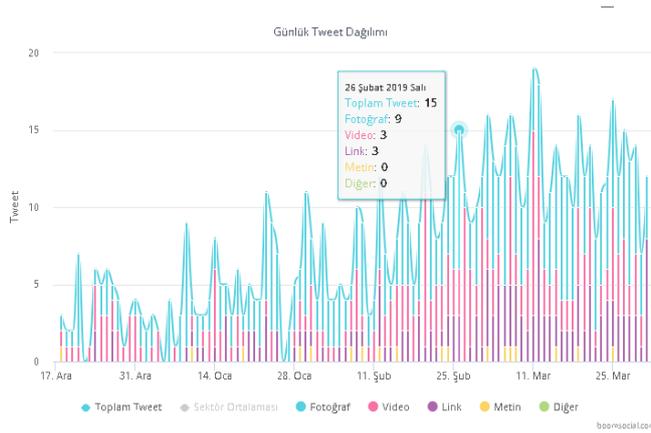
Görsel 28: 20 Şubat tarihindeki 14 görülen tweet miktarı

	İstanbul için ulaşım çözümlerimizi paylaşıyoruz. https://t.co/hSw5b3k84G	20.02.2019 10:19:28	1.159	294	41,02
	Megabüs ile İstanbul rahat ve hızlı bir ulaşım sistemine sahip olacak. Ulaşım ile ilgili tüm çözümlerimizi bugün saat 10:00'da canlı yayında açıklıyorum. #imamoğluVarsaÇözümVar pictwitter.com/o1148imgan	20.02.2019 08:19:43	2.775	628	42,31
	İki değerli siyasetçinin vefat haberi beni gerçekten üzdü. Eski Spor Bakanımız Fikret Ünlü ve eski Milletvekilimiz Halil Aliyüz'e Allah'tan rahmet, yakınları ve sevenlerine baş sağlığı dilerim. pictwitter.com/abi5glWw5Q1	20.02.2019 07:52:08	609	59	40,37
	Çay var içersen, çözüm var oylarsan. #imamoğluVarsaÇözümVar pictwitter.com/n6Nmb5UinZ	20.02.2019 07:33:55	3.307	486	42,29

Görsel 29: 20.02.2019 olması gerekirken 19.02.2019 görülen tweetler

26 Şubat 2019

26 Şubat tarihli günlük tweet dağılımı grafiğine bakıldığında, aşağıda görseli alındığı gibi toplamda 15 adet paylaşım yapıldığı görülür. Ancak 26 Şubat tarihindeki 15 tweet' in içeriklerine ulaştığımızda; 4 tanesinin bir gün öncekine ait olduğu ve 1 tanesinin de 27 Şubat gününe ait görüldüğü halde, 26 Şubat gününe ait olduğu görülür. Bu durumda 15 adet tweet sayısı 12 olarak netlik kazanır. Ve 12 Şubatta en çok paylaşım sayısı zaten 12 olduğu için daha yüksek bir paylaşım günü kriterine uymamaktadır.



Görsel 30: İmamoğlu'nun 26 Şubat gününü gösteren günlük tweet dağılımı grafiği

	Azerbaycan Cumhuriyeti'nin Hocali kasabasında katledilen Azerbaycan Türkü kardeşlerimizi rahmetle anıyorum. Tarihin en acı olaylarından biridir Hocalı'da yaşanan, Allah bir daha yağıtmasın. #Hocalı pic.twitter.com/yh3jBZxh4y	26.02.2019 10:52:42	1.174	212	¶0,85
	Beşiktaş'tan vapurla Üsküdar'a geçiyoruz. Kaptan köşkünde deniz ulaşımı ile ilgili projelerimizi paylaşıyorum. https://t.co/ajeZ2WTPyZ	26.02.2019 09:59:28	1.113	172	¶0,76
	Hasan Ali Yücel ülkenin dört bir yanına Köy Enstitüleri kurdu, biz de İstanbul'da Kent Enstitüleri kuracağız. Yeni nesil öğrenme ve girişimcilik merkezleri. Mesleki destek, iş ve istihdam olanağı. Girişimcilere destek. Kent kültürü araştırmala #imamogluVarsaÇözümVar m pic.twitter.com/Pj4uhjybb_jybb	26.02.2019 09:33:52	4.052	821	¶3,08
	Biz Dost'a çok güzel bir hobi bahçesi bulmuştuk, o da kendine yeni bir dost bulmuş. pic.twitter.com/FMKhUMysN4	26.02.2019 07:06:17	3.574	511	¶2,36

Görsel 31: 26.02.2019 olarak görünen 25.02.2019 tweetleri

	Eski Başbakanlarımızdan Prof. Dr. Necmettin Erbakan'ın ölüm yıldönümünde rahmetle anıyorum. #NecmettinERBAKAN pic.twitter.com/YUhlhoblcP	27.02.2019 10:26:23	3.193	349	¶1,92
--	--	---------------------	-------	-----	-------

Görsel 32: 27.02.2019 olarak görünen 26.02.2019 tweeti

3 Mart 2019

Sikrem Imamoglu
@sikrem_imamoglu

Silivri Tarımsal Üretim ve Araştırma Merkezi'ndeyiz.

facebook.com/imamogluikrem/...

00:53 - 3 Mar 2019

15 Retweet 52 Beğeni

Ethem Imamoglu
@ethem_imamoglu

Silivri benim gözbebeğim, bereketli toprakların, huzurlu insanlarımızın ilçesi. Silivri ziyaretimize Belediye Başkanımız ve Başkan Adayımız @ozcanisiklar ile hemşehrilerimizle buluşarak başladık.



01:06 - 3 Mar 2019

226 Retweet 143 Beğeni

Ethem Imamoglu
@ethem_imamoglu

İstanbul'da her çocuk #HalkSüt ile günlük taze süt çecek.

İstanbul çevresinde hayvancılığı teşvik ederek ucuz ve sağlıklı sütün üreticiden tüketiciye ulaşımını kolaylaştıracajız. Silivri üreticilerimiz hazır, biz hazırız. #ImamogluVarsaÇözümVar



01:56 - 3 Mar 2019

14 Retweet 41 Beğeni

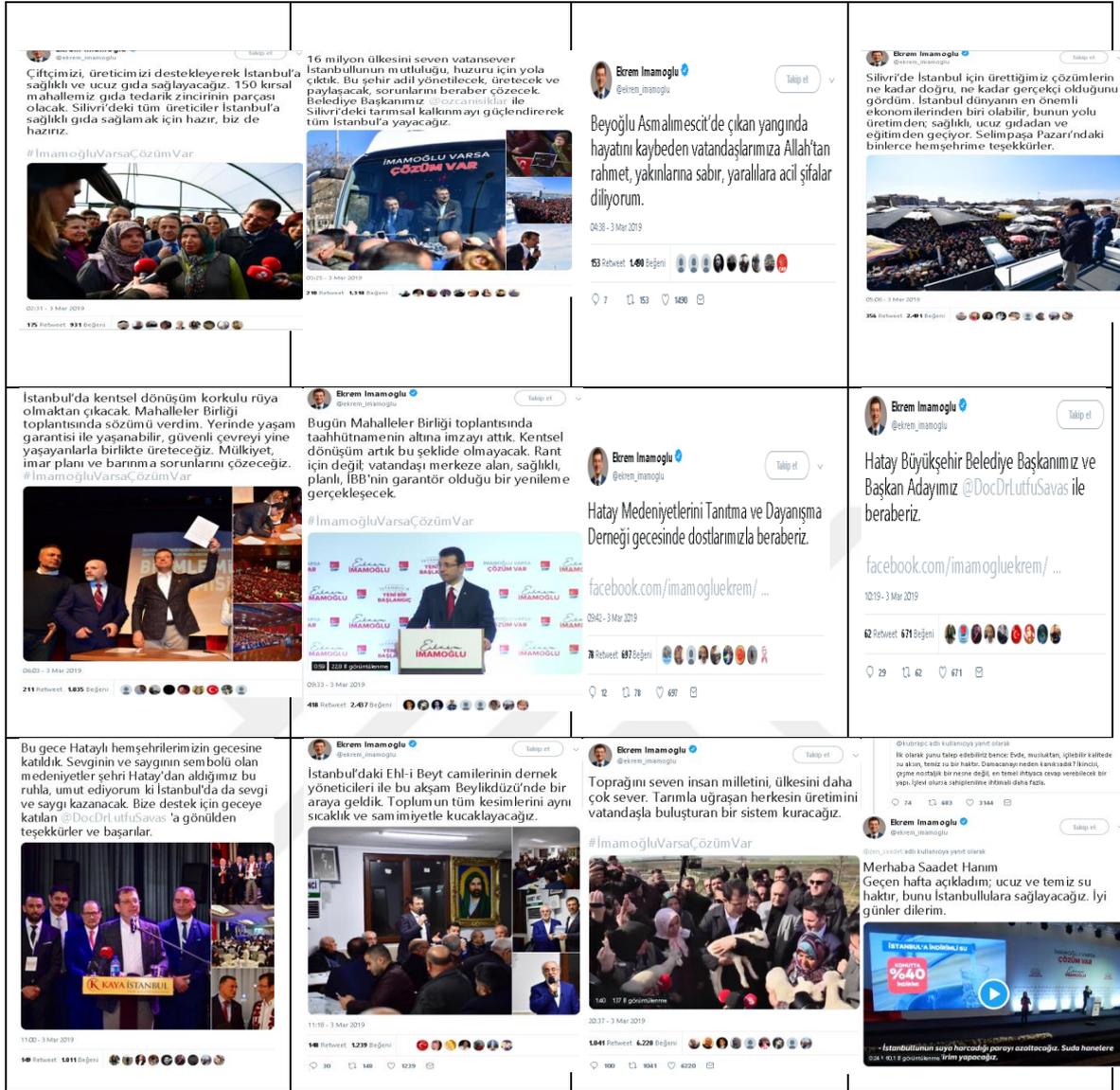
Ethem Imamoglu
@ethem_imamoglu

Silivri sahilinde Belediye Başkanımız ve Adayımız @ozcanisiklar ile hemşehrilerimizle beraberiz.

facebook.com/imamogluikrem/...

02:27 - 3 Mar 2019

55 Retweet 49 Beğeni



Görsel 33: Ekrem İmamoğlu'nun 03.03.2019 tarihinde attığı tweetler

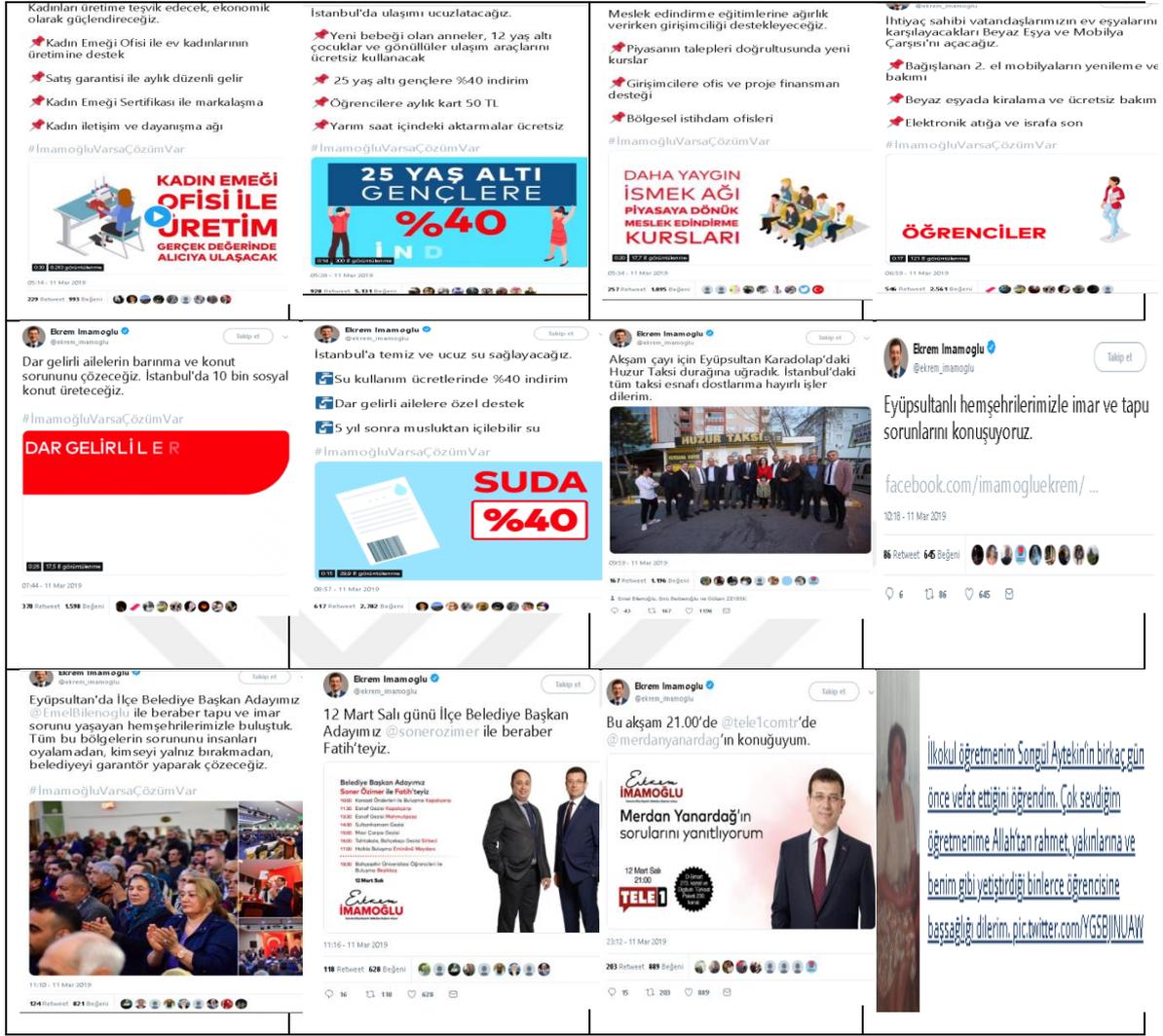
İmamoğlu'nun 3 Mart 2019 tarihinde hesabına bakıldığında 245.749 takipçiye sahip olduğu görülür. En çok paylaşım yaptığı günlerden biri olarak 8 fotoğraf, 5 link, 2 video ve 1 metin olarak 16 tweet atıldığı görülmektedir. Bunlardan en çok beğeniyi #Halksüt etiketiyle İstanbuldaki her çocuğun günlük taze süt içmesini amaçlayarak Silivri ve çevresinde hayvancılığın yapılmasını ve üreticiden tüketiciye ulaşımı kolaylaştıracağını söyleyen vaadiyle 4.481 beğeni ve 643 retweet aldığını görürüz. Bu tarihte, 3 tane #İmamoğluVarsaÇözümVar ve 1 tane #Halksüt etiketlemesinin kullanıldığı görülmektedir.

Günlük tweet içeriklerine baktığımızda; 7 tanesinin silivri ziyaretlerinde tarımsal üretim ve araştırma merkezi gibi gezdiği önemli yerler, halk buluşmaları ve

silivri için tarım ve hayvancılığı geliştirmeye yönelik projeleri yer almaktadır. Diğer tweet içerikleri; kentsel proje, hatay ziyaretleri, başsağlığı dileği, farklı inanç merkezi yerlerinden ziyaret ve takipçilerine verdiği cevaplar yer almaktadır. 3 Mart 2019 paylaşımlarında toplamda 25.166 beğeni ve 3.886 retweet ile 29.052 etkileşim gerçekleştiği görülmektedir. Önceki en yüksek paylaşımı yaptığı gün olan 12 Şubat 2019 tarihiyle kıyaslandığında paylaşım sayısı ile etkileşim sayısında doğru orantı görülmektedir. Paylaşımınla birlikte, beğeni ve retweet aldığı sayı da artmıştır.

11 Mart 2019

<p>Birem İmamoglu @birem_imamoglu</p> <p>İstanbul'daki "Kent Yoksulluğu" için çözümlerimi paylaşıyorum. #İmamogluVarsaÇözümVar</p>  <p>İstanbul'daki "Kent Yoksulluğu" için çözümlerimi paylaşıyorum. #İmamogluVarsaÇözümVar</p> <p>00:37 - 11 Mar 2019</p> <p>274 Retweet 1.896 Beğeni</p>	<p>Üreticiden sofraya destek zinciri</p> <ul style="list-style-type: none"> Eğitim destek paketi Ulaşımında özel indirimler Su faturasında % 40 indirim Kres ve gündüz bakım evleri ile vatandaşlarımızın harcamalarını düşüreceğiz. <p>#İmamogluVarsaÇözümVar</p>  <p>01:26 - 11 Mar 2019</p> <p>86 Retweet 2.248 Beğeni</p>	<p>Sosyal yardımları özenle, sessizce, artırarak devam ettireceğiz.</p> <ul style="list-style-type: none"> Geçim Destek Paketi ile yoksulluk sınırı altındaki ailelere destek Suda %40 indirim Evlilik Desteği Beyaz Eşya Mobilya Çarşısı ile öğrenciler destek <p>#İmamogluVarsaÇözümVar</p>  <p>04:21 - 11 Mar 2019</p> <p>102 Retweet 1.028 Beğeni</p>	<p>Eğitim Destek Paketi ile çocuk okutan ailelere destek olacağız.</p> <ul style="list-style-type: none"> Mahalle Evlerinde ücretsiz kurslar ve ulaşım desteği 500 bin öğrenciyi kırtasiye ve üniforma desteği İhtiyaç sahibi ailelere özel destek <p>#İmamogluVarsaÇözümVar</p>  <p>05:11 - 11 Mar 2019</p> <p>292 Retweet 1.248 Beğeni</p>
<p>Bir elin verdiği öbür el asla görmeyecek. İstanbul'da kimseyi kayırmadan ihtiyaç sahibi her ailenin yanında olacağız.</p> <ul style="list-style-type: none"> Sabit Geçim Desteği 0-6 Yaş Çocuk Desteği Yaşlı Bakım Desteği Engelli Bakım Desteği Hasta Bakım Desteği İş Bulma Desteği <p>#İmamogluVarsaÇözümVar</p>  <p>02:05 - 11 Mar 2019</p> <p>741 Retweet 4.326 Beğeni</p>	<p>Türkiye'nin değerli sanatçıları ve edebiyatçılarıyla beraberiz. #İmamogluVarsaÇözümVar</p>  <p>Türkiye'nin değerli sanatçıları ve edebiyatçılarıyla beraberiz. #İmamogluVarsaÇözümVar</p> <p>01:58 - 11 Mar 2019</p> <p>253 Retweet 1.879 Beğeni</p>	<p>İstanbul'da kimse yatağa aç girmeyecek.</p> <ul style="list-style-type: none"> Geliri açık sınırın altında olan her aileye destek İhtiyaç tespiti ile İstanbul Kart aracılığıyla nakdi destek Halk Ekmek ve Halk Süt Desteği Ücretsiz Damacana Su <p>#İmamogluVarsaÇözümVar</p>  <p>04:21 - 11 Mar 2019</p> <p>1.189 Retweet 5.448 Beğeni</p>	<p>İşsizliğe Çözüm Var</p> <ul style="list-style-type: none"> Bölgesel İstihdam Ofislerinde İlgüçü ile Yatırımcı Buluşması Emek, Ticaret ve Sanayi Kurumlarıyla Saha Araştırmaları İSMEK ve Kent Enstitüleriyle Eğitim Programları <p>#İmamogluVarsaÇözümVar</p>  <p>04:43 - 11 Mar 2019</p> <p>389 Retweet 1.523 Beğeni</p>



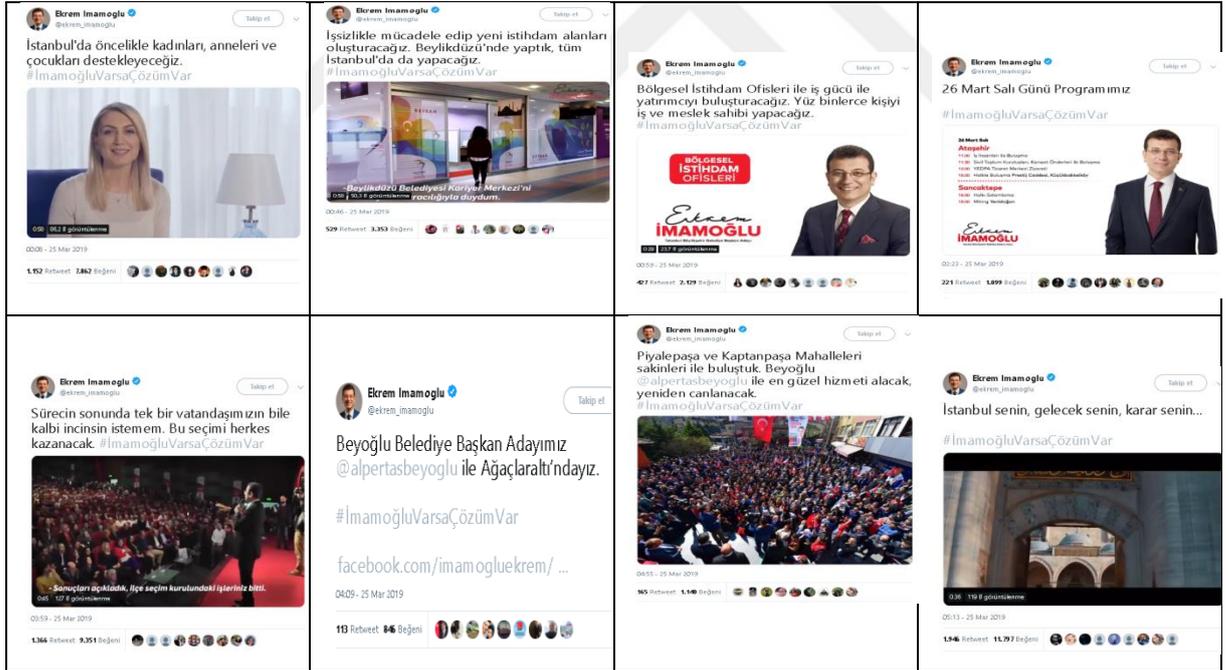
Görsel 34: Ekrem İmamoğlu'nun 11.03.2019 tarihinde attığı tweetler

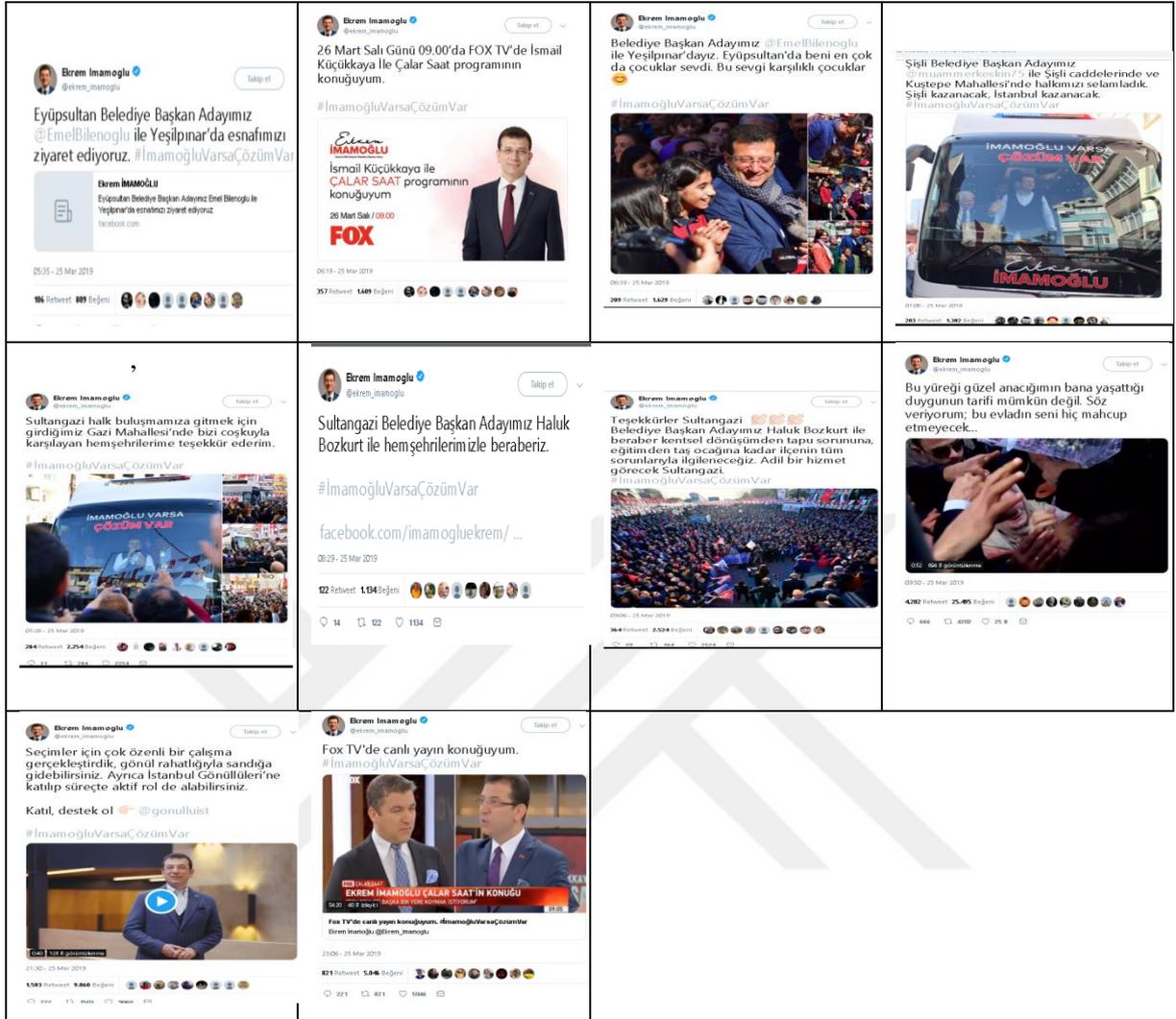
11 Mart 2019 tarihine bakıldığında Ekrem İmamoğlu'nun 258.952 takipçisi bulunduğu görülür. 36.498 beğeni, 7.275 retweet olarak 43.773 etkileşim gerçekleştiği görülmektedir. Paylaştığı tweet sayısına arttığı gibi etkileşim miktarının da arttığı görülmektedir.. 14 video, 5 fotoğraf, 1 link bağlantılı olarak paylaştığı 20 tweet arasında en çok beğeniyi #İmamoğluVarsaÇözümVar etiketiyle 5.448 beğeni alan: İstanbul projelerini anlatan paylaşımlardan biri olan; "İstanbul' da kimse yatağa aç girmeyecek" sloganıyla İstanbul' un yoksulluk probleminde destek amacıyla yapılacakların anlatıldığı videodur. Bu tarihte, 15 tane #İmamoğluVarsaÇözümVar etiketlemesinin kullanıldığı görülmektedir.

Tweet içeriklerine bakıldığında; İstanbul sorunlarını içeren: Kent yoksulluğu ve işsizlik, sosyal yardım, eğitim destek paketi, ihtiyaç sahibi aileler için destekler,

geliri açlık sınırı altında olan ailelere destek, kadın üretiminde teşvik, ulaşımı ucuzlatma, meslek edindirme eğitimleri ve girişimcilik, ihtiyaç sahibi vatandaşların ev eşyalarını karşılamaları için kurulacak olan beyaz eşya çarşısı, dar gelirli ailelerin barınma ve konut sorunu, temiz ve ucuz su temini, Eyüpsultan sakinleriyle imar ve tapu sorunları gibi meselelere çözüm önerilerini video, link destekli içeriklerle takipçilerine duyurduğunu görürüz. Ayrıca bu paylaşımların beğeni sayıları da diğer içerikli tweetlerden daha yüksek olduğunda vurgulayabiliriz. Tüm bunların yanında İmamoğlu'nun önemli gün ve olaylar hakkında da paylaşım da bulunduğunu, bunun yanında İlkokul öğretmenin vefatı, Taksicilerle buluşması gibi iç dünyasını ve samimiyetini gösteren paylaşımlarda bulunduğunu görürüz. Ayrıca her katılacağı canlı yayınları twitter üzerinden duyurduğu da 11 Mart paylaşımlarına bakılarak söylenilebilir.

25 Mart 2019





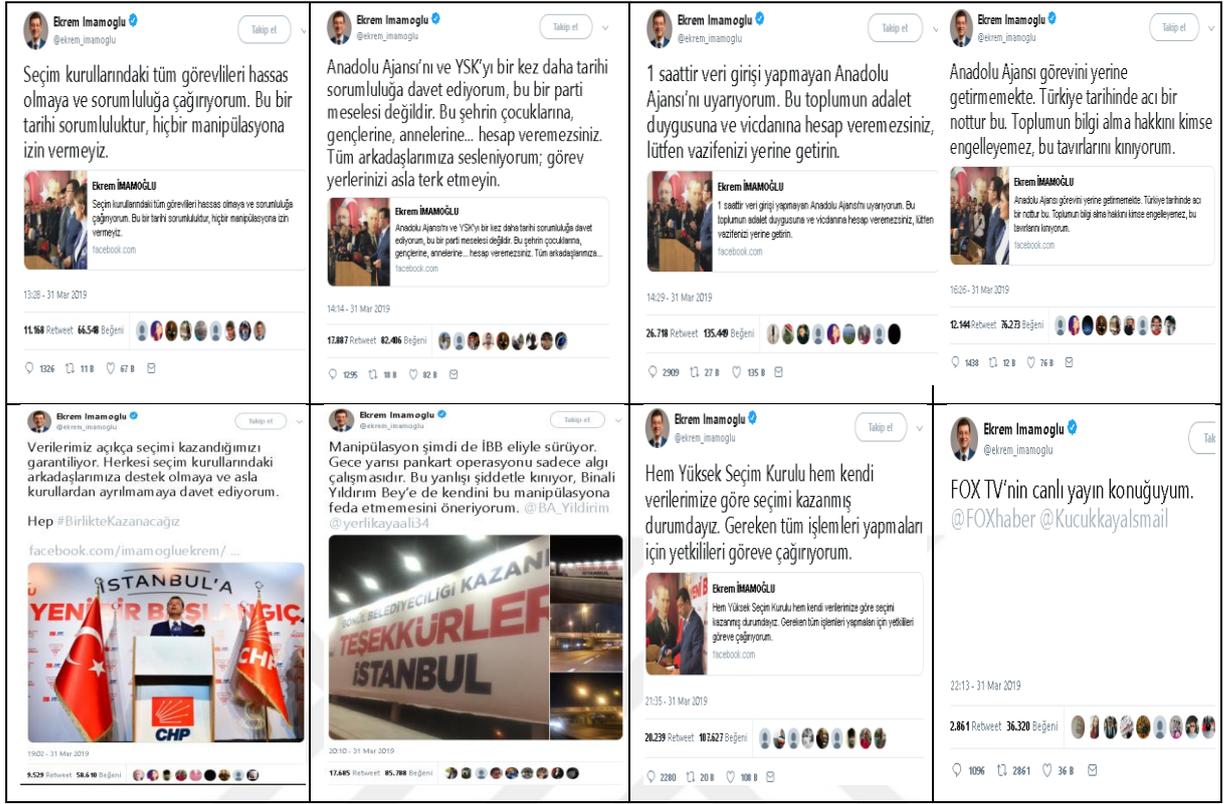
Görsel 35: Ekrem İmamoğlu'nun 25.03.2019 tarihinde attığı tweetler

25 Mart 2019 tarihinde İmamoğlu'nun takipçi sayısının 321.037 takipçi sayısı ile % 3,389 artışa ulaştığını görülür. Bu tarihte paylaştığı tweetler 8 video, 7 fotoğraf, 3 link bağlantılı olarak toplamda 18 olduğu görülmektedir. Tweetler toplamda; 87.126 beğeni, 12.829 retweet olarak 99.955 etkileşim almıştır. Bunlar arasında en çok beğeniye ise, araçla halk selamlaması sırasında bir annenin Ekrem İmamoğlu'nun yanına gelmesi ve İmamoğlunun ona çiçek demeti vermesiyle ona güzel dileklerde bulunarak sevgi gösterisi yapan video içekli paylaşımına İmamoğlu'nun bu ana dair paylaşımı ve mutluluğunu ifade etmesiyle 25.490 beğeni almasına sebep olmuştur. Bundan sonra en fazla beğeniye ise 11.795 beğeniyle İstanbul tanıtımı içerikli videoyla; "İstanbul senin, karar senin" yazılı paylaşımının aldığı görülür. Bu tarihte, 17 tane #İmamoğluVarsaÇözümVar etiketlemesinin kullanıldığı görülmektedir.

Tweet içeriklerine bakıldığında; Televizyon ekranlarında seçim reklamı olarak da yayınlanmış olan İmamoğlu'nun eşinin kadın ve çocuklar için neler yapılacağını anlatan videosu, işsizlikle mücadele, istihdam alanı yaratılması ve bunları Beylükdüzü Belediye Başkanlığı süresinde yaptığını ve tüm İstanbul için yapacağını video eşliğinde paylaşması, bir sonraki gün Ataşehir, Sancaktepe buluşmasını duyurması, seçim sonucuna dair güzel dilekleri, Beyoğlu Belediye Başkan Adayıyla ağaçlar altında paylaşımı ve Piyalepaşa, Kaptanpaşa mahalle sakinleriyle buluşmaları, Eyüpsultan Belediye Başkan Adayı ile Yeşilpınar esnaf ziyareti, 26 Mart tarihi için foxekranında İsmail Küçükkaya konuğu olacağı haberi, Şişli Belediye Başkan Adayı ile Şişli caddeleri, Kuştepe Mahalle sakinleriyle görüşmesi, Sultangazi halk buluşması ve Belediye Başkan Adayı ile kentsel dönüşüm, tapu sorunları konuşması, en yukarıda en çok beğeni aldığını söylediğimiz bir anneyle yaşadığı sıcak an ve anneye karşı duyguları, İstanbul Gönüllüleri'ne katılıp seçim sürecine destek olma linki gibi çok yönlü seçim çalışmalarını ele alan konularla tweetler üzerinden de yürüttüğü görülmektedir.

31 Mart 2019: Yerel Seçim Günü

<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Ailecek kahvaltımızı yaptık, birazdan oy vermeye gideceğiz. Siz de oyunuzu kullanın ve gördüğünüz herkese lütfen gülümseyin 😊</p>  <p>23:55 - 30 Mar 2019</p> <p>5.440 Retweet 84.912 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Milletimiz için hayırlı bir seçim olsun.</p> <p>00:56 - 31 Mar 2019</p> <p>822 Retweet 14640 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Eşim Dilek ve oğlum Selim ile beraber sandığa gidip oyumuzu kullandık. Bu seçimin İstanbul'a ve tüm ülkemize hayırlı olmasını dilerim. Herkesi de tekrardan sandığa gidip oy kullanmaya davet ediyorum.</p>  <p>01:38 - 31 Mar 2019</p> <p>1.965 Retweet 33.472 Beğeni</p> <p>577 1965 34.8</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Açılan sandık oranlarıyla ilgili açıklama yapıyorum.</p>  <p>10:42 - 31 Mar 2019</p> <p>2.674 Retweet 24.301 Beğeni</p> <p>1013 2674 24.8</p>
<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Veri girişi ve manipülasyonlarla ilgili herkesi dikkatli olmaya, kamu kurumları yöneticilerini de ahlaklı ve özenli olmaya davet ediyorum.</p>  <p>11:14 - 31 Mar 2019</p> <p>18.818 Retweet 58.995 Beğeni</p> <p>1411 118 59.8</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>SANDIKLARI BIRAKMAYIN! Hep birlikte başaracağız.</p>  <p>11:48 - 31 Mar 2019</p> <p>16.364 Retweet 105.421 Beğeni</p> <p>1816 16.8 105.8</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Açılan sandık oranlarıyla ilgili yeni bir açıklama yapıyorum.</p>  <p>12:04 - 31 Mar 2019</p> <p>3.290 Retweet 27.742 Beğeni</p> <p>1013 3290 28.8</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Kimseyi haklarını yemem, kimseye de hakkımı yedirmem. Yüksek Seçim Kurulu'nu ve Anadolu Ajansı'nı şeffaf, adil ve dürüst olmaya, manipülasyonlara bulaşmamaya davet ediyorum. Kimse sandıklardan ayrılmazın, tüm oyların takipçiyiz.</p>  <p>12:20 - 31 Mar 2019</p> <p>19.518 Retweet 116.441 Beğeni</p> <p>2890 120.8 116.8</p>



Görsel 36: Ekrem İmamoğlu'nun 31.03.2019 tarihinde attığı tweetler

31 Mart 2019 Yerel Seçimlerin olduğu gün Ekrem İmamoğlu'nun takipçi sayısının, % 9.721 artışla 382.279'a ulaştığı olduğu görülmektedir. Adaylığını açıkladığı tarihten bu tarihe kadar geçen süre içerisinde en yüksek takipçi sayısı ve artışının yaşandığı gün 31 Mart günüdür. Paylaşım sayısına bakıldığında, 8 facebook bağlantılı link, 6 fotoğraf ve 1 metin bağlantılı toplamda 16 paylaşımda bulunduğu görünür. Bu paylaşımların toplamda; 836.470 beğeni, 128.916 retweet olarak 965.386 etkileşim gerçekleştiği görülmektedir. Etkileşim miktarı olarak da bu güne kadar ki en yüksek sayıdır. En çok beğeni alan paylaşımlara bakıldığında bunlardan ilkinin, eşi ve çocuklarıyla oy kullanmaya gitmeden önce yaptığı kahvaltı sofrasından fotoğraf paylaşımı ve bu fotoğraf eşliğiyle halkı oy kullanmaya gitmeye teşvik etmesidir. Bu tarihte, 1 #BirlikteKazanacağız twitter etiketlemesi kullanıldığı görülmektedir.

Twitter içeriklerine bakıldığında, eşi ve çocuklarıyla oy kullanmaya gitmeden önce kahvaltı sofrasından yapılan fotoğraf paylaşımı ve halkı oy kullanmaya davet etme, "Milletimiz için hayırlı bir seçim olsun" dileğinin bulunduğu metin, eşi Dilek Hanım ve oğlu ile birlikte oy kullanırken çekilen fotoğraf paylaşımıyla birlikte "Bu seçimin İstanbul'a ve tüm ülkemize hayırlı olmasını dilerim" ve "Herkesi tekrardan

sandığa gidip oy kullanmaya davet ediyorum” mesajı, açılan sandık oranlarıyla ilgili bilginin Ekrem İmamoğlu tarafından facebook bağlantılı link ile basın açıklaması paylaşımı, “Veri girişi ve manipülasyonlarla ilgili herkesi dikkatli olmaya, kamu kurumu yöneticilerini de ahlaklı ve özenli olmaya davet ediyorum” yazısıyla paylaştığı facebook bağlantılı basın açıklaması, “Sandıkları Bırakmayın!!!” uyarısı ile “Hep birlikte başaracağız” mesajının halkla buluşmasından fotoğrafla paylaşımı, Açılan sandık oranlarıyla ilgili yeni bir açıklamanın İmamoğlu’nun kendi facebook sayfasındaki link ile duyurmasının paylaşımı, seçim sonuçlarının açıklanmasına yakın zamanları kapsayan süreçte Yüksek Seçim Kurumu’nun ve Anadolu Ajansı’nın veri akışını durdurmasının ardından Ekrem İmamoğlu’nun: “Kimsenin hakkını yemem, kimseye de hakkımı yedirmem, Yüksek Seçim Kurumu’nu ve Anadolu Ajansı’nı şeffaf, adil ve dürüst olmaya; manipülasyonlara bulaşmamaya davet ediyorum” ve “Kimse sandıklardan ayrılmayın, tüm oyların takipçisiyiz” metin mesajlarının basın açıklamasından fotoğraf ile paylaşımı, “Seçim kurullarındaki tüm görevlileri hassas olmaya ve sorumluluğa çağırıyorum. Bu bir tarihi sorumluluktur, hiçbir manipülasyona izin vermeyi” yazısıyla basın açıklamasının yer aldığı facebook bağlantılı link ile paylaşımı, “Anadolu Ajansı’nı ve YSK’yı bir kez daha tarihi sorumluluğa davet ediyorum, bu bir parti meselesi değildir. Bu şehrin çocuklarına, gençlerine, annelerine... hesap veremezsiniz. Tüm arkadaşlarımıza sesleniyorum; görev yerlerinizi asla terk etmeyin” metin mesajı ile bu açıklamanın yer aldığı basın açıklamasının facebook bağlantılı link paylaşımı, “1 saattir veri girişi yapmayan Anadolu Ajansı’nı uyarıyorum. Bu toplumun adalet duygusuna ve vicdanına hesap veremezsiniz, lütfen vazifenizi yerine getirin” metin yazısı eşliğinde basın açıklamasında yer alan videonun facebook bağlantılı link ile paylaşımı, “Anadolu Ajansı görevini yerine getirmemekte. Türkiye tarihinde acı bir nottur bu. Toplumun bilgi alma hakkını kimse engelleyemez, bu tavırlarını kınıyorum” metin mesajı, “Verilerimiz açıkça seçimi kazandığımızı garantiliyor. Herkesi seçim kurullarındaki arkadaşlarımıza destek olmaya ve asla kurullardan ayrılmamaya davet ediyorum” metin mesajının İmamoğlu’nun o güne ait basın açıklamasından bir fotoğraf ile paylaşımının Hep *#BirlikteKazanacağız* etiketlemesiyle paylaşımı, Binali Yıldırım’ın seçim sonuçlarının resmi açıklaması gelmemesi ve veri akışının alınmadığı akşam saatlerinde “Gönül Belediyeciliği Kazandı Teşekkürler İstanbul” tazısının bulunduğu afiş önünde yaptığı açıklama ve İstanbul’un bazı yerlerinde de aynı

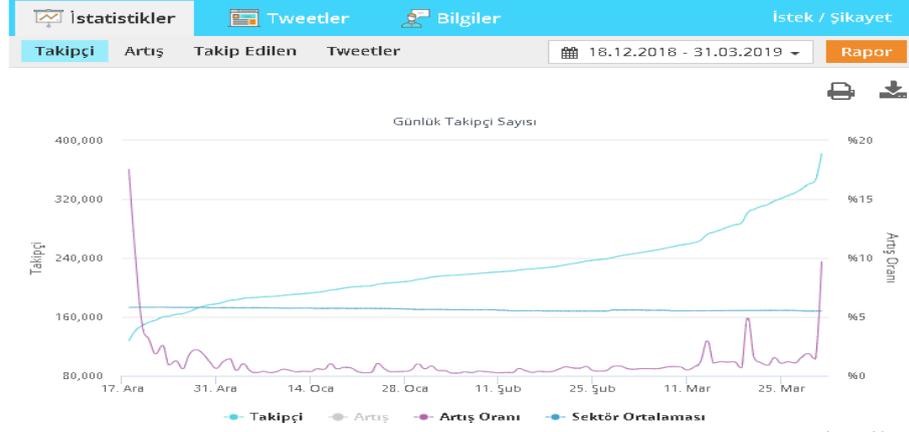
afişlerden asılı görüntüsünün yer aldığı fotoğraf ile birlikte Ekrem İmamoğlu'nun: "Manipülasyon şimdi de İBB eliyle sürüyor. Gece yarısı pankart operasyonu sadece algı çalışmasıdır. Bu yanlış şiddetle kınıyor, Binali Yıldırım Bey'e de kendini bu manipülasyona feda etmemesini öneriyorum" metin yazısının paylaşımı, "Hem Yüksek Seçim Kurulu hem kendi verilerimize göre seçimi kazanmış durumdayız. Gereken tüm işlemleri yapmaları için yetkilileri göreve çağırıyorum" basın açıklamasının bulunduğu video link'in facebook bağlantısıyla paylaşımı, akşam geç saatlere kadar yayını sürdürmekte olan FOX tv' de canlı yayın konğu olarak katılımının duyurulmasıyla birlikte Fox tv sipikerinin "Gönüllüler" ekibinin bulunduğu alanda Ekrem İmamoğlu'nun soruları yanıtlamasının yer aldığı faebook bağlantılı link paylaşımları yer almaktadır.

Seçim günü İmamoğlu'nun , halkı oy kullanmaya, sandıklara sahip çıkmaya çağırması, sandıklar açılıp oylar sayılmaya başladıktan sonra ve bu süreç boyunca verilerin açıklanması ve sonuçlara dair gelişmelerde aktif katılımının basın ve sosyal medya aracılığıyla aktif katılımının söz konusu olduğu görülmektedir. Basın ve sosyal medya aracılığıyla halka, bu süreç ve süreçte yaşanan gelişme ve durumlardan son vakte kadar haberdar ettiği de görülmektedir.

3.1.2 Adaylığını Açıkladığı Günden 31 Mart Tarihine Kadar ki 3 Aylık Dönemde Genel Twitter İncelemesi

3.1.2.1 Takipçi Sayısı

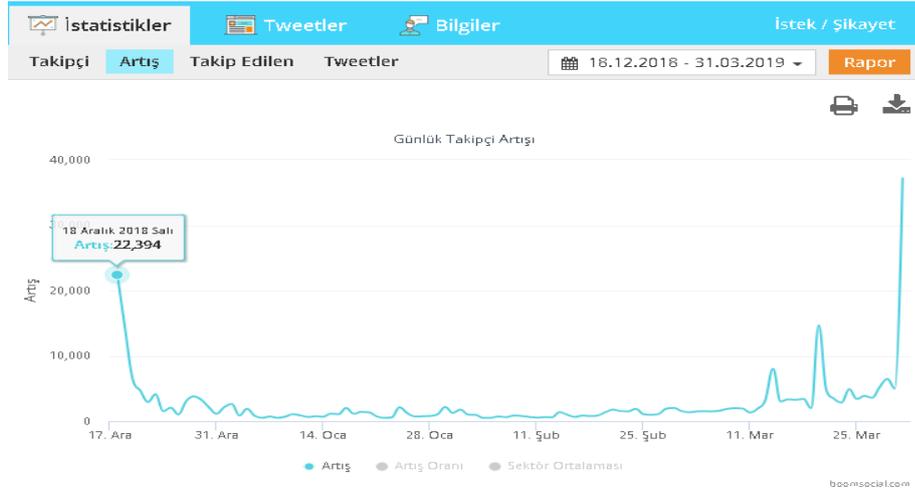
18 Aralık 2018 tarihi, Ekrem İmamoğlu'nun 2019 Yerel Seçimleri için adaylığını açıkladığı tarih ve 31 Mart Yerel Seçimlerin yapıldığı tarihe kadar takipçi sayısının düzenli olarak arttığını aşağıdaki grafikteki soldan sağa yükselmekte olan açık mavi çizgiden görünmektedir. 18 Aralık'da 127.447 takipçisi varken 31 Mart günü bu sayı 382.279'a yükselmiştir. Takipçi artış oranına baktığımızda ise 31 Mart günü takipçi sayısını % 20'yeyükselttiğini görülür. Sektör ortalaması olarak gösterilen sayı 172.923'dir. İmamoğlu bu sayıyı 29 Aralık 2018 gününde aşarak bu tarihten itibaren düzenli olarak artırdığını görülmektedir.



Görsel 37: Ekrem İmamoğlu'nun günlük takipçi sayısı

Takipçi sayısındaki artışlara bakıldığında, belirli günlerde artışların çok belirgin olduğu görülmekte. Bu günlerden biri 18 Aralık 2018 tarihidir. 18 Aralık 2018 tarihinde, İmamoğlu'nun adaylığını açıkladıktan sonra 22.394 Bin takipçi sayısı artmıştır. 14 Mart günü de 8.020 artış görülmektedir .

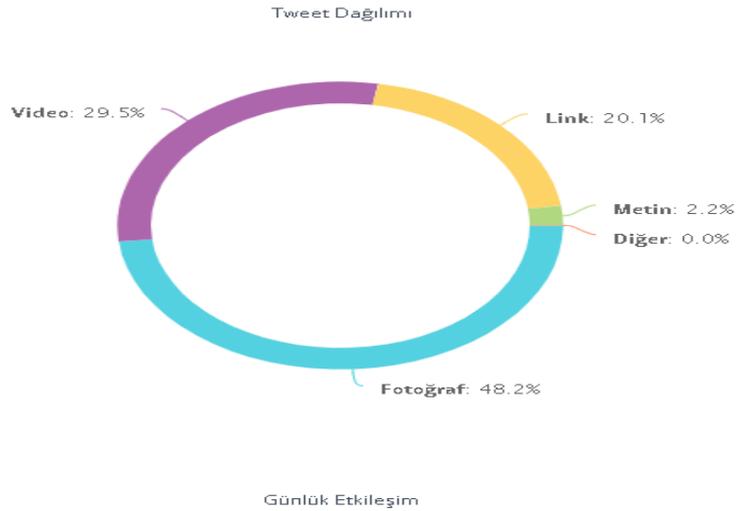
20 Mart 2019 tarihinde ise, günlük takipçi sayısında 14.694 artış olduğu görülürken en yüksek artışın ise seçimin gerçekleştiği 31 Mart 2019 günü 37.16 kişi takipçi olarak eklendiği görünmektedir. Tabloya baktığımızda belki tanınır olmanın belki de tanınma isteğinin etkisiyle, ilk ve son gün takipçi sayısında belirgin artış görülmektedir.



Görsel 38: Ekrem İmamoğlu'nun günlük takipçi artışı

3.1.2.2 Günlük Etkileşim

3 Aylık süre boyunca paylaşılan tweetlerin yüzdeleri dağılımına baktığımızda; bunların % 48.2 sinin fotoğraf, % 29.5 video, %20.1 link ve %2.2 sinin metin özellikle olduğu görülür.



Görsel 39: Seçim öncesi dönemde günlük etkileşim dağılımı

Günlük etkileşim oranlarına bakıldığında, en düşük sayı 26 Ocak 2019 tarihindedir. Bu tarihte 1 fotoğraf içerikli 10 video bağlantılı 11 tweet paylaşılmış, günün sonunda bu tweetler 4.463 beğeni, 6.463 retweet olarak 5.139 etkileşim gerçekleştirmiştir. Bu 3 aylık süreçte hiç paylaşımında bulunmadığı gün sayısı 3 olup: 22 Aralık 2018, 5 Ocak 2019 ve 26 Ocak 2019 tarihleridir. Bu günler dışında seçim çalışmaları boyunca twitter'ı etkin bir şekilde kullandığını söylenebilir.

3.1.2.3 En Çok Beğeni Alanlar

1.) 31.03.2019 seçim günü: “Kimsenin hakkını yemem, kimseye de hakkımı yedirmem. Yüksek Seçim Kurulu'nu ve Anadolu Ajansı'nı şeffaf, adil ve dürüst olmaya, manipülasyonlara bulaşmamaya davet ediyorum. Kimse sandıklardan ayrılmasın, tüm oyların takipçiyiz” tweetiyle 116.928 beğeni, 19.719 retweet almıştır.



Görsel 40: Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğeni alan tweeti

2.) 31.03.2019 seçim günü: “ Sandıkları Bırakmayın! Hep birlikte başaracağız” tweetiyle 105.790 beğeni, 16.548 retweet almıştır.



Görsel 41: Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğeni alan ikinci tweeti

3.) 31.03.2019 seçim günü: “ Ailecek kahvaltımızı yaptık, birazdan oy vermeye gideceğiz. Siz de oyunuzu kullanın ve gördüğünüz herkese lütfen gülümseyin” tweetiyle 94.679 beğeni, 5.489 retweet almıştır.



Görsel 42: Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğeni alan üçüncü tweeti

4.) 31.03.2019 seçim günü: “Seçim kurullarındaki tüm görevlileri hassas olmaya ve sorumluluğa çağırıyorum. Bu bir tarihi sorumluluktur, hiçbir manipülasyona izin vermeyiz” tweetiyle 66.850 beğeni, 11.285 retweet almıştır.



Görsel 43: Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğeni alan dördüncü tweeti

5.) 31.03.2019 seçim günü: “ Veri girişi ve manipülasyonlarla ilgili herkesi dikkatli olmaya, kamu kurumu yöneticilerini de ahlaklı ve özenli olmaya davet ediyorum” tweetiyle 59.209 beğeni, 10.925 retweet almıştır.



Görsel 44: Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğeni alan beşinci tweeti

Yukarıda ki çalışmada 31 Mart 2019 Yerel Seçimlerine 3 ay kala İstanbul İl Belediye Başkan Adaylarında Ekrem İmamoğlu' nun twitter hesabını incelenmiştir. Aday seçim çalışmalarını gerçek hayatta yürüttüğü kadar belki de daha fazla sosyal medya üzerinden yürüttüğünü söyleyebiliriz. Adaylığını ilan ettiği günden beri twitter’I, seçim boyunca gittiği ilçeler ve ilçelerdeki etkinlikleri, seçim vaatlerini, yaptığı ve

yapacağı çalışmaları halkın içine girerek; halkla yakın temaslar kurarak ve halkın her kesimini kucaklayan açıklamalarıyla tanınırlığını arttırmıştır. Seçim çalışmaları boyunca yürüttüğü kampanyaların konusu: Ayrıca daha önce ki yerel seçimlerde Akp' den tek el değişiren Beylikdüzü Belediye Başkanlığı süresince yaptığı çalışmaları, memnuniyetlerin yanında ailesinden, evinden, yemek sofralarından paylaşımlarıyla güven veren imaj yaratmıştır. Ekrem İmamoğlu, rakibi Binali Yıldırım'ın karşısındaki tanınma ihtiyacını sosyal medyayı kullanarak sağlamıştır.



Görsel 45: Ekrem İmamoğlu'nun twitter performans tablosu



Görsel 46: Binali Yıldırım hesabının twitter performans tablosu

Adaylığını ilan ettiği günden hemen önceki gün takipçi sayısı 105.053 iken; adaylığını ilan ettiği tarihte 127.447 ye ulaştırmış ve 31 Mart tarihinde bu sayı 382.286 olmuştur. Seçimlerden yaklaşık 1 ay sonra(27.04.2019) ise bu sayının 1.907.736 olarak Binali Yıldırım'ı takipçi ve takipçi miktarındaki artışla geride bıraktığı görülmektedir. Bu veriler İmamoğlu'nun, yıllarca belediye başkanlığı, meclis başkanlığı ve başbakanlık yapmış tanınmış bir rakip aday olan Binali Yıldırım karşısında 'tanınma', 'sesini duyurma', seçim kampanyalarını yürütme, seçim koordinasyon merkezleri kurmak gibi gereksinimlerini sosyal medya araçlarından biri olan twitter üzerinden sağladığını göstermektedir.

3.1.3 18.12.2018 – 31.03.2019 Tarihlerinde Twiter Hesabı Üzerinden Yürüttüğü Seçim Çalışmaları

3.1.3.1 Seçim Vaatleri

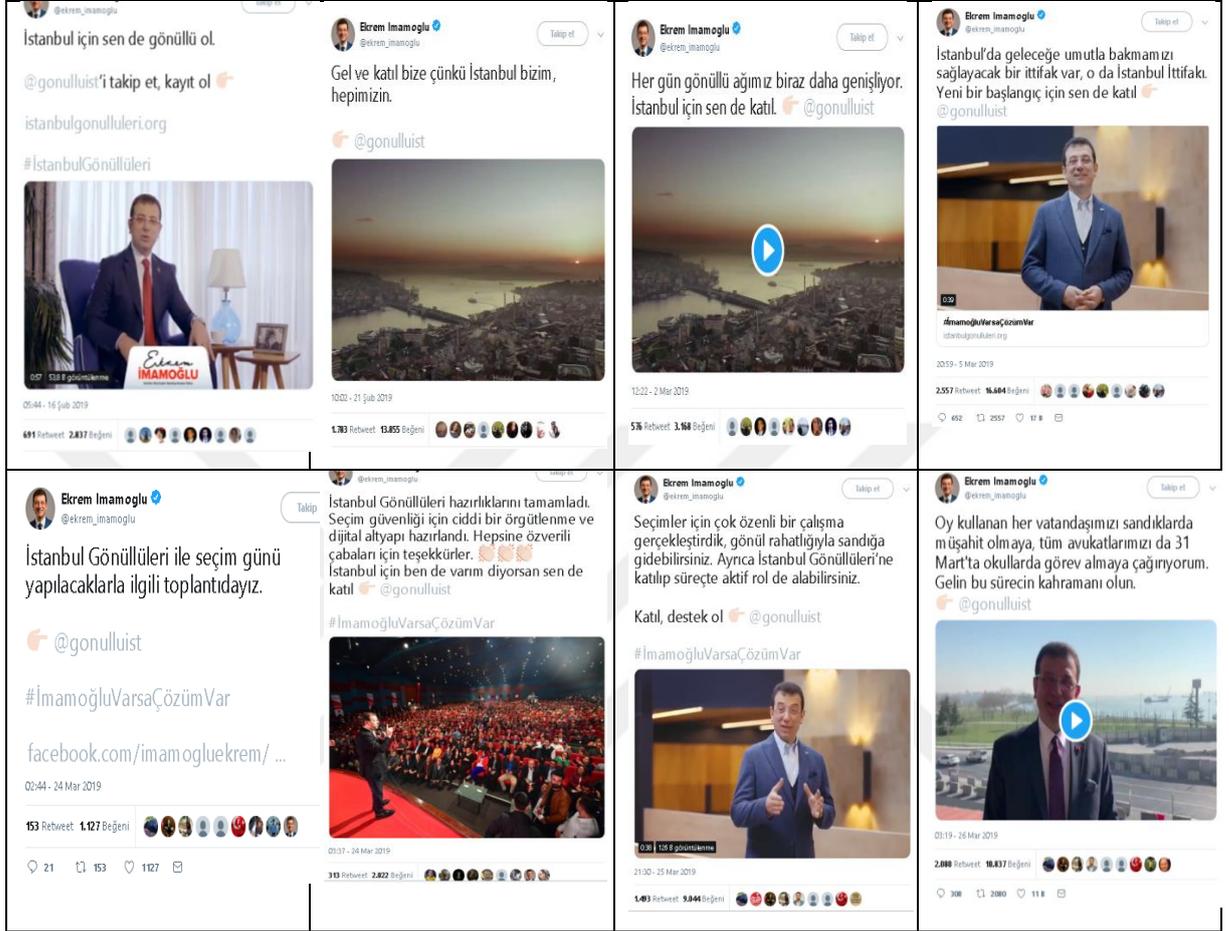
İmamoğlu'nun 2019 Yerel Seçimleri boyunca seçim çalışmalarını, vaatlerini sosyal medya aracılığıyla duyurduğu ve aktif bir şekilde kullandığını twitter kullanımı üzerinden inceledik. Seçim vaatleri, siyasal seçim süreçlerinde adayların seçmeni ikna ederek desteğini almak için kullandıkları çeşitli enstrümanlardan biridir. Seçim sürecinden siyasil iletişim faaliyetlerinde siyasi parti veya adayların projelerimve vaatleri etkili bir enstrüman olarak sunularak seçmen iikna edilmeye çalışılmaktadır (Doğan, 2017: 136). Bunlar siyasal kampanya sürecinde siyasi partilerin ve liderlerin çeşitli konular hakkındaki görüşlerinin ifde edilmesiyle birlikte ülkenin veya seçimi yapılacak olan yer'in ekonomik, sosyal, kültürel alanlara dair vaatleri ve projelerini oluşturmaktadır. İmamoğlu'nun seçim vaatlerini incelediğimizde şu şekilde maddeleyebiliriz:

- İstanbul iklim eylem planı, yenilebiliir enerji kooperatiflere teşvik ettirme, çevreye duyarlı hizmet binaları ve ulaşım, Atatürk Olimpiyat Stadı çevresinde temizenerji üretimi gibi vaatleri içeren “Çevre ve Doğa Uyumlu Projeler”
- Ulaşım sorunları çözümleri: Megabüs ile rahat ve hızlı ulaşım, 7/24 ulaşım, veri metro hattı, deniz ulaşımınının payını %2' den %10'a çıkarma, deniz ulaşımına transfer seferleri, akıllı ulaşım sistemleri, ulaşım yönetim planı.

- İstanbul'u metro ağlarıyla örerek trafik sorununu sözme vaati: Söz verilip yapılmayan raylı sistemleri bitirme sözü, metro hattını 5 yılda 2 kat büyütme sözü, ihmal edilen Anadolu yakasına ağırlık verme.
- İstanbul Büyükşehir Belediyesince genişleyen hizmet ağ, istihdam ofisleri, İstanbul Tanıtım ve Yatırım Ajansı ile 150 bin kişiye iş olanakları.
- Su Faturasında %40 indirim.
- Üniversite koşullarını iyileştirme, karşılıksız burs, öğrencilere ulaşımda indirim ve genç kart olanakları.
- Eğitim olanaklarını iyileştirme: Eğitim destek paketleri ve okullara arsa ve kaynak tamini.
- Kent Enstitülerini kurma sözü.
- Güvenli ve huzurlu bir İstanbul için: Parklara kamera ve akıllı aydınlatmaların konulması, çocuk istismarlığı ile mücadele birimi kurulması.
- Kadın sığınma evleri, kadın destek hattı, cinsel şiddet kriz merkezleri, istasyon sığınma merkezleri, acil durum merkezleri kurma ve çoğaltma.
- Emeklilikte Yaşa Takılanlar için “ Ben de #EYT’liyim merak etmeyin size dair de planlarım var demesi ve Ankara’da on binlerce EYT mahdurlarıyla buluşması ve onlara umut vermesi.
- Gençlere ulaşımda %40 indirim ve aylık kartın 50 tl olması.
- Geçlere, İstanbul Büyükşehir Binası’nın Avrupa’nın en donanımlı ve büyük kütüphanesi olacak sözü.
- Bisikleti ulaşımın parçası haline getirme, İstanbul kart ile bisiklet kiralama ve kullanma.
- İstanbul’u kültür merkezi haline getirme sözü.
- “Yönetim Şeffaflığı ve Liyakat” adı altında; bütçe tasarrufu komisyonu kurma, israf ve menfaat projeleri, ihale süreçlerini kamuoyuna duyurma gibi çalışmalarını içeren Belediyecilik anlayışını yansıtan vaatler.
- Mahalle meclisleri kurma, imar planı değişikliklerinde söz hakkı, kadon ve gençlik kotası, E-İstanbul ve Mahalle-M ile dijital katılım vaatleri.
- Her mahalle’de belediyeyle entegre yeni “Mahalle Muhtarlığı ve Çözüm Merkezleri” kurma

- Kadın-Erkek Eşitliği Eylem Planı: Toplumsal cinsiyete duyarlı bütçe, yönetimde %40 kadın kotası hakkı.
- Ulaşım Ucuzluğu: Yeni bebeği olan annelere, 12 yaş altı çocukla ve gönüllülere ulaşım araçlarının ücretsiz olması.
- 25 yaş altı gençlere ulaşımda % 40 indirim ve yarım saat içinde aktarmanın ücretsiz olması sözü.
- Deprem toplanma alanlarının imara açılmasına karşılık; toplanma alanlarını artırma sözü.
- Suda %40 indirim, evlilik desteği, beyaz eşya ve mobilya çarşısı, yaşlı bakım, hasta bakım, engelli bakım vaatlerini içeren “Yoksulluk Sınırı Altındaki Ailelere Yaşam Yardımları”.
- Engelli vatandaşlara iş olanakları ve sosyal yaşam ve bilgiye erişimi arttırım ile %100 erişilebilirlik.
- “Sokak Hayvanları için Sahiplendirme Sistemi” adı altında; sokak hayvanlarına çağdaş standartlarda barınma imkanı ve bu konuda belediyecilikte gönüllü ağı oluşturma.
- 4+1 formülü adı altında gıda’da, ulaşım’da, su’da ve eğitim’de ucuzluk.
- Tarım alanlarının genişletilmesi
- Kentsel dönüşüm politikası mağdurlarına sağlıklı kentsel yenileme projesi sözü
- Yeşil alanları çoğaltma: Her yıl 100 ağaç dikme, 2.600 stat büyüklüğünde 15 yeni yaşam vadisi sözü gibi vaatler yer almaktadır.

3.1.3.2 İstanbul Gönüllüleri Ağı



Görsel 47: Ekrem İmamoğlu'nun İstanbul Gönüllüleri Ağı tweetleri

İstanbul Gönüllüleri Platformu, Ekrem İmamoğlu'nun 31 Mart Seçimlerinde, gönüllülerden oluşan bir ekiple seçim sürecinde çalışmalarında ve seçim günü oy verilme sürecinde ve sonrasında sandıkların güvenliğini sağlama ve veri akışını sağlamada oluşturulması planlanan bir platformdur. Platforma katılım tweetlerinin “İstanbul için Gönüllü Ol!”, “Gel ve Katıl çünkü İstanbul Hepimizin”, “Her gün gönüllü ağımız biraz daha genişliyor. İstanbul için sen de katıl!”, “İstanbul’da geleceğe umutla bakmamızı sağlayacak bir ittifak var, o da İstanbul İttifakı.Yeni bir başlangıç için sen de katıl!”, “İstanbul Gönüllüleri ile seçim günü yapılacaklarla ilgili toplantıdayız”, “İstanbul Gönüllüleri hazırlıklarını tamamladı. Seçim güvenliği için ciddi bir örgütlenme ve dijital altyapı hazırlandı. Hepsine özverili çabaları için teşekkürler. İstanbul için ben de varım diyorsan sen de katıl”, “Seçimler için çok özenli bir çalışma gerçekleştirdik, gönül rahatlığıyla sandığa gidebilirsiniz. Ayrıca İstanbul Gönüllüleri’ne katılıp süreçte aktif rol de alabilirsiniz. Gelin bu sürecin kahramanı olun.”

aktif rol de alabilirsiniz. Katıl, destek ol” ve “Oy kullanan her vatandaşımızı sandıklarda müşahit olmaya, tüm avukatlarımızı da 31 Mart'ta okullarda görev almaya çağırıyorum. Gelin bu sürecin kahramanı olun” gibi başlıklar altında paylaşıldığı görülür.

Her başlık altında “@gonulluist” linki yer alıyor ve katılmak istenildiğinde linke tıklanıldığında sayfa İstanbul Gönüllüleri twitter sayfasına sizi yönlendiriyor.



Görsel 48: İstanbul Gönüllüleri twitter sayfası

Açılan sayfanın sol tarafında bulunan “İstanbul Gönüllüleri: @gonulluist” kullanıcı adının altında, “istanbulgonulluleri.org” adresinin yer aldığı görülmektedir. Ve bu adrese tıklanıldığında gönüllü olma formunun bulunduğu sayfanın çıktığı görülür.



Görsel 49: “istanbulgonulluleri.org” adresi

Böylece gönüllü olarak 31 Mart Seçimlerinde yer almak isteyen takipçileri sahip oldukları donanımlarına göre seçim çalışmalarına katkıda bulunabiliyorlar. Seçim çalışmalarının dijital ayağının böylelikle @gonulluist'lerin oluşturduğu görülür. Bunun dışında, geleneksel yolla gönüllü olmak isteyenler için de 0212 708 50 33 numaralı telefon hattının hizmete açık olduğunu ve bu yolla da İstanbul Gönüllüler Platform'u nun bir parçası olunabileceği bilgisi, yukarıdaki tabloda Ekrem İmamoğlu'nun video bağlantılı paylaşımlar aracılığıyla takipçilerini bilgilendirildiği görülür.

3.1.4 Seçim Çalışmaları Boyunca Twitter Üzerindeki Paylaşımlar Dikkate Alınarak Yapılan Kelime Analiz Çalışması

Bu bölümde Ekrem İmamoğlu'nun adaylığını açıkladığı 18.12.2018 tarihinden 2019 Yerel Seçimlerin yapıldığı 31.03.2019 tarihleri arasındaki twitter paylaşımları dikkate alınarak bir kelime analiz çalışması yapılacaktır.

Ekrem İmamoğlu'nun Twitter hesabına Nvivo 12 Plus programı yoluyla içerik taraması yapıldığında ortaya aşağıdaki gibi kelime bulutları çıkmaktadır. Buradaki kelime bulutları, İmamoğlu'nun 18.12.2018–31.03.2019 tarihleri arasında twitter paylaşımlarında en çok kullandığı kelimeleri göstermektedir. Kelime bulutlarına 2019, twitter, için ve http gibi kelimelerin bir anlam ifade etmeyeceği ve twitter paylaşımlarında yer aldıkları için çalışmanın daha net olması yönünden dahil edilmemiştir. Kelime bulutu içinde en çok kullanılan kelimeler büyük boyuta gösterilirken, kullanım miktarı azaldıkça kelimelerde küçülmektedir. Buradaki kelimelerin ortak özelliği hepsinin 1'den fazla kullanılmış olmasıdır.



Görsel 50: Nvivo 12 Plus programı Ekrem İmamoğlu kelime bulutu

Kelime bulutuna baktığımızda #imamoğluvarsaçözümvar hashtag'ini ortada ve daha büyük puntolu olduğunu görürüz. Bunun dışında göze çarpan kelimelerin; İstanbul, belediye, başkan, adayımız, beraber, yeni, bugün, güzel, teşekkür, olacak, hemşerilerimiz, birlikte, çocuklar, herkes, çözeceğiz, yeşil, #birliktekazanacağız hashtag'ı gibi kelimeler olduğu görülmektedir.

1	Word	Length	Count
2	#imamoğluvarsaçözümvar	22	362
3	belediye	8	115
4	istanbul	8	103
5	başkan	6	100
6	adayımız	8	90
7	beraber	7	77
8	yeni	4	66
9	bugün	5	63
10	güzel	5	61
11	teşekkürler	11	58
12	olacak	6	50
13	ziyaret	7	47
14	hemşerilerimizle	17	45
15	daha	4	44
16	günü	4	44
17	ilçe	4	39
18	canlı	5	37
19	istanbul'da	11	37
20	mart	4	36
21	istanbul'da	11	35
22	destek	6	33
23	ettik	5	32

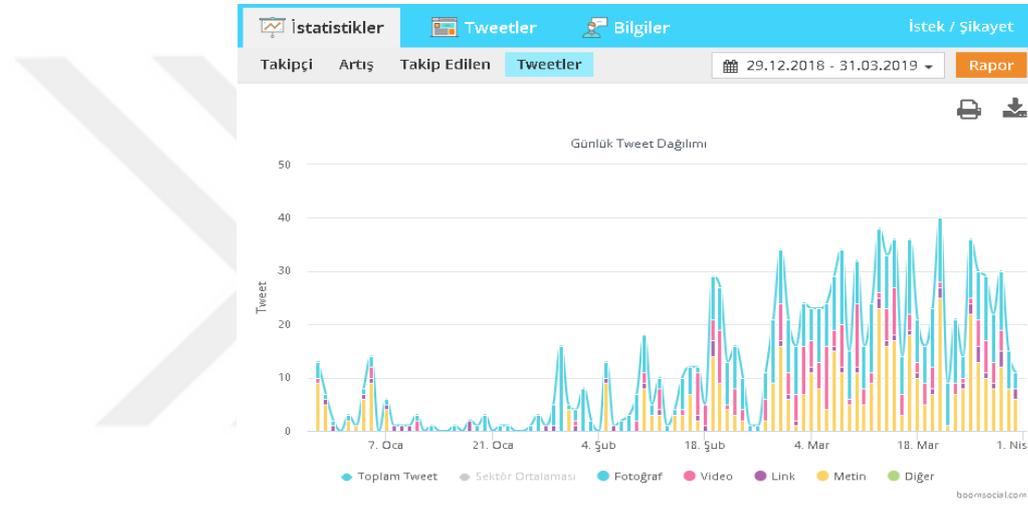
Görsel 51: Nvivo 12 Plus programı Ekrem İmamoğlu kelime listesi

Çalışma ayrıntısına baktığımızda, Ekrem İmamoğlu 18.12.2018 – 31.03.2019 tarihleri arasında 1' den fazla kullandığı kelime sayısının 1001 olduğu görülür. En sık kullandığı kelimeler: 362 kere “#imamoğluvarsaçözümvar”, 115 kere “belediye”, 103 kere İstanbul”, 100 kere “başkan”, 90 kezre “adayımız”, 77 kere “beraber”, 66 kere

“yeni”, 63 kere “bugün”, 61 kere “güzel”, 58 kere “teşekkür” kelimelerin kullanıldığı görülmektedir

3.2 “CUMHUR İTTİFAK’I ADAYI: BİNALİ YILDIRIM’IN TWİTTER İNCELEMESİ”

3.2.1 “Cumhur İttifak”ı Adayı Binali Yıldırım’ın 29 Aralık 2018 – 31 Mart 2019 Tarihleri Arasında En Çok Paylaşımında Bulunduğu Günler Üzerinden Yapılan İçerik İncelemesi



Görsel 52: Binali Yıldırım hesabının seçim öncesi günlük tweet dağılımı

Yukarıdaki grafiğe bakıldığında , Yıldırım’ın bazı günler hiç, bazı günler 40’a varan sayıda tweet paylaşıldığı görülür. Günlük ortalama tweet paylaşım sayısı 13 ile 40 arasındadır. 1, 6, 12, 14, 15, 17, 21, 24, 25 Ocak ve 4 Şubat tarihlerinde ise hiç paylaşım yapmadığı görülmektedir. Paylaşılan tweetlerin çoğunluğu fotoğraf,daha sonra metin içeriklidir. En az paylaşımında bulunduğu tweetlerin ise link içerikli olduğunu görürüz. O ile 40 arasında günlük tweet sayısı bulunmaktadır. Bundan sonraki adımımız yukarıdaki günlük tweet paylaşımının gösterildiği grafikte bir önceki günlerdeki tweet sayısını geçen 5 Ocak, 30 Ocak, 10 Şubat, 19 Şubat, 28 Şubat, 13 Mart ve 21 Mart 2019 tarihlerindeki tweetler üzerinden paylaşım, beğeni ve etkileşim sayısı ele alarak tweet içeriklerinin incelemesi yapılacaktır.

29 Aralık 2018: Adaylığının Açıklandığı İlk Gün

Binali Yıldırım'ın hesabına bakıldığında, öncelikli olarak kişisel bir twitter hesabı olmadığı; bakanlığa bağlı “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” adıyla resmi bir hesap olduğunu görülmektedir.



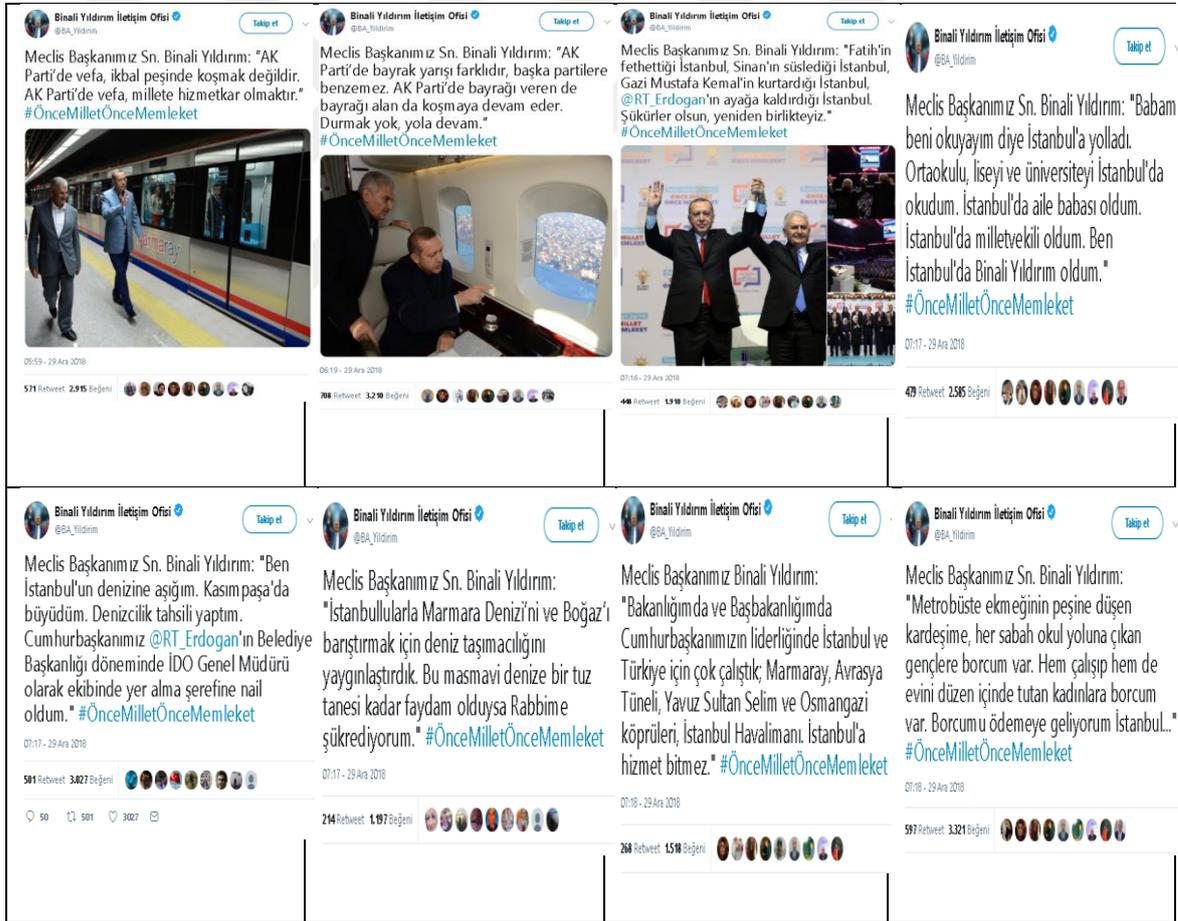
Görsel 53: Binali Yıldırım İletişim Ofisi Twitter Hesabı

Adaylığını 29 Aralık 2018’ de açıkladığı için çalışma 29 Aralık tarihinde başlanacaktır. 29 Aralık tarihine bakıldığında Binali Yıldırım’ ın 1.202.606 takipçisi olduğu görülmektedir. İstanbul Belediye Başkanlığı adaylığı #ÖnceMilleÖnceMemeleket etiketiyle “Son Başbakanımız, 28. Meclis Başkanımız olarak bitelendirilen Binali Yıldırım, Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan’ ın teveccühleriyle 2019 Mahalli İdareler Seçimi’nde AK Parti İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayı olarak belirlenmiştir. Vatanımıza ve milletimize hayırlı olsun” şeklinde duyurulmuştur. Bu mesaj, 12.496 beğeni 2.370 retweet aldığı ve 496 cevaplama seçeneği kullanıldığı görülmektedir.



Görsel 54: Binali Yıldırım'ın adaylığı açıklandıktan sonra ilk tweeti

29 Aralık'ta toplam tweet sayısına bakıldığında yukarıdaki tweet haricinde; 9 metin, 3 fotoğraf, 1 video bağlantılı 13 tweet atıldığı görülmektedir. Adaylığının açıklandığı yukarıdaki tweet dışındaki paylaşımlar şu şekildedir:





Görsel 55: Binali Yıldırım hesabının 29.12.2018 tarihinde attığı tweetler

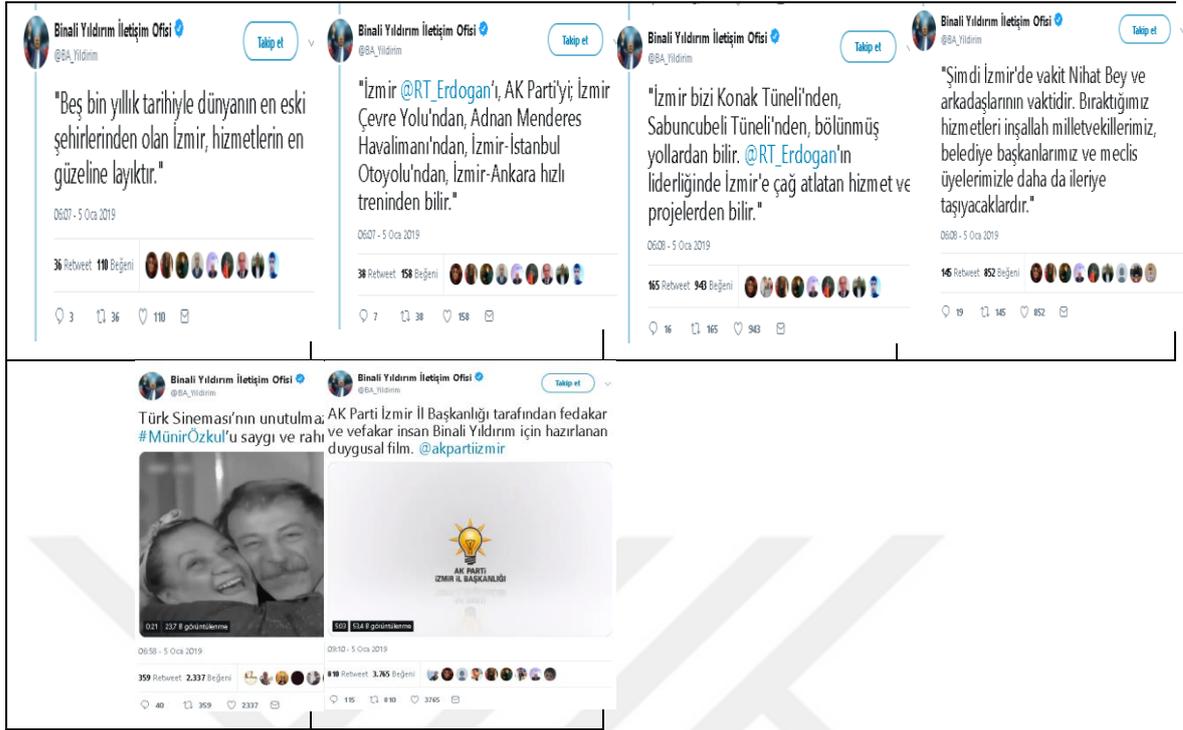
Toplamda 29 Aralık 2018 tarihindeki 13 tweetin toplamda, 53.432 beğeni, 10.468 retweet alarak 63.900 etkileşim gerçekleştirdiği görülmektedir. Bunlar içinden en çok beğeniye, adaylığının açıklandığı 12.982 kişiden beğeni ve 2.370 retweet alan ilk mesajı almıştır. Diğer en çok beğeniye ise, 11.462 beğeni ve 2.496 retweet alan; “İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayı, Cumhurbaşkanımızın dava ve yol arkadaşı Meclis Başkanımız Sn. Binali Yıldırım” tweeti olduğu görülmektedir. Adaylığının açıklandığı ilk tweet’den itibaren tüm mesajların #ÖnceMilletÖnceMemleket etiketlemesi ile birlikte paylaşıldığı görülmektedir.

Metin içeriklerine bakıldığında ise; “Ak Parti’ de vefa, ikbal peşinde koşmak değil, millete hizmetkar olmaktır”, “Ak Parti’de bayrak yarışı farklıdır, başka partilere benzemez. Ak Parti’de bayrağı veren de alan da koşmaya devam eder. Durmak yok yol devam” gibi bağlı olduğu partisini öven mesajları Meclis Başkanı sıfatıyla Binali Yıldırım’ın sözleri olarak paylaşıldığı görülmektedir. “Fatih’in fethettiği İstanbul, Sinan’ın süslediği İstanbul, Gazi Mustafa Kemal’in kurtardığı İstanbul. Şükürler olsun yeniden birlikteyiz” sözleriyle İstanbul sevgisi, “Babam beni okuyayım diye İstanbul’a yolladı. Ortaokulu, liseyi ve Üniversiteyi İstanbul’da okudum. İstanbul’da aile babası oldum. İstanbul’da milletvekili oldum. Ben İstanbul’da Binali Yıldırım oldum” sözleriyle İstanbul’un ondaki özel yerini anlatan, “Ben İstanbul denizine aşığım. Kasımpaşa’da büyüdüm. Denizcilik tahsili yaptım. Cumhurbaşkanı @RT_Erdoğan’ın Belediye Başkanlığı döneminde İDO Genel Müdürü olarak ekibinde yer alma şerefine nail oldum” sözleriyle İstanbul’da ki hayatından, tecrübelerinden ve Recep Tayyip Erdoğan ile tarihinin başlangıcından bahseden, “İstanbulularla Marmara Deniz’ini ve Boğaz’ı birleştirmek için deniz taşımacılığını yaygınlaştırdık. Bu masmavi denize bir

tuz tanesi kadar faydam olduysa Rabbime şükrediyorum” sözleriyle yaptığı çalışmalara için şükür dilekleri, “Bakanlığında ve Başbakanlığında Cumhurbaşkanımızın liderliğinde İstanbul ve Türkiye için çok çalıştık: Marmaray, Avrasya Tüneli, Yavuz Sultan Selim ve Osmangazi köprüleri, İstanbul Havaalanı. İstanbul’a hizmet bitmez” sözleriyle Recep Tayyip Erdoğan’ın Başbakanlığı döneminde yapılan icraatlara vurgu yapıldığını, “Cumhurbaşkanımızın dava ve yol arkadaşı. Meclis Başkanımız sıfatıyla İstanbul teşkilat toplantısında konuşuyor” sözleriyle tweetlerin çoğunluğunda İstanbul sevgisini, partisini ve özellikle Recep Tayyip Erdoğan’ı vurgulayan paylaşımlar olduğu görülmektedir. Bunun yanında, metrobüste ekmeğinin peşine düşen insanlara, her sabah okul yoluna çıkan gençlere, hem çalışıp hem de evini düzen içinde tutan kadınlara karşı borcunun olduğunu ve bu borcunu ödemek için geleceğini söyleyen paylaşımlara, Kadıköy ve Sultanbeyli örnekleri vererek tüm İstanbulluların başkanı olacağını, çok çalışacaklarını ve çok işler yapacağını söyleyerek ‘Kayı köyünden gelen Binali’ye bağrınızı açıyor musunuz?’ sorusuna ve İstanbul’a hizmet’in Türkiye’ye hizmet olduğunu; bunun için de Recep Tayyip Erdoğan’a ve Cumhuriyet’in mimarlarından Devlet Bahçeliye karşı teşekkürlerini içeren paylaşımlara yer verildiği görülmektedir.

5 Ocak 2019

<p>Meclis Başkanımız Sn. Binali Yıldırım: "İki yıl önce bugün camı pahasına teröristlere geçit vermeyen şehit polisimiz #FethiSekin'i rahmet ve minnetle anıyorum. Ruhü şad olsun."</p>  <p>06182 - 5 Ocak 2019</p> <p>2422 Retweet 2422 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>AK Parti İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Sn. Binali Yıldırım İzmir'de konuşuyor.</p>  <p>AK Parti İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Yıldırım konuşuyor. TIT Haber Canlı @titabercanli</p> <p>06183 - 5 Ocak 2019</p> <p>338 Retweet 1838 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>AK Parti İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayımız Sn. Binali Yıldırım, AK Parti İzmir Aday Tanıtım Toplantısı'nda konuştu.</p>  <p>06185 - 5 Ocak 2019</p> <p>241 Retweet 1585 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Bizim yol arkadaşlarımız hiçbir şeyi yarım bırakmazlar. İnşallah İzmir'de eklenen tohumlar meyveye dönecek ve 1 Nisan sabahı İzmir'de AK Parti hizmet belediyeçiliğiyle buluşacaktır."</p> <p>06185 - 5 Ocak 2019</p> <p>32 Retweet 99 Beğeni</p>
<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"İstanbul ve Ankara'dan sonra İzmir'de coşkulu ve heyecanlı bir gün yaşıyoruz. Cumhurbaşkanımız @RT_Erdogan tarafından ilan edilen adaylarımızın her biri, İzmir Büyükşehir ve 30 ilçesinde seçimleri kazanacak çok değerli arkadaşlarımız."</p> <p>06185 - 5 Ocak 2019</p> <p>29 Retweet 100 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Sayın Cumhurbaşkanım, belediyeçilik konusunda İstanbul'da çiğir açan lider olarak zât-ı alinizin vizyonu bizler için, adaylarımız için rehber olacaktır."</p> <p>06186 - 5 Ocak 2019</p> <p>36 Retweet 104 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Aday arkadaşlarımızın tamamı, sahada yapacakları başarılı çalışmalarla İzmirli hemşehrilerimizin hem gözüne hem de gönüllerine girecek, inşallah başarılı da olacaklardır."</p> <p>06186 - 5 Ocak 2019</p> <p>31 Retweet 101 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Cumhuriyet İttifakı; İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük şehirlerimiz ve diğer illerimizde demokrasinin daha da güçlenip millet iradesinin üstünde başka bir irade olmadığını bir kez daha ortaya koyacaktır."</p> <p>06187 - 5 Ocak 2019</p> <p>34 Retweet 98 Beğeni</p>



Görsel 56: Binali Yıldırım hesabının 05.01.2019 tarihinde attığı tweetler

5 Ocak 2019 tarihinde Binali Yıldırım'ın twitter sayfasına baktığımızda, takipçi sayısının 1.207.418 olduğu görülür. Günlük tweet sayısı; 9 metin, 2 fotoğraf, 2 video ve 1 link bağlantılı olarak toplamda 14'tür. 29 Aralık tarihinden sonra en fazla paylaşımda bulunduğu gün olarak tweetler toplamda; 14.935 beğeni, 2.801 retweet olarak 17.736 etkileşim gerçekleştiği görülmektedir. 29 Aralık tarihine göre paylaşım sayısı artarken, etkileşim miktarının 63.900 den 17.736'ya düştüğü de dikkat çekmektedir. Ayrıca 29 Aralık tarihinde tüm tweetlerde kullanılan *#ÖnceVatanÖnceMillet* etiketinin, 5 Ocak tarihinde hiç kullanılmadığı görülür; sadece ölüm yıl dönümlerini hatırlatma adına *#FethiSekin* ve *#MünirÖzkul* olarak 2 adet etiketleme kullanıldığı görülmektedir.

Tweet içerikleri incelendiğinde; 11 tweet içeriğinin İzmir Aday Tanıtım Toplantısı ve İzmir ile ilgili paylaşımlar olduğu görülmektedir. Bunlardan ilki 2 yıl önce İzmir Adliyesi önünde şehit düşen polis memuru Fethi Sekin'in ölüm yıldönümünü anma, diğeri İzmir Akp İzmir İl Başkanlığının Binali Yıldırım için hazırladığı film ve geri kalan İzmir ve İzmire hizmet adı altında olan metin mesajları olduğu görülmektedir. Geriye kalan üç tweetin ise; Türk sinemasının usta oyuncularından Münir Özkul' un ölüm yıl dönümünü anma, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın

belediyeçilik anlayışını öven ve örnek alındığını belirten tweet ile Cumhurbaşkanlığı İttifakını vurgulayan metin mesajları olduğu görülmektedir.

30 Ocak 2019

30 Ocak 2019 tarihine baktığımızda paylaşılan 1 tweet olduğu görülmektedir. Diğer 15 tweet aşağıda görüldüğü gibi 30 Ocak görünmesine rağmen içeriğe irildiğinde 29 Ocak 2019 tarihine ait olduğu görülmektedir. Bu durumda, 29 Ocak 2019 tarihinde atılan tweet sayısını 20'ye ulaştırdığı için en yüksek paylaşım yapılan gün olarak 29. Ocak 2019 tarihi alınacaktır.

	pic.twitter.com/F8WJGV2nd	30.01.2019 09:28:10	637	181
	pic.twitter.com/QLplg6u0mN	30.01.2019 09:27:24	1.226	339
	pic.twitter.com/EwT8FBeDz	30.01.2019 09:26:38	711	157
	pic.twitter.com/EN0h2TEIW	30.01.2019 09:26:10	490	134
	pic.twitter.com/cyK8vetQrs	30.01.2019 09:25:41	565	147
	pic.twitter.com/CA1jgEWmU	30.01.2019 09:25:09	753	198
	pic.twitter.com/NrAe8aH0qQ	30.01.2019 09:24:25	2.070	467
	pic.twitter.com/dk1sytrYe	30.01.2019 09:23:39	648	157
	pic.twitter.com/1JdCj8CTj	30.01.2019 09:22:56	485	116
	pic.twitter.com/b8L1GFBzGT	30.01.2019 09:22:27	1.048	212
	pic.twitter.com/Cg1semGxpV	30.01.2019 09:21:42	1.239	212
	pic.twitter.com/gBnZ5ciFH	30.01.2019 09:21:10	613	142
	pic.twitter.com/9CKonZEb8r	30.01.2019 09:19:57	522	119
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168
	pic.twitter.com/fAaiAmsPKo	30.01.2019 09:18:46	676	168

Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim

AK Parti İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Binali Yıldırım, CNN Türk canlı yayınında soruları cevaplıyor. pscp.tv/w/by/CN_JFQB0Vx ...

1007 - 29 Oca 2019

567 Retweet 259 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim

AK Parti İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayımız Sn. Binali Yıldırım, CNN Türk ekranlarında yayınlanan Buket Aydın ile 40 programına konuk oldu.

2211 - 29 Oca 2019

296 Retweet 1.140 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim

"Benim durumum millete hizmettir. Hizmet, bozdu bir, milletim ne dese onu yaparım. Liderim Recep Tayyip Erdoğan'ın millete hizmette yolunda bir örnek olması İstanbul'da bize yeni birerice en güzel hizmet bundan sonra İstanbul'da yapacağız."

2218 - 29 Oca 2019

166 Retweet 643 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim

Belediye başkanlığı adaylık müracaatım yapıldığı andan itibaren Meclis Başkanlığı görevimi bırakacağım. Benim için Meclis Başkanlığı meselesi 18 Şubat tarihi itibarıyla sona erecek.

2219 - 29 Oca 2019

118 Retweet 50 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim

"Orada neyi bir şekilde yitken her partimizin her ne de yitirmeye yönelik bir takım yarışma hareketleri yapıyor. İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı için aday oldum. Bizim için hedef 31 Mart akşamı İstanbul'unun gündüne gormektir. Bundan başka hiçbirim yok."

2221 - 29 Oca 2019

141 Retweet 599 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim

Kanal İstanbul; bir imar projesi değil, **bir suyu projesidir.** Kanal İstanbul, Marmara ve Karadeniz'i bağlayan aynı zamanda da İstanbul'a nefes alıncak bir projedir."

2221 - 29 Oca 2019

288 Retweet 1.210 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim

İstanbul trafiğinin çözümü raylı sistemin artırılmasından geçiyor. Su an 30 milyon yaklaşık 9.200 M raylı sistemimiz var. Devam eden 204 km'lik yeni projemiz tamamlandığında İstanbul'da 9.500 M raylı sistemimiz olacak. Otobüsler ve bisiklet trafiği rahatlayacak."

2222 - 29 Oca 2019

285 Retweet 1.831 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim

Meclis Başkanlığı bırakmadan önce **MS-ALS** gibi hastalıkların sebeplerinin araştırılması, tedavisi ve bu hastalığa yakalananların hayatının kolaylaştırılması için bir Meclis Araştırma Önergesiyle, hayvanlara yönelik şiddet önlemesine yönelik kanun teklifini havale edeceğim."

2222 - 29 Oca 2019

114 Retweet 473 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim

*"Milletvekili, Bakanlık görevlerini yaptım şimdi de Meclis Başkanımı ama en çok sevdiğim yapacağım iş İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı olacak. İstanbul'un seçmesi halinde **heçbir gece gündüz çalışacağım.**"*

2223 - 29 Oca 2019

156 Retweet 630 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim

Her türlü korsan faaliyetle mücadele edeceğiz. Taksitlerin hakkını hiçbir bedel ödemedim kullanmaya çalışanlara azla misahama göstermeyeceğiz ama taksitlerin de standartları, güvenliklerini ve çalışanların eğitimine özen göstermesi için tedbir alacağız."

2224 - 29 Oca 2019

463 Retweet 2.828 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim

Bana verilen sıfatlar geçicidir. Sıfatlar insanlara verir, bir müddet sonra alır; almaktan sonra kimyana bozulmazsa o zaman doğru iş yapıyoruzdur. **Hiçbir sıfat, hiçbir makam insanlara bakışımı değiştirmedir.**

2225 - 29 Oca 2019

193 Retweet 775 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim

Gençlerimizin dijital ortamları doya doya kullanması için çok büyük yatırımlar yaptık. Türkiye bölgeler arasındaki İnternet erişimi bakımından en ilerideki ülkelerden biri. Bilgi toplama konusunda öncü ülkeler arasındaki yerimizi aldık."

2225 - 29 Oca 2019

16 Retweet 556 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim

Önemli olan gençlerimizi anlamak ve onların dünyasına girmek. Dijital devrimi gençlerimizle birlikte başacağız. Onak üretim merkezleri kurarak, gençlerimizin dijital dünyaya yönelik projelerini finansmanla buluşturacağız."

2226 - 29 Oca 2019

132 Retweet 40 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim

Ülkemiz ekonomisine büyük katkı yapan İstanbul'da ekonomi büyüyecek her türlü tedbir alacağız. **yaşam daha kolay ve rahat olacak. Yatırım ortamını kolaylaştıracacağız."**

2226 - 29 Oca 2019

155 Retweet 697 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim

İstanbul'un yerel sorunları; trafik, otopark yetersizliği, yeşil alan, kaldırımların ıskal edilmesi şeklinde devam ediyor. **40. İstanbul projesiyle geliyoruz;** 4.0 ölümünü dört dörtlük hizmet demektir."

2227 - 29 Oca 2019

334 Retweet 1.285 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim

İstanbul'da köprülerde gift tarafı ücretlendirme söz konusu değil. Belirli meydanlara girişlerin ücretlendirilmesi gibi kısıtlamaları prensip olarak sıcak bakmam."

2228 - 29 Oca 2019

178 Retweet 624 Beğeni

Görsel 58: Binali Yıldırım hesabının 29.01.2019 tarihinde attığı tweetler

29 Ocak 2019 tarihine bakıldığında, Binali Yıldırım'ın takipçi sayısının 1.226.004 olduğu görülmektedir. 29 Ocak günü tweetlwri incelendiğinde CNN Türk kanalında Buket Aydın konuğu olduğu 1 link ve 19 fotoğraf bağlantılı olduğu görülmektedir. Bunlardan 3'ü halk arasından, 1 tane CNN Türk canlı yayından diğer 15 fotoğraf bağlantılı tweetler ise seçim afişi şeklinde fotoğraf üzerine seçimle ilgili vaad ve projeler yer alır. En çok beğeni alan paylaşım CNN Türk ekranlarından soruları cevapladığı link içerikli tweetidir.

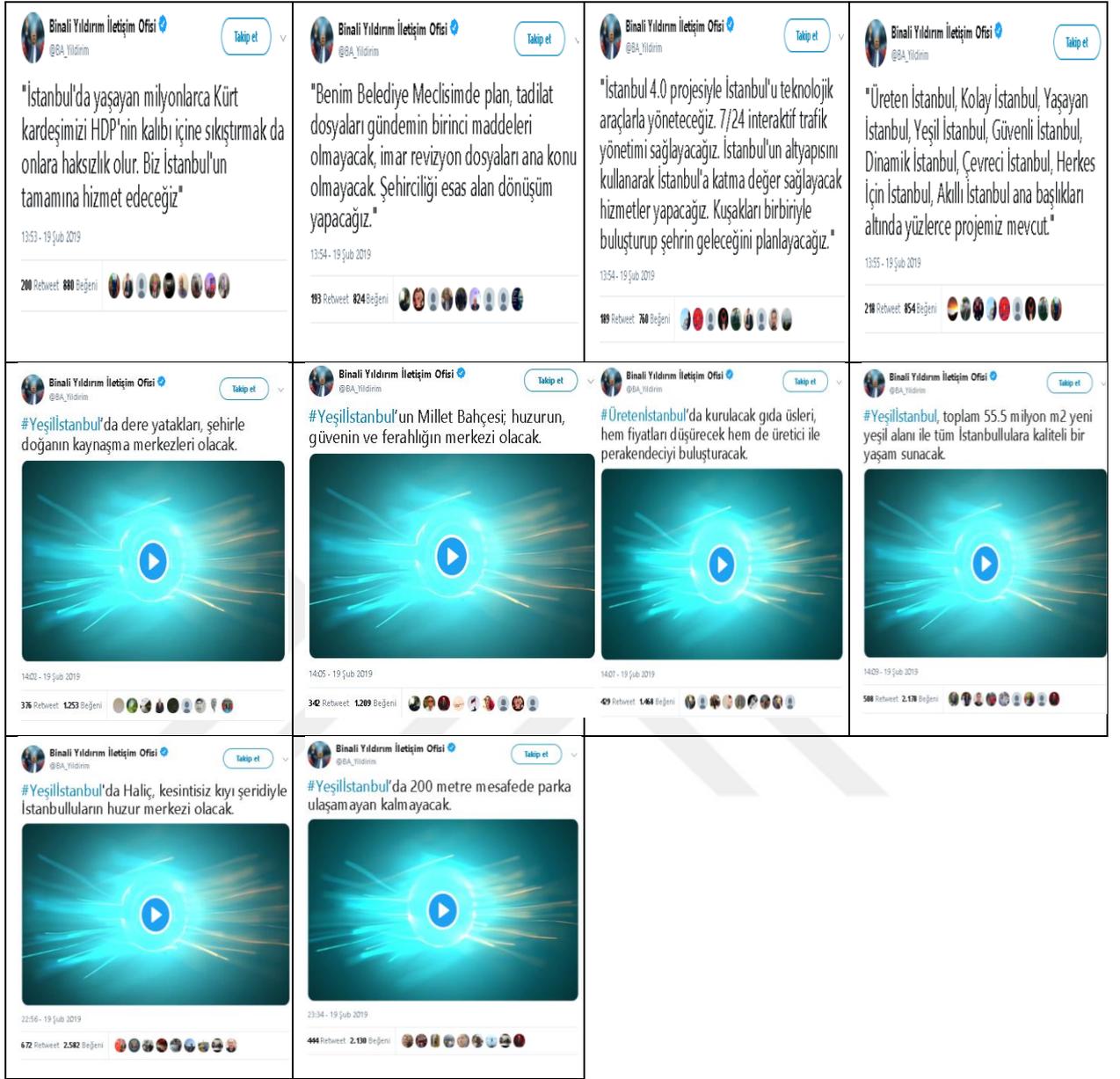
Tweet içeriklerine bakıldığında; Hacı Nermin Kirazoğlu için Erenköy Zihnipaşa Camii'inde cenaze namazı, Erenköy' de vatandaşlarla birlikte görüldüğü fotoğraf, Cnn Türk ekranlarında canlı yayın görüntüsü ve Buket Aydın'ın sorularını cevapladığı link ve 15 tane seçim afişi üzerine yukarıdaki gibi farklı konulardaki seçim vaadleri ve projeleri yer almaktadır.

19 Şubat 2019

29 Ocak tarihinde günlük en fazla paylaşım sayısına 20 olarak ulaşıldığı yukarıdaki çalışmada görülmüştür. Bu tarihten sonra en yüksek günlük paylaşımın 10 Şubat değil 19 Şubat olduğu için burada 19 Şubat 2019 tarihinde Binali Yıldırım'ın günlük twitter sayfası ve tweetleri incelenecektir.



<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>Istanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayımız Sn. Binali YILDIRIM ilçe ziyaretlerine devam ediyor. YILDIRIM'ın bugünkü durağı ise Eyüpsultan!</p>  <p>02:54 - 19 Jun 2019</p> <p>267 Retweet 839 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>AK Parti İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayımız Sn. Binali Yıldırım açıklama yapıyor.</p>  <p>03:33 - 19 Jun 2019</p> <p>251 Retweet 1.212 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>Istanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayımız Sn. Binali Yıldırım, İstanbul'da basın mensuplarına açıklamalarda bulundu.</p>  <p>05:10 - 19 Jun 2019</p> <p>197 Retweet 579 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Dün itibarıyla yürütmekte olduğum TBMM Başkanlığım dan, 31 Mart'ta yapılacak seçimlerdeki adaylığımın resmîyet kazanmasından dolayı ayrıldım. "Bismillah" deyip bugün Eyüpsultan'dan çalışmalarını başlatıyoruz. Hayırlı uğurlu olsun, Allah mahcup etmesin."</p> <p>05:10 - 19 Jun 2019</p> <p>672 Retweet 4.263 Beğeni</p>
<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Hızlı trenle yolculuğumuz gayet keyifli ve rahat geçti. Yapımında her ay, hat boyunca m utlaka incelemelerde bulunup çalışmalarını bizzat takip etmişim. Kolay olmayan büyük bir projeydi ama insanların seyahat ederken yüzündeki mutluluğu görmek bütün yorgunluğa değer."</p> <p>05:11 - 19 Jun 2019</p> <p>185 Retweet 1.846 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"İstanbul'un daha fazla yeşil alana, otoparka ihtiyacı var bunları biliyoruz, bunlar bizim işimiz ama daha önemlisi İstanbul'un gençlerini hayatın içinde daha fazla görmek istiyoruz. Onlar bizim geleceğimiz dolayısıyla gençlerle birçok ortak proje yapacağız."</p> <p>05:12 - 19 Jun 2019</p> <p>216 Retweet 990 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Kadınları İstanbul yönetiminde daha fazla yer almasını istiyoruz. Kadınlarımızın hayata katılmalarını daha fazla önemsiyoruz. İstanbul'u İstanbullularla birlikte yöneteceğiz ve gelecek kuşaklara iyi bir miras bırakacağız."</p> <p>05:12 - 19 Jun 2019</p> <p>220 Retweet 968 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>Istanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayımız Sn. Binali Yıldırım, bu akşam saat 21.00'de NTV Özel Yayını'nda Ahmed Arpat ve Simge Fıstıkoglu'nun sorularını cevaplayacak</p>  <p>06:20 - 19 Jun 2019</p> <p>221 Retweet 816 Beğeni</p>
<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>Istanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayımız Sn. Binali Yıldırım, Eyüpsultan ilçesinde vatandaşlarımızla buluştu.</p>  <p>08:57 - 19 Jun 2019</p> <p>272 Retweet 1.246 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayımız Sn. Binali Yıldırım, Ebu Eyyüb el-Ensari Hazretleri'nin türbesini ziyaret ederek dua etti.</p>  <p>09:18 - 19 Jun 2019</p> <p>263 Retweet 1.440 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayımız Sn. Binali Yıldırım, CHP Eyüpsultan Seçim Koordinasyon Merkezi'ni ziyaret etti.</p>  <p>10:43 - 19 Jun 2019</p> <p>178 Retweet 300 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayımız Sn. Binali Yıldırım, NTV Özel Yayını'nda. #BelediyeİşGönlülüşü</p>  <p>11:01 - 19 Jun 2019</p> <p>1.342 Retweet 2.463 Beğeni</p>
<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayımız Sn. Binali Yıldırım, @simgefstsk ve @AhmedArpat'ın sunduğu @ntv Özel Yayını'nda İstanbul'da dair projelerini anlattı.</p>  <p>13:33 - 19 Jun 2019</p> <p>183 Retweet 518 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"İstanbul'u 5 yıllığına yönetecek, aradığımızda her an ulaşabileceğiniz, iç içe olabileceğiniz yönetici seçeceğiz. Birtakım ideolojik kalıplarla, ön yargılarla hareket etmek bu şehrin geleceğine katkı sağlamaz."</p> <p>13:52 - 19 Jun 2019</p> <p>235 Retweet 1.819 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Ben hep icraatın içinde bulunan ve proje yapan, sürekli sahada olan, üreten biri oldum. İnsanımızın hayatını ve yaşam kalitesini kolaylaştıran, Doğu ve Batı arasındaki altyapı farklılıklarını azaltan bir görev alanım oldu."</p> <p>13:52 - 19 Jun 2019</p> <p>155 Retweet 665 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Protokol, size bir yazıyla verilir ve zarfla geri alınır. Önemli olan insanların gönlündeki protokoldür. İnsanların gönlünde makamın varsa, o makam en üstün makamdır, geri gelip geçicidir."</p> <p>13:52 - 19 Jun 2019</p> <p>200 Retweet 3.167 Beğeni</p>



Görsel 59: Binali Yıldırım hesabının 19.02.2019 tarihinde attığı tweetler

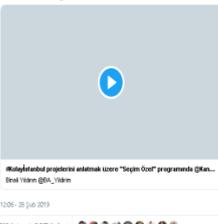
Binali Yıldırım'ın 19 Şubat 2019 tarihli tweetler sayfası incelendiğinde, takipçi sayısının 1.219.621' e yükseldiği görülmektedir. Bu tarihte günlük paylaşılan tweet sayısı incelendiğinde; 14 metin, 8 fotoğraf ve 8 video bağlantılı olarak 30 tweet paylaşıldığı görülmektedir. Toplamda bu tweetler üzerinden 41.283 beğeni, 9.759 retweet alınarak 51.042 etkileşim gerçekleştiği görülmektedir. En çok beğeniye ise 4.345 kişi sayısıyla, 31 Mart seçimlerindeki adaylığının resmîyet kazanmasından dolayı dün itibarıyla TBMM Başkanlığından ayrıldığını haber vererek; Eyüp Sultan'dan çalışmalarına başladığını bildiren metin bağlantılı tweet ile aldığı görülmektedir. 29

Aralık' da kullanılan #ÖnceVatanÖnceMillet etiketlemesinin 19 Şubat tarihinde hiç kullanılmadığı bunun yerine; 1 adet #BelediyeİşiGönüllüşi, 1 adet #Üretenİstanbul ve 5 adet #Yeşilİstanbul etiketlerinin kullanıldığı görülmektedir.

Tweet içeriklerine bakıldığında; 14 metin içeriği; İstanbul'a hizmet, geriye kalan 39 günlük süreçte her ilçe'de dolu dolu hizmet yapacağını söylemesi, TBMM başkanlığından ayrılma, hızlı tren yolculuğu, İstanbul'un daha fazla yeşil alan ve otopart ihtiyacı olduğunu vurgulaması ve buna kavuşturmak için çalışacağı, kadınlara yönetimde daha fazla yer, İstanbul'u yıllığına yönetecek kişinin arandığı her an da ulaşılabilir, iç içe olabilecek ve bir takım ideolojik kalıplardan uzak duran biri olması gerektiği, kendisini her alanda üreten projelerde yer aldığını ve alacağını söylemesi gibi konuların yer alır. Metin tweetlerinin paylaşma süreleri arasındaki farka bakıldığında aynı dakika içerisinde biden fazla paylaşım olduğu en fazla üç dakika arayla paylaşım yapıldığı görülmektedir. Fotoğraf içerikli tweetlerde bakıldığında, tren yolculuğundayken eşi ve torununda yanında yer alan görüntüsü, Eyüpsultan'da vatandaşlarla buluşma, Eyüpsultan'da türbe ziyareti, Chp Eyüpsultan seçim koordinasyon merkezi ziyareti, 2 tane fotoğraf içeriğinin ise NTV ekranlarındaki Binali Yıldırım'a özel yayından görüntü olduğu görülmektedir. Video içeriklerinin ise, TRT haber ekranlarındaki seçim çalışmaları haberi, NTV özel yayından belirli kesit ve diğer videoların ise 5'i nin #Yeşilİstanbul etiketlemesiyle, yeşil alan projelerinin yer aldığı tanıtım videosu diğer videonun ise #Üretenİstanbul etiketlemesiyle, üretimi amaçlayan projesini anlatan tanıtım videosu olduğu görülmektedir.

28 Şubat 2019



<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BAYildirim</p> <p>Anadolu Aslanları İş Adamları Derneği @ASKON'un Zeytinburnu'ndaki yeni genel merkezini açılışını gerçekleştirdik. Yeni genel merkezini, başta Genel Başkan @Orhanaydin olmak üzere sanayici ve iş insanlarınıza hayırlar getirmesini diliyoruz.</p>  <p>"Ortaya koyacağımız projelerle 500 bin İstanbulluya iş imkanı sağlayacağız. Girişimciliği, özel sektörü, üretimi teşvik edeceğiz."</p> <p>04/04 - 28. Jun 2019</p> <p>228 Retweet 1.544 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BAYildirim</p> <p>"28 Şubat'ın 22'nci yıl dönümünde, Anadolu insanı bu devletin kadrolarından, üniversitelerinden, iş dünyasından uzak dursun diye toplum mühendisliği ve balans ayarı yapmaya çalıştılar. Siyasete ve demokrasiye müdahale ettiler, milli iradeyi baskı altına almaya çalıştılar."</p> <p>04/05 - 28. Jun 2019</p> <p>58 Retweet 472 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BAYildirim</p> <p>"Bin yıl sürecektir dedikleri post modern darbelerini dört yıl sonra öyle bir tersine çevirdik ki Rabb'imize şükürler olsun 'bir daha siyaset yapmasınlar' diye etmediklerini bırakmadıkları kadrolar bu ülkeyi 17 yıldır yönetiyor."</p> <p>04/05 - 28. Jun 2019</p> <p>29 Retweet 124 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BAYildirim</p> <p>Merhum Hocamız Prof. Dr. Necmettin Erbakan'ı vefatının 8'inci yıl dönümünde kabri başında andık.</p>  <p>"Erbakan Hocamız; vesayete, zulme karşı her zaman dik ve kararlı durmasını bilmiş, bu uğurda bedel ödemiş çok değerli bir siyasetçi ve bilim adamıdır. Ruhu şad olsun."</p> <p>04/05 - 28. Jun 2019</p> <p>292 Retweet 429 Beğeni</p>	
<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BAYildirim</p> <p>#Zeytinburnu Merkezefendi Millet Kiraathanesini ziyaret ettik. Gençlerimizin, kendilerine sunulan bu güzel imkanları kullandığını görmek, kalbimizdeki hizmet aşkını daha da alevlendiriyor.</p>  <p>04/05 - 28. Jun 2019</p> <p>158 Retweet 516 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BAYildirim</p> <p>Merkezefendi Seçkin Çocuklar Özel Eğitim ve Rehabilitasyon Merkezini ziyaret ederek kalbimizde müstesna bir yere sahip özel çocuklarımızın yüreklerindeki sevgiyi, gövdelerindeki ışıltıyı paylaştık.</p>  <p>05/11 - 28. Jun 2019</p> <p>54 Retweet 474 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BAYildirim</p> <p>Zeytinburnu Belediye Başkan Adayımız @omerarisooy ile @akzeytinburnu İlçe Başkanlığımızda teşkilatımızın değerli mensuplarıyla buluştuk. 1 Nisan'da daha yeşil, daha nezih, daha huzurlu bir Zeytinburnu ve daha yaşanabilir bir İstanbul'a uyanmak için durmak yok, yola devam.</p>  <p>04/09 - 28. Jun 2019</p> <p>87 Retweet 419 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BAYildirim</p> <p>Cumhuriyetçi'nin vereni, milletin bekasını omuzlarında taşıyan kardeşlerimizle @mhp_zeytinburnu İlçe Başkanlığında bir araya geldik. Sıcak karşılama ve desteklerinden ötürü teşekkür ediyorum. 31 Mart'ta beraber kazanacağız.</p>  <p>07/10 - 28. Jun 2019</p> <p>16 Retweet 451 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BAYildirim</p> <p>Altı asır önce fetih zaferinizi kutlayan İstanbul, 31 Mart'ta demokrasinin zaferinizi alkışlayacak. Zafer Zeytinburnu'nun, zafer İstanbul'un olacak. #BelediyeYeliGönüllü</p> <p>İstasyon Meydanı</p>  <p>06/19 - 28. Jun 2019</p> <p>219 Retweet 416 Beğeni</p>
<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BAYildirim</p> <p>"İstanbul'da denizin altından üç katlı tünel daha yapıyoruz. Yeni metro hatları açılışa, raylı sistemleri artırdıkça trafik daha da rahatlayacak. Gelecek 5 yıl içinde raylı sistem uzunluğu 170 km'den 518 km'ye çıkacak. Raylı sistemle taşınan yolcu oranı yüzde 48'e çıkacak."</p> <p>08/27 - 28. Jun 2019</p> <p>34 Retweet 1.468 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BAYildirim</p> <p>"Zeytinburnu'nda tramvay trafiki sıkışıklığına sebep oluyor. Bu sıkışıklığı kaldırmak için Seyitnizam Caddesi boyunca tramvay yerini altına alacağız ve caddeyi sizlere bırakacağız. Trafik bitecek ve bu cadde sizin emrinizde olacak."</p>  <p>08/22 - 28. Jun 2019</p> <p>28 Retweet 1.981 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BAYildirim</p> <p>"Diyecekler ki 'Binali Yıldırım uçuyor'. Varsın desinler. Yaptıklarımız, yapacaklarımızın teminatidir."</p> <p>#BinaliSözüYıldırım Hızı</p>  <p>09/05 - 28. Jun 2019</p> <p>81 Retweet 3.595 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BAYildirim</p> <p>İstanbul'da farklı kültürlerin bir arada hayat bulduğu, farklı renklerin mozaik oluşturduğu #Şişli'deki gönül buluşmamıza tüm halkımız davetlidir.</p>  <p>11/30 - 28. Jun 2019</p> <p>253 Retweet 1.228 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BAYildirim</p> <p>Eşsiz Boğaz'ın tarihle buluştuğu #Besiktas'ta vatandaşlarımızla bir araya geliyoruz.</p>  <p>11/49 - 28. Jun 2019</p> <p>87 Retweet 309 Beğeni</p>
<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BAYildirim</p> <p>#Kolayİstanbul projelerini anlatmak üzere "Seçim Özel" programında @KanalD ekranlanıyız.</p>  <p>10/26 - 28. Jun 2019</p> <p>543 Retweet 2.578 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BAYildirim</p> <p>Kanal D ekranlarında @buketaydin, @handefrt ve @MehmetSoysal'ın konuştuk. Dünya şehri İstanbul'u #Kolayİstanbul'a dönüştürecek projelerimizi anlatlık. Başta @KanalD yönetimi olmak üzere bizi izleyen vatandaşlarımızla teşekkür ediyoruz.</p>  <p>10/19 - 28. Jun 2019</p> <p>76 Retweet 296 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BAYildirim</p> <p>"İstanbul 4.0: Akıllı Şehir Yönetimi</p> <p>İnsanlar dert ve şikayetlerini size iletiyor, siz de onlara çözüm üretiyorsunuz. İstanbul 4.0'da elimizdeki verileri analiz ederek şehri 7 gün 24 saat interaktif yönetiyorsunuz."</p> <p>#Kolayİstanbul</p>  <p>10/11 - 28. Jun 2019</p> <p>249 Retweet 4.409 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BAYildirim</p> <p>2023 İstanbul - Sen Neredeysen Metro Orada #Kolayİstanbul</p>  <p>10/13 - 28. Jun 2019</p> <p>599 Retweet 3.473 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BAYildirim</p> <p>"Metrobüsler kapasitenin üstünde çalışıyor. Otonom metro sistemiyle kapasitenizi yüzde 50 artıracacağız. 18 metrelik araçları 24 metreye çıkaracağız. Araçları bluetooth teknolojisiyle haberleşecek, gecikme veya yığılmalar olmayacak." #Kolayİstanbul</p> <p>10/29 - 28. Jun 2019</p> <p>175 Retweet 244 Beğeni</p>
<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BAYildirim</p> <p>"İstanbul'un 240 noktasında trafik düğümleniyor. Bu noktaları tek tek tespit ettik ve buralara getireceğimiz kavşak çözümlerimizle oradaki lokal tıkanıklıkları açmış olacağız." #Kolayİstanbul</p> <p>10/19 - 28. Jun 2019</p> <p>122 Retweet 402 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BAYildirim</p> <p>"Ambarlı'dan Pendik'e Ro-Ro taşımacılığı kuracağız.</p> <p>TEM'in kuzeyinde lojistik merkezler kurulacak ve şehrin içine gelecek her türlü mal orada toplanacak. Büyük araçlarla buraya gelen ürünler daha küçük araçlarla tüketiciye, İstanbullulara dağıtılacak." #Kolayİstanbul</p> <p>10/40 - 28. Jun 2019</p> <p>58 Retweet 473 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BAYildirim</p> <p>"Esenler Otogarını kaldıracağız ve Yeni Havalimanı yakınlarna iki, Tuzla'ya da bir adet olmak üzere uydurduğumuz üç tane otogar yapacağız. Buralara yaptığımız raylı sistem ve toplu taşıma sayesinde bu otogarlara rahatlıkla gidilebilecek."</p> <p>#Kolayİstanbul</p> <p>10/40 - 28. Jun 2019</p> <p>146 Retweet 303 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BAYildirim</p> <p>"Denizin sadece işe gidiş için değil, eğlence amaçlı kullanılmasını da istiyoruz. Ayrıca, bir başka toplu taşıma aracı olarak denize aktarma yapanlar deniz ulaşımından bedava yararlanacak. Metrodan inip vapura binen ücretsiz gidebilecek." #Kolayİstanbul</p> <p>10/47 - 28. Jun 2019</p> <p>149 Retweet 407 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BAYildirim</p> <p>"179 km olan bisiklet yolu mesafesini 1086 km'ye çıkaracağız. Bisiklet yolları ağırlıklı olarak topografyanın uygun olduğu yerlerde yapılacak. Silivri'den Tuzlaya kadar uzanan kondorlar boyunca bisiklet yolları yer alacak." #Kolayİstanbul</p> <p>10/41 - 28. Jun 2019</p> <p>146 Retweet 641 Beğeni</p>



Görsel 60: Binali Yıldırım hesabının 28.02.2019 tarihinde attığı tweetler

28 Şubat 2019’ da Binali Yıldırım’ın günlük tweet sayısına bakıldığında, 16 metin, 10 fotoğraf, 7 video ve 1 link bağlantılı olarak 34 tweet paylaşıldığı görülmektedir. Bu tweetlerin toplamda, 37.467 beğeni ve 8.231 retweet alarak 45.698 etkileşim gerçekleştirdiği görülmektedir. En çok beğeni alan tweet ise 3.618 kişinini beğenisiyle; “Diyecekler ki ‘Binali uçuyor’. Varsın desinler. Yaptıklarımız, yapacaklarımızın teminatıdır” sözünün yer aldığı fotoğraf içerikli tweeti olduğu ve bu tweet’in de *#BinaliSözüYıldırımHızı* etiketlemesi kullanılarak paylaşıldığı görülmektedir. 28 Şubat günü paylaşılan tweetlerde kullanılan etiketlemelere ve bunların kullanım sıklığına bakıldığında; 1 tane *#Zeytinburnu*, 1 tane *#BelediyeİşiGönüllüsi*, 1 tane *#BinaliSözüYıldırımHızı*, 1 tane *#Şişli*, 1 tane *#Beşiktaş* ve 12 kez *#Kolayİstanbul* etiketlemesinin kullanıldığı görülmektedir.

Tweet içeriklerine bakıldığında ise; 21 farklı sektörden iş insanlarıyla Zeytinburnu “sektör buluşması programı”, “ekonomik alanda yaşanan sorunlar”ın geçici olduğunun vurgulanması, Kazlıçeşme-Halkalı ve Ayrılıkçeşme-Gebze arasındaki “marmaray projesi” ve yenilenmiş tren ve metro hattının 10 mart’ta yenlenmesi, Zeytinburnu’n da tranway hattının yeraltına alınması, Suriyelilerin geri dönmesiyle birlikte bazılarının da kalmasını gerektiren sebepler, Anadolu Aslanları İş Adamları Derneği: “ASKON” un Zeytinburnu’ daki merkezinin açılışı, ortaya konulan projelerle birlikte 500 bin İstanbulluya iş imkanı, “28 Şubat’ın 22. Yıldönümü”, 28 Şubat için post-modern darbe yorumu, Necmettin Erbakan.2 in 8. Ölüm yıldönümü için kabir ziyareti, Zeytinburnu Merkezefendi Millet Kırathanesi ziyareti, Zeytinburnu Akp Belediye Başkan Adayı Ömer Arısoy ile akp ilçe teşkilatı ziyareti, mhp Zeytinburnu ilçe başkanı ziyareti, Raylı sistemlerin artırılması ve denizin altında yer alacak “üç katlı tünel projesi”, Zeytinburnu trafik sorunu, Şişli buluşması, Beşiktaş buluşması, Kanal D ekranlarından; Buket Aydın, Hande Fırat ve Mehmet Soydan konuğu olarak

programlarında projelerini anlatması haberi, “İstanbul 4.00: Akıllı Şehir Yönetimi”, “2023 İstanbul” :sen neredeyse metro orada, otonom metro sistemi ile metrobüslerin kapasitelerini %50 arttırmak, merkezi lokasyonlara kavşak çözümü, Ambarlı-Pendik Ro-Ro taşımacılığı ile TEM’ in kuzeyine büyük araçlar için lıjistik yer açılması, Esenle Otogarı yerine yenisi, Deniz ulaşımının eğlence amacıyla kullanımı, Tuzla için bisiklet yolu mesafesinin uzatılması, ayrıştırma prijesinden elde edilen gelirlerle istabul-kart ile öğrencilere indirim yansıtılması, İstanbul’daki 10.5 seçmeni bir tutma sözü, “Ulaşım Asistanı”: yola çıkarken ulaşım ın daha kolay ve daha ucuz kullanmin amaçlayan interaktif sistem ve Avrupa Birliği Komiseri Violeta Bulc ile İstanbul-Tasarım Zirvesi öncesi Haliç Kongre merkezi’n deki görüşmesi gibi konuların yer aldığını görürüz.

13 Mart

<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>Dünya Akıllı Şehirler Kongresinde İstanbulun hayatını kolaylaştıracak projelerimizi anlatıyoruz #Akıllıİstanbul</p>  <p>03:02 - 13 Mar 2019</p> <p>428 Retweet 2.469 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>Uluslararası Dünya Akıllı Şehirler Kongresinde; İstanbul'un dünü, bugünü ve yarınını konuştuk.</p> <p>Türkiye'nin kaderini değiştiren projelere imza atmış tecrübeyle İstanbul'u, teknoloji ve bilimin ortaklığıyla aklın ve bilşimin merkezi yapacağız.</p> <p>#Akıllıİstanbul</p>  <p>03:17 - 13 Mar 2019</p> <p>341 Retweet 444 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>İstanbul'a 4 teknoloji üssü</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bayrampaşa'da, yapay zeka merkezi Türkiye Teknoloji Üssü - Pendik'te, Endüstri Geliştirme Bölgesi - Eyüpsultan'da, Tanım Teknolojileri Üssü - Tuzla'da, Biyoteknoloji Vadisi <p>ile Türkiye'nin stratejik sektörlerdeki rekabetçiliği zirve yapacak."</p> <p>03:18 - 13 Mar 2019</p> <p>477 Retweet 2292 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Teknoloji üsleriyle şehirlik ve yönetim alanında fikirler, projeler, yatırımlar doğacak. Gençlerle el ele verip ulaşım dan enerjiye, güvenlkten altyapıya kadar şehirliğin her alanında akıllı uygulamalar geliştireceğiz."</p> <p>#Akıllıİstanbul</p> <p>03:19 - 13 Mar 2019</p> <p>36 Retweet 454 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Çağa ayak uydurmuş, teknolojik gelişmelerin öncüsü olan İstanbul:</p> <p>Daha yaşanılır, daha güvenli, daha huzurlu, daha üreten, daha yeşil ve çevreci, ulaşımı rahat bir cazibe merkezi olacak."</p> <p>#Akıllıİstanbul</p> <p>03:02 - 13 Mar 2019</p> <p>344 Retweet 998 Beğeni</p>
<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>Evimiz, işimiz #Memleketimizİstanbul #Diyarbakır</p>  <p>03:44 - 13 Mar 2019</p> <p>378 Retweet 934 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Elim bir trafik kazası sonucu yaşamını yitiren tiyatro ve sinema dünyamızın usta sanatçılarından Demet Akbağ'ın eşi Zafer Çika'ya Allah'tan rahmet, başta Demet Akbağ olmak üzere yakınlarına başsağlığı ve sabır diliyorum."</p> <p>04:04 - 13 Mar 2019</p> <p>238 Retweet 492 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>27 yıl önce bugün meydana gelen #ErzincanDepremi'nde hayatını kaybeden vatandaşlarımızı bir kez daha rahmetle anıyorum. Ruhları sad, mekanları cennet olsun. Yüce Mevla memleketimize bir daha böyle acılar yaşatmasın.</p>  <p>03:34 - 13 Mar 2019</p> <p>381 Retweet 447 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>Arnavutköy Belediye Başkan Adayımız @A_HasimBaltacı ile İstanbul'un uzun gelişen ilçesi #Arnavutköy'de vatandaşlarımızla bir araya geldik.</p> <p>Ahmet Haşim kardesimiz, verdiği hizmetlerle gönüllerinize girdi. Hizmetlerine "Yıldırım" hızyla devam edecek.</p> <p>#BelediyeİSGönüllüsi</p>  <p>06:00 - 13 Mar 2019</p> <p>278 Retweet 406 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Dünyanın en büyük havalimanına ev sahipliği yapan, İstanbul'un en geniş alana yayılan ilçelerinden Arnavutköyüm için büyüklüğüne yakışır büyük projelerimiz var.</p> <p>Halkalı-Yeni Havalimanı-Gayrettepe metro hattı Arnavutköy'den geçecek. Hayırlı, uğurlu olsun."</p> <p>#BelediyeİSGönüllüsi</p> <p>06:38 - 13 Mar 2019</p> <p>244 Retweet 548 Beğeni</p>

Binali Yıldırım İletişim Ofisi
@BA_Yildirim

"Batı'da Sakarya'ya, Doğu'da Tekirdağ'a uzanan otayol önümüzdeki sene bitecek. Büyük araçlar ilçeye girmeyen transit gidecek, Amavutköy trafiği rahat edecek.

Taşoluk, İm rahor, Küçük Sanayi sitemleriyle ilçeye yeni istihdam sağlanacak."

#BelediyeİşGönüllüsi

06-09 - 13 Mar 2019

240 Retweet 586 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi
@BA_Yildirim

"Amavutköy'e büyük gıda tesisi kuracağız. Gıda malzemelerinin dağılacağı bu tesiste 5 bin kişi doğrudan iş, aş sahibi olacak, fiyat istikrarını sağlayacak."

#BelediyeİşGönüllüsi

06-09 - 13 Mar 2019

248 Retweet 628 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi
@BA_Yildirim

"Bakırköy-Bahçelievler-Küçükçekmece ve Bağcılar'dan;

• Avcılar-Küçükçekmece-Başakşehir'den

Amavutköy'e kadar uzanacak iki yeşil koridor yapacağız. 2,5 milyon metrekare yeşil alan oluşturacağız."

#BelediyeİşGönüllüsi

06-09 - 13 Mar 2019

246 Retweet 623 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi
@BA_Yildirim

"93 dönüm üzerine çiftçilik parkı kuracağız. Kütüphane, Kiraathane, Millet Bahçesi ve Gençlik Merkezlerinin yanı sıra Engelsiz Yaşam Merkezi ile yaşlılar için evde bakım ve aktif yaşlanma hizmetleri vereceğiz."

#BelediyeİşGönüllüsi

06-09 - 13 Mar 2019

226 Retweet 618 Beğeni

Amavutköy Belediye Başkan Adayımız @A_HasimBaltacı ile #Amavutköy'de ülkemizin can damarı esnafımız ve vatandaşlarımızla bir araya geldik.

Dalga dalga büyüyen bu sevgiyle gönüllerimizi birleştireceğiz. 31 Mart'ta coşkuyu birlikte kutlayacağız.



07-01 - 13 Mar 2019

369 Retweet 864 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi
@BA_Yildirim

Nuri Pakdil Gençlik Merkezi'nde nikahları kıyılan Oktay Duman ve Ebru Gündüz çiftimize sürpriz yaparak mutluluklarına şahitlik ettik.

Genç çiftimize bir ömür aile saadeti diliyoruz.



09-09 - 13 Mar 2019

323 Retweet 909 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi
@BA_Yildirim

#Cumhuriyetfakelo sevdalılarıyla @mhparnavutkoy'de bir araya gelmekten onur ve gurur duyduk.

İstanbul'a ve Amavutköy'e yapacağımız bütün yatırımlar ve hizmetlerle üretimimize üretim, refahımıza refah katacağız.

#GönülBelediyeçiligi



09-09 - 13 Mar 2019

229 Retweet 658 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi
@BA_Yildirim

İstanbul 3. Bölge Belediye Başkan Adaylarımız ile beraber İstanbul'da dair projelerimizi anlattığımız program bu akşam saat 21.00'de @AHaber ekranlarında. Hepinizi ekran başına bekliyoruz.



09-04 - 13 Mar 2019

417 Retweet 1.578 Beğeni

Amavutköy'de çok anlamlı bir açılış gerçekleştirdik. Millet Kiraathanesi ve Kütüphanesi'ni gençlerimizin hizmetine sunduk.

İstanbul'un dört bir yanına yayılacak 24 saat açık kütüphaneler yapacağız, hep beraber güzel bir geleceğe yürüyeceğiz.

#GönülBelediyeçiligi



09-04 - 13 Mar 2019

298 Retweet 791 Beğeni

Amavutköy'deki son programımızda, @AkpatriAmvutkoy'de bizleri bağına basan genç kardeşlerimize teşekkür ediyoruz.

31 Mart'a sayılı günler kala, şimdi daha çok çalışma zamanı. İstanbul için, Amavutköy için hizmetkar olma zamanı.

#BelediyeİşGönüllüsi



10-11 - 13 Mar 2019

276 Retweet 774 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi
@BA_Yildirim

Yarı akşam 23.00'te @startv ekranlarında yayınlanacak Star'da Seçim programında @nazlicelik'in canlı yayını konuşu olacağız.

Başta İstanbullular olmak üzere herkesi ekran başına bekliyoruz.



10-08 - 13 Mar 2019

488 Retweet 991 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi
@BA_Yildirim

"Cumhurbaşkanlığı Güvenlik ve Dış Politikalar Kurulu üyesi Prof. Dr. Benli Dedeoğlu'nun vefatını derin bir üzüntüyle öğrendim. Akademik dünyamıza önemli eserler kazandırmış Dedeoğlu'na Allah'tan rahmet, başta ailesi ve yakınları olmak üzere milletimize başsağlığı diliyorum."

11-02 - 13 Mar 2019

361 Retweet 1.317 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi
@BA_Yildirim

İstanbul 3. Bölge Belediye Başkan Adaylarımızla beraber projelerimizi anlatıyoruz.



İstanbul 3. Bölge Belediye Başkan Adaylarımızla beraber projelerimizi anlat...
Binali Yıldırım @BA_Yildirim

10-01 - 13 Mar 2019

910 Retweet 2.588 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi
@BA_Yildirim

İstanbul 3. Bölge Belediye Başkan Adaylarımız ile @AHaber ekranlarında "İstanbul'un Seçimi" programında İstanbul vizyonunuzu ve iktidarimiz dair projelerimizi anlattık.

#BelediyeİşGönüllüsi



10-03 - 13 Mar 2019

988 Retweet 399 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi
@BA_Yildirim

#Amavutköy:

"İstanbul Havalimanı ve Kanal İstanbul'un yanı sıra film platosu ve Doğa Parkı inşa edeceğiz. Kurulacak gıda üssüyle lojistik maliyetlerini düşürüp gıda fiyatlarında istikrarı sağlayacağız. Halkalı-Yeni Havalimanı metrosunu iktidarı geçireceğiz."

#BelediyeİşGönüllüsi

10-04 - 13 Mar 2019

219 Retweet 578 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi
@BA_Yildirim

#Avcılar:

"Toplu taşıma aktarma merkezi yapacağız. E5 ve TEM arasında Doğu'dan Batı'ya kadar tüneller inşa edilip açacağımız yeni hatlarla deniz ulaşımını rahatlatacağız. Yenikapı-İncirli-TÜYAP ve Mahmutbey-Bahçeşehir-Esenyurt metro hatlarını iktidarı geçireceğiz."

10-05 - 13 Mar 2019

218 Retweet 558 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi
@BA_Yildirim

#Bağcılar:

"Beş yeni metro hattını Bağcılar ile tanıştıracağız. Bayrampaşa-Bağcılar ve Bağcılar-Küçükçekmece tünelleriyle trafiği rahatlatacağız."

#BelediyeİşGönüllüsi

10-06 - 13 Mar 2019

204 Retweet 548 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi
@BA_Yildirim

#Beylikdüzü:

"Yenikapı-Sefaköy-TÜYAP metro hattını Beylikdüzü'nden geçireceğiz. Ambarlı-Pendik arası RO-RO taşımacılığını başlatacağız. Beylikdüzü-Esenyurt ve Beylikdüzü-Büyükçekmece yeşil koridorlarını oluşturacağız."

#BelediyeİşGönüllüsi

10-07 - 13 Mar 2019

205 Retweet 418 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi
@BA_Yildirim

#Büyükçekmece:

"Metrobüs ve Yenikapı-TÜYAP metrosunu Büyükçekmece'ye uzatacağız. İlçeye mavimsiz bayraklı plaj kazandıracacağız."

#BelediyeİşGönüllüsi

10-07 - 13 Mar 2019

264 Retweet 628 Beğeni

Binali Yıldırım İletişim Ofisi
@BA_Yildirim

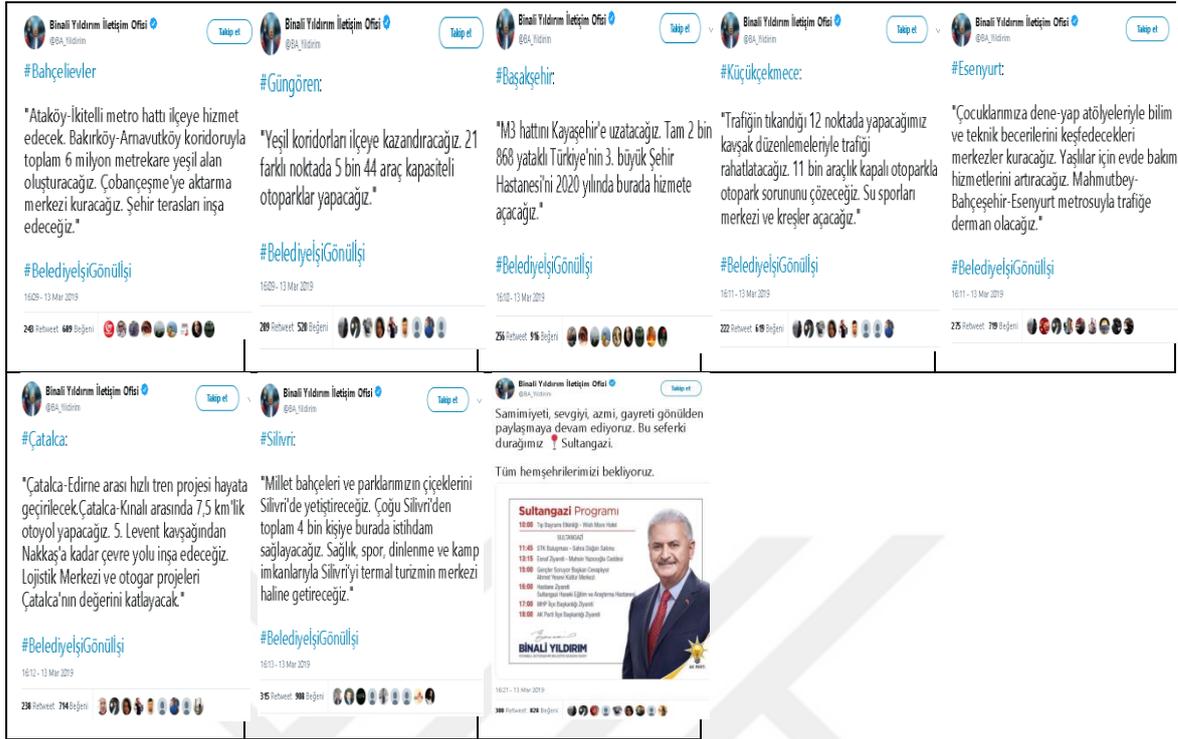
#Bakırköy

"Atatürk Havalimanı arazisine Millet Bahçesi ve Kongre Merkezi yapacağız. Çiroz Engelliler Kampı'nı yenileyip modern hale getireceğiz. Engelli çocuklarımızın eğitimi için merkezler yapacağız."

#BelediyeİşGönüllüsi

10-08 - 13 Mar 2019

233 Retweet 587 Beğeni



Görsel 61: Binali Yıldırım hesabının 13.03.2019 tarihinde attığı tweetler

13 Mart 2016 tarihinde, Yıldırım'ın takipçi sayısına bakıldığında 1.253.015 olduğu görülmektedir. Bu tarihte paylaşılan tweet sayısı, 23 metin, 12 fotoğraf, 2 link ve 1 video olmak üzere toplamda 38'dir. Tweetler üzerindeki etkileşim miktarının ise 33.918 beğeni, 13.079 retweet olmak üzere 46.997 olduğu görülmektedir. Binali Yıldırım'ın en çok beğeni alan tweetine bakıldığında, 2.569 beğeniyle; "3. Bölge Başkan Adaylarımızla projelerimizi anlatıyoruz" video bağlantılı tweeti ve sonrasında, 2.418 beğeniyle; "Dünya Akıllı Şehirler Kongresi'nde İstanbul'un hayatını kolaylaştıracak projelerimizi anlatıyoruz" video bağlantılı tweeti geldiği görülmektedir. 13 Mart tarihinde kullanılan etiketlere bakıldığında; 19 tane *#Belediyeİşigönüllü*, 4 tane *#Akıllıİstanbul*, 2 tane *#GönülBelediyeciliği*, 1 tane *#Memeleketimizİstanbul21* ve *#Diyarbakır*, 1 tane *#ErzincanDepremi* ve artık daha az kullanılan *#Cumhurİttifakı* etiketlemesinden de 1 tane kullanıldığı görülmektedir.

Tweet içeriklerine bakıldığında; *#AkıllıŞehirİstanbul* etiketlemesiyle "Dünya Akıllı Şehirler Kongresi'nde akıllı şehir projelerinin anlatıldığı video görüntüsü, *#AkıllıŞehirİstanbul* etiketlemesiyle "Uluslararası Akıllı Şehirler Kongresi" adı altında tekrara aynı kongreden konuşma fotoğrafı, "İstanbul 4 teknoloji üssü" başlığı altında Bayrampaşa-Pendik-Eyüpsultan-Tuzla ilçelerinde farklı alanlarda kurulması vaad edilen

“teknolojik üsler”, iki tane daha *#AkıllıŞehirİstanbul* etiketlemesiyle teknolojik gelişmeciliğe vurgu, “Memleketimiz İstanbul-Diyarbakır” başlığı altında Diyarbakır-İstanbul arasında artan ticari gelişmeciliği anlatan video, Demet Akbağ’ın eşi Zafer Çika’ ya “başsağlığı dilekleri”, *#ErzincanDepremi* etiketlemesiyle 27 yıl önce gerçekleşen “Erzincan Depremi”ni anma, *#BelediyeİşİGönüllŞİ* etiketlemesiyle Akp Arnavutköy Belediye Başkan Adayı Haşim Baltacı ile Arnavutköy’de “vatandaşlarla buluşma”, *#BelediyeİşİGönüllŞİ* etiketlemesiyle Arnavutköy için “Halkalı-Yeni Havaalanı-Gayrettepe metro hattı”nın Arnavutköy’den geçeceği, *#BelediyeİşİGönüllŞİ* etiketlemesiyle “Sakarya’dan Tekirdağ’a uzanan otoyol” un önümüzdeki sene biteceği ve “Arnavutköy trafiğinin rahatlaması”, *#BelediyeİşİGönüllŞİ* etiketlemesiyle “Arnavutköy’e gıda tesisi”nin inşa edilmesi, *#BelediyeİşİGönüllŞİ* etiketlemesiyle Arnavutköy’e kadar uzanacak olan “2.5 milyon metrekare’lik yeşil koridor”, *#BelediyeİşİGönüllŞİ* etiketlemesiyle 93 dönüm üzerine “çifçilik parkı, kütüphane, kıraathane kurulacağı bunun yanında millet bahçesi, gençlik merkezleri, engelsiz yaşam merkezleri ve evde bakım ve aktif yaşlanma hizmeti” vaadleri, Arnavutköy ilçesinde bulunan Nuri Pakdil Gençlik Merkezi’nde nikahları kıyılan gençlerin “nikahına sürpriz bir şekilde katıldığını gösteren fotoğraf” paylaşımı, *#Cumhurİttifakı* ve *#GönülBelediyeciliği* etiketlemesiyle “@mhparnavutköy”de biraraya gelinmesi, Akp İstanbul 3. Bölge Belediye Başkan Adayları ile birlikte “Ahaber ekranlarında akşam 21.00’da İstanbul projelerinin anlatılacağı haberi”nin verilmesi, *#GönülBelediyeciliği* etiketi kullanılarak “Arnavutköy millet kıraathanesi ve kütüphanesini gençlere sunduk haberinin verilmesi ve *#BelediyeİşİGönüllŞİ* Arnavutköy’deki son durak programının paylaşılmasıyla sonlanan Arnavutköy’ e dair paylaşımların sayısı 11 olduğu görülmektedir. “Star tv ekranlarında, seçim programında Nazlı Çelik’ in canlı yayın konuğu” olacağının bir gün önceden haber verilmesi, Cumhurbaşkanlığı Güvenlik ve Dış Politikalar Kurulu üyesi Prof. Dr. Beril Dedeoğlu’nun vefat haberi ve “taziye mesajı”, “Akp İstanbul 3. Bölge Belediye Başkan Adaylarıyla beraber İstanbul projeleri”nin anlatıldığı video, *#BelediyeİşİGönüllŞİ* etiketiyle Akp İstanbul 3. Bölge Belediye Başkan adaylarıyla birlikte “Ahaber ekranlarında ‘İstanbul’un Seçimi’ programında vizyon ve ilçelere dair projelerinin anlatılacağı haberi”nin bir gün önceden paylaşıldığını görürüz.

Binali Yıldırım'ın 13 Mart 2019 tarihli paylaşımlarına bakıldığında, o gün'ün seçim çalışmaları programda yer alan ilçeler için tweet atarken, ilçe'nin ismini etiketlemesi ve sonra o ilçeye dair vaadlerinin yer aldığı paylaşımlar yapıldığı dikkat çekmektedir:

#Arnavutköy: İstanbul Havaalanı ve Kanal İstanbul yanı sıra Film Platosu ve Doğa Parkı inşa edileceği ve Halkalı-Yeni Havaalanı metrosu'nun ilçeden geçirileceği vaadi *#BelediyeİşiGönüllü* etiketiyle verilmiştir.

#Avcılar: Toplu taşıma aktarma merkezi yapılacağı, Yenikapı-İncirli-TÜYAP ve Mahmutbey-Bahçeşehir-Esenyurt metro hattının ilçeden geçirileceği vaadi.

#Bağcılar: 5yeni metro hattı ve Bayrampaşa-Bağcılar ve Bağcılar-Küçükçekmece tünelleriyle Bağcılar trafiğinin rahatlatılacağı vaadi *#BelediyeİşiGönüllü* etiketiyle birlikte paylaşılmıştır.

#Beylikdüzü: Yenikapı-Sefaköy-TÜYAP metro hattınının Beylikdüzü'nden geçirileceği, yeşil alanlar ve RO-RO taşımacılığı'nın kurulacağı vaadi *#BelediyeİşiGönüllü* etiketiyle birlikte paylaşılmıştır.

#Büyükçekmece: Metrobüs ve Yenikapı-TÜYAP metro hattını Büyükçekmece'ye kadar uzatılacağı ve ilçeye mavi bayraklı plaj kazandırılacağı vaadi *#BelediyeİşiGönüllü* etiketiyle birlikte paylaşılmıştır.

#Bakırköy: Atatürk Havaalanı arazisine Millet Bahçesi ve Kongre Merkezi yapılacağı ve Çiroz Engelliler Kampı'nın yenilenip modern hale getirileceği vaadi *#BelediyeİşiGönüllü* etiketiyle birlikte paylaşılmıştır.

#Bahçelievler: Ataköy-İkitelli metro hattının ilçeye hizmet edeceği, Bakırköy-Arnavutköy koridorlarıyla toplam 6 milyon metrekare'lik yeşil alan oluşturulacağı, Çobançeşme aktarma merkezi ve Şehir terasları inşaa edileceği vaadleri *#BelediyeİşiGönüllü* etiketiyle birlikte paylaşılmıştır.

#Güngören: Yeşil koridorları ilçeye kazandırma, 21 farklı noktada 5 bin 44 araç kapasiteli otopark yapılacağı vaadi *#BelediyeİşiGönüllü* etiketiyle birlikte paylaşılmıştır.

#Başakşehir: M3 hattının Kayaşehir'e uzatılacağı, 2.868 yataklı Türkiye'nin 3. Büyük Şehir Hastanesi'nin 2020 yılında burada hizmete açılacağı vaadi *#BelediyeİşiGönüllü* etiketlemesiyle birlikte paylaşılmıştır.

#Küçükçekmece: Trafiğin tıkanıdığı 12 noktaya kavşak yapılacağı, 11 bin araçlık kapalı otopark ile otopark sorunun çözüleceği, su sporları merkezi ve kreşlerin açılacağı vadleri **#BelediyeİşiGönüllü** etiketlemesiyle paylaşılmıştır.

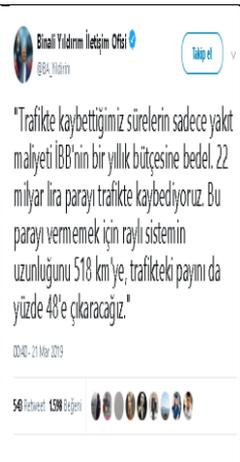
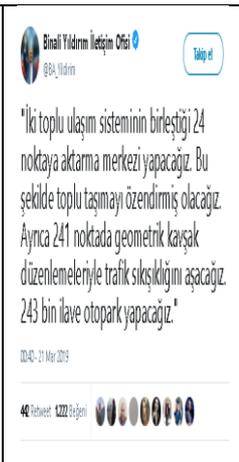
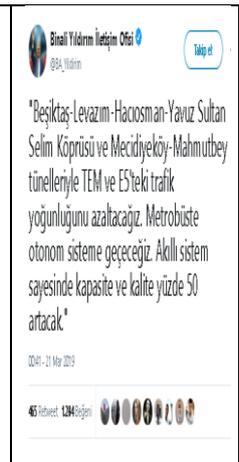
#Esenyurt: Çocuklara dene-yap atolyeleriyle bilim ve teknik becerilerini keşfedecekleri merkezler kurulacağı, yaşlılar için evde bakım hizmeti, Mahmutbey-Bahçeşehir-Esenyurt metrosuyla trafiğe derman olunacağı vaadi **#BelediyeİşiGönüllü** etiketlemesiyle birlikte paylaşılmıştır.

#Çatalca: Çatalca-Edirne arası hızlı tren projesinin hayata geçirileceği, Çatalca-Kınalı arasında 7.5 km'lik otoyol, 5. Levent kavşağından Nakkaş'a kadar çevre yolu inşa edileceği, Lojistik Merkezi ve otogar projeleri vadleri **#BelediyeİşiGönüllü** etiketiyle birlikte paylaşılmıştır.

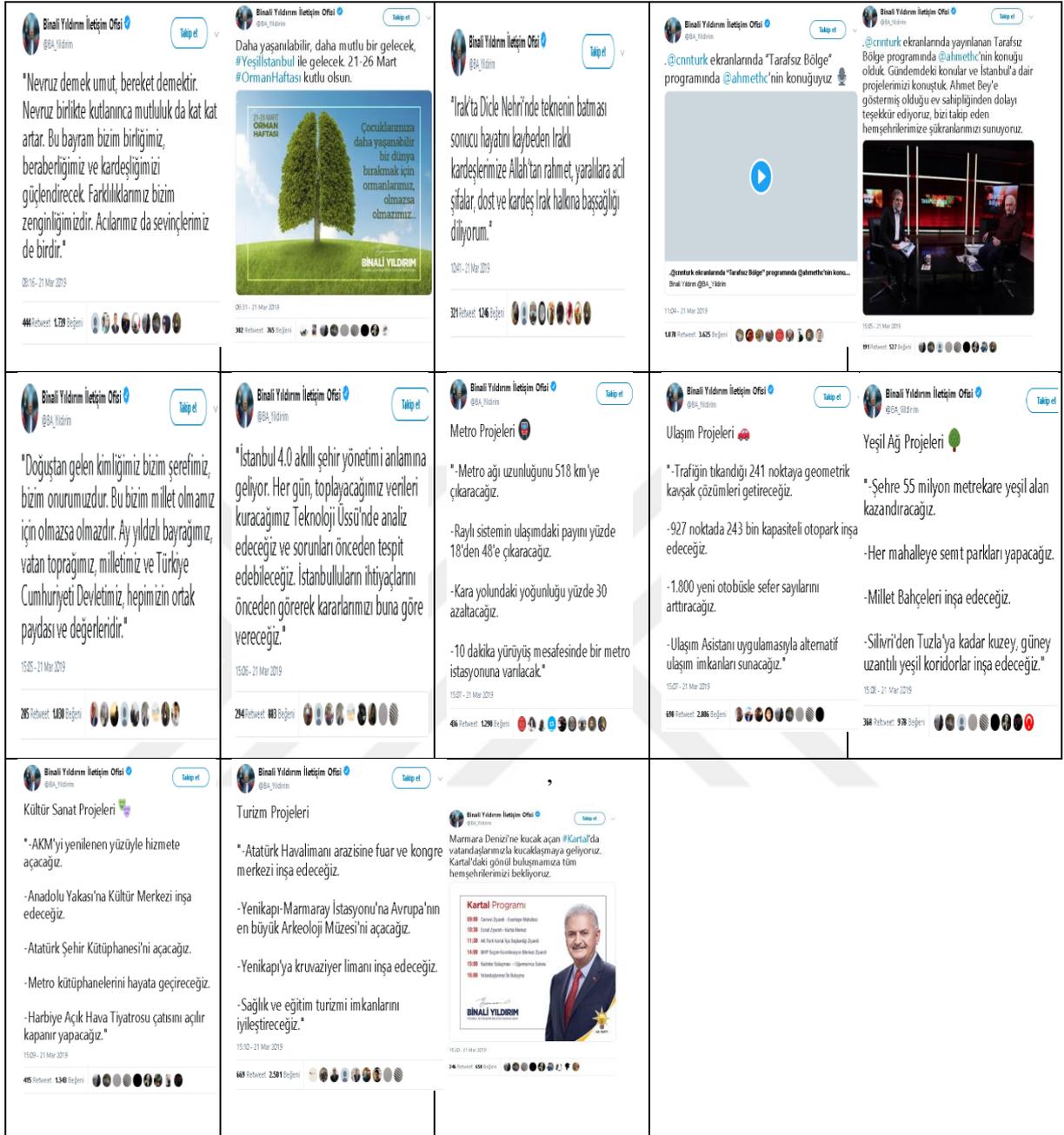
#Silivri: Millet bahçeleri ve parkların çiçeklerinin Silivri'de yetiştirilerek 4 bin kişiye iş istihdamı sağlanacağı, Sağlık, spor, dinlenme, kamp imkanlarıyla Silivri'yi termal turizmin merkezi haline getirileceği vaadi **#BelediyeİşiGönüllü** etiketlemesiyle birlikte paylaşılmıştır.

Ve son olarak, 13 Mart tarihindeki ilçe ziyaretlerinden biri olan "Sultangazi Programı" adı altında Sultangazi ziyaretindeki yerler ve saatler'in paylaşıldığını görürüz.

21 Mart 2019

				
--	--	---	--	---

<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Birliğimizin, barışımızın, muhabbetimizin daim olmasını diliyorum, 21 Mart #Nevruz Bayramı'nı kutluyorum."</p>  <p>02:36 - 21 Mar 2019</p> <p>375 Retweet 1.200 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Bizning birliğimizin, tinçliğimizin va sohbätimizim doimiy bo'lishini xohlayman. 21 Mart Navroz bayrami bilan tabriklayman."</p> <p>02:37 - 21 Mar 2019</p> <p>157 Retweet 237 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Yekhtiya me, aşiyê me, axaftina me dê bîmîne. Cejna newroze ya 21ê Adare pîroz be."</p> <p>02:39 - 21 Mar 2019</p> <p>165 Retweet 256 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Желаю, чтобы наше единство, наш мир, наша любовь была вечной, поздравляю с праздником Навруз."</p> <p>02:40 - 21 Mar 2019</p> <p>167 Retweet 211 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Wishing for our union, our peace and our good rapport to be permanent, I celebrate March 21, Newroz Day."</p> <p>02:40 - 21 Mar 2019</p> <p>165 Retweet 231 Beğeni</p>
<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"In der Hoffnung, dass unsere Verbundenheit, unser Frieden und unsere Innigkeit immerwährend bleibt gratuliere ich Ihnen zum Newroz, dem 21. März."</p> <p>02:41 - 21 Mar 2019</p> <p>163 Retweet 232 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Espérant que notre unité, paix et attachement soient radieux, je vous souhaite une bonne fête du Névroz du 21 Mars."</p> <p>02:42 - 21 Mar 2019</p> <p>166 Retweet 247 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"გელუჯავთ 21 მარტს, ნოვრუზის დღესასწაულს და ვისურვებდი, რომ სამუდამო ერთობა, მშვიდობა და მეგობრობა გავრცობოდა."</p> <p>02:43 - 21 Mar 2019</p> <p>168 Retweet 239 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"أتمنوا موحداً متساوياً و متوحداً أنتكمننا سبة عيد نورو 21 مارس / آذار"</p> <p>02:45 - 21 Mar 2019</p> <p>172 Retweet 48 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>3 korner 1 penaltı geri gelecek</p> <p>Mahalle liglerinde konsuluk ruhu yeniden canlanacak, dünya capında başan hikayeleri #Istanbul'da yazılacak</p>  <p>04:11 - 21 Mar 2019</p> <p>1.209 Retweet 2.003 Beğeni</p>
<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>Sanayicilik, vatanseverlik, fedakarlık, hizmetin addır. Sanayicilik, Türkiye'nin büyümesi ve kalkınmasıdır.</p> <p>Esenyurt'ta sanayici ve iş insanlarımızla bir araya geldik. Türkiye'yi taşıyan ilçe #Esenyurt'un geleceği 31 Mart'ta şekillenecek, Esenyurt daha da büyüyecek.</p>  <p>04:29 - 21 Mar 2019</p> <p>347 Retweet 716 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>Bugün 21 Mart #DownSendromu Farkındalık Günü! Unutmayın, gerçek dostlar kromozom saymaz. 🧡</p>  <p>04:47 - 21 Mar 2019</p> <p>148 Retweet 154 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>Türkiye'nin üretken şehri #Esenyurt'ta Belediye Başkan Adayımız @azmiyikinc34 ile sivil toplum kuruluşu temsilcileri ve kanaat önderlerimizle samimi bir buluşma gerçekleştirdik.</p> <p>31 Mart'ta bir olacağız, diri olacağız hep birlikte hem Esenyurt'ta hem de İstanbul'da kazanacağız.</p>  <p>05:00 - 21 Mar 2019</p> <p>350 Retweet 418 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Türkiye'nin 81 iline hizmet götürdük. Hizmet yaparken ayın gayrı yapmadık. Halkın'ı İzmir'den, Ardahan'ı Muğla'dan, Kars'ı Denizli'den ayrı görmedik. Posof'ta attığımız asfaltın aynısını Özalp'da kullandık. Viyana'ya giden uçanın aynısını Yüksekova'ya gönderdik."</p> <p>05:09 - 21 Mar 2019</p> <p>546 Retweet 1.700 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Mahmutbey-Bahçeşehir-Esenyurt ve Yenikapı-Sefaköy-TÜVAP metrolarıyla #Esenyurt halkı ulaşımında rahat bir nefes alacak."</p> <p>#BelediyeİşGönüllüsi #KolayIstanbul</p> <p>05:09 - 21 Mar 2019</p> <p>45 Retweet 433 Beğeni</p>
<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Jeotermal sıcak su kaynağını Esenyurt için servete dönüştüreceğiz. Tamamlayıcı sağlık turizminde #Esenyurt'u bir merkez haline getireceğiz."</p> <p>#BelediyeİşGönüllüsi</p> <p>05:00 - 21 Mar 2019</p> <p>45 Retweet 154 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Piyayîş ê ma, umayîş ê ma, muhabbet ê ma wa daimuw, 21 Edar Newruz ê şîma bîmbarekîw."</p> <p>05:51 - 21 Mar 2019</p> <p>211 Retweet 517 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Piyayîş ê ma, umayîş ê ma, muhabbet ê ma wa daimuw, 21 Edar Newruz ê şîma bîmbarekîw."</p> <p>05:51 - 21 Mar 2019</p> <p>211 Retweet 517 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"46 yıl önce bugün, "sadiq dostu" kara toprakla kukaklaşan büyük halk ozanımız #AşıkVeysel'i rahmet ve saygıyla yad ediyorum."</p>  <p>06:41 - 21 Mar 2019</p> <p>45 Retweet 103 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>Halkal'da düzenlenen #Nevruz Bayramı kutlamalarında can kardeşlerimizle bir araya geldik, sevinçlerine ortak olduk.</p> <p>Canlar, memleketimizin kır çiçekleri. Coşku ve sevinçleriyle muhteşem bir tablo oluşturuyorlar. Sevgi, saygı ve huzur, topraklarımızdan eksik olmasın.</p>  <p>06:16 - 21 Mar 2019</p> <p>208 Retweet 402 Beğeni</p>



Görsel 62: Binali Yıldırım hesabının 21.03.2019 tarihinde attığı tweetler

Binali Yıldırım'ın 21 Mart 2019 tarihinde takipçi sayısına bakıldığında 1.265.408 olduğu görülmektedir. Günlük tweet sayısı ise, 26 metin, 11 fotoğraf ve 1 video bağlantılı olarak 38 olduğu görülmektedir. Günlük twitter dağılım grafiğinde 40 olarak görünse de, 21 Mart tarihli tweet içeriklerine bakıldığında sayının 38 olduğu görülmektedir. Böylece Yıldırım'ın günlük en yüksek tweet sayısı, 13 Mart ve 21 Mart tarihlerinde gerçekleştirdiği maksimum günlük tweet sayısının 38 olduğu anlaşılmaktadır. 21 Mart günlük etkileşim miktarına bakıldığında, 49.472 beğeni,

16.499 retweet olarak toplamda 65.911 etkileşim gerçekleştiği ve 13 Mart tarihiyle günlük tweet sayısı aynı olmasına rağmen etkileşim sayısının daha yüksek olduğu da görülmektedir. En çok beğeni alan paylaşımı ise 7.656 beğeni olarak: “3 korner 1 penaltı geri gelecek” başlığı altında, mahalle liglerinin geri gelmesini konu alan video bağlantılı tweet olduğu görülmektedir. 21 Martta kullanılan twitter etiketlerine bakıldığında; 4 #Esenyurt,2 #Nevruz, 2 #BelediyeİşİGönüllİşİ, 1 tane #Kartal, 1 tane #İstanbul, 1 tane #DownSendromu, 1 tane #Kolayİstanbul, 1 tane #AşıkVeysel, 1 tane #Yeşilİstanbul, 1 tane #OrmanHaftası olarak 15 etiket kullanıldığı görülmektedir.

Tweet içeriklerine bakıldığında; Binali Yıldırım’ın Ceayir Doğan’ın sunduğu “Bilirkişi Özel” radyo programın konukluğu, trafikte kaybedilen vakte ve bunun İstanbul Büyükşehir Belediyesi’ nin 1 yıllık bütçe bedeline karşılık gelmesi sorununa karşılık “raylı sistem uzunluğunun 518 km’ye, trafikteki payının yüzde 45’e çıkartılacağı”, “aktarma merkezleriyle toplu taşıma sorununu, kavşaklar ile trafik sıkışıklığı ve otopark sorununu çözmeye”, “İstanbul büyük veri havuzu’nun işlenmesinde ve Teknoloji Üssü’nde İstanbul sorunlarını çözmeye gençlere olan ihtiyaç”ı vurgulama, Nevruz’un anlamı ve #Neruz etiketlemesiyle,“Nevruz Bayramı kutlaması” ve aynı tweet’in Azerice, Kürtçe, Rusça, İngilizce,Almanca,Fransızca,Gürcüce, Arapça ve Zazaca olarak 9 farklı dilde tekrar paylaşılmasıyla birlikte toplamda 11 nevruz temalı metin tweetleri, “mahalle ligleri”nin tekrar getirilmesine dair #İstanbul etiketlemesi kullanılan video, #Esenyurt etiketlemesiyle, Esenyurt’da “sanayi ve iş insanlarıyla bir araya gelme”, #Down Sendromu etiketlemesiyle, “Down Sendromu Farkındalık Günü”nü kutlama mesajı, #Kolayİstanbul etiketlemesiyle, “Hakkari, Ardahan, Kars” gibi doğu illerini hizmet anlayışı olarak İzmir, Muğla ve Denizli’den ayrı görülmediği mesajı, #BelediyeİşİGönüllİşİ etiketlemesiyle, #Esenyurt ve #BelediyeİşİGönüllİşİ etiketlemesiyle, “Jeotermal sıcak su kaynağının esenyurt için servete dönüştürüleceği” mesajı, #Esenyurt,#BelediyeİşİGönüllİşİ ve #Kolayİstanbul etiketlemeleriyle, “Mahmutbey-Başakşehir-Esenyurt ve Yenikapı-Sefaköy-TÜYAP metroları”yla Esenyurt halkı’nın trafikte nefes alacağı, #BelediyeİşİGönüllİşİ etiketlemesiyle, İstanbul’da “işçilere ziyaret ve birlikte öğle yemeği” fotoğrafı, #AşıkVeysel etiketlemesiyle, “Aşık Veysel” ölüm yıldönümü’nü anma, #Yeşilİstanbul ve #OrmanHaftası etiketlemeleriyle “Orman Haftası”nı kutlama ve Yeşil İstanbul’un geleceğinin söylenmesi, Irak’ta Dicle Nehri’nde tekne batması sonucu hayatını

kaybedenlere “başsağlığı” dileme, Cnn Türk kanalında Ahmet Hakan’ın sunduğu Tarafsız Bölge programına “konuk olacağının bildirilmesi” ve program’dan fotoğraf paylaşarak “Ahmet Hakan’a teşekkürler” mesajı, doğuştan gelen “farklı kimlik unsurlarına saygı”yla birlikte bayrak, vatan, toprak, Türkit Cumhuriyeti Devleti değerlerinin vurgulanması, metin bağlantılı “Metro Projeleri”, metin bağlantılı “Ulaşım Projeleri”, metin bağlantılı “Kültür Sanat Projeleri” ve son olarak #Kartal etiketlemesiyle “Kartal ilçe buluşması” için metin mesajları gibi paylaşımların olduğu görülmektedir.



31 Mart 2019: Yerel Seçim Günü

The image displays four screenshots of tweets from the official Twitter account of Binali Yıldırım's communication office, @BAYildirim, dated March 31, 2019. The tweets are arranged in a 2x2 grid. Each tweet includes a profile picture, a 'Takip et' button, and a 'Retweet' button. The first tweet (top-left) features a video thumbnail and text: "İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayım iz Binali Yıldırım, açıklama yapıyor." The second tweet (top-right) contains text: "Bugün İstanbul'da ve Türkiye'nin 81 vilayetinde, ilçelerde, beldelerde, köylerde, mahallelerde yerel seçimler yapılıyor. Seçime oldukça yoğun bir ilginin olduğunu görüyoruz." The third tweet (bottom-left) includes text: "Seçimler demokrasinin bayramıdır. Bugün, gelecek beş yıl için yerel yöneticilerimizi seçeceğiz. Biz de Tuzla Belediye Başkanı, Meclis Üyeleri, Muhtar ve Büyükşehir Belediye Başkanlığı için oyumuzu kullandık." The fourth tweet (bottom-right) contains text: "Seçimlerin; kardeşliğimiz, birliğimiz, beraberliğimiz ve ortak geleceğimiz İstanbul için hayırlara vesile olmasını Rabb'imden niyaz ediyorum." Each tweet also shows engagement metrics such as retweets and replies.



Görsel 63: Binali Yıldırım hesabının 31.03.2019 tarihinde attığı tweetler

31 Mart 2019 Yerel Seçim günü, Binali Yıldırım'ın twitter takipçi sayısının 1.277.697 olduğu görülmektedir. Seçim günü paylaşılan tweet sayısı ise; 6 metin, 3 fotoğraf ve 2 link bağlantılı olmak üzere 11'dir. Bu tarihte paylaşılan tweetlerin toplamda 54.422 beğeni, 8.164 retweet alarak 62.586 etkileşim gerçekleştirdiği görülmektedir. Yıldırım'ın adaylığını açıkladığı 29 Aralık tarihinden bu yana tweetler üzerindeki etkilişimin gerçekleştiği 4. Gündür. Bunlardan ilki; 27 Mart 2019 tarihi ve bu tarihte ki tweetlerin 98.110 etkileşim gerçekleştiği görülmektedir. Ardından 65.1100 etkileşim sayısıyla 21 Mart tarihi gelir. 3. Etkileşim sayısı en çok olan gün 29 Mart tarihidir ve etkileşim 63.600'dir. 4.sırada ise 31 Mart Yerel Seçimlerin yapıldığı gündür.

Bu tarihte en çok beğeni alan paylaşım Binali Yıldırım'ın: "İstanbulluların, İstanbul'a verdiğimiz sözlerin takipçisi olmalarını istiyorum. İnşallah İstanbul'u 15 milyonun mutlu ve huzurlu bir şekilde yaşayacağı şehir haline getireceğiz. Seçimlerimiz hayırlı, uğurlu olsun" şeklinde metin bağlantılı tweeti olduğunu görürüz. Kullanılan twitter etiketlerine bakıldığında ise önceki günler kadar çok kullanılmadığı göze çarpar; sadece 31 Mart 2015 tarihinde İstanbul Adalet Sarayında, odasında DHKP-C 'li

teröristler tarafından öldürüldüğü açıklanan Cumhuriyet Savcısı Mehmet Selim Kiraz'ın ölüm yıl dönümünü anmak için paylaştığı #MehmetSelimKiraz etiketlemesi olduğu görülmektedir.

Tweet içeriklerine bakıldığında ise; “Seçimlerin milletimize ve ülkemize hayırlı olmasını diliyorum..” diye başlayan 31 Mart Yerel Seçim günü değerlendirmesinin bulunduğu TRT Haber basın açıklamasının yer aldığı video. “Bugün İstanbul'da ve Türkiye'nin 81 vilayetinde, ilçelerde, beldelerde, köylerde, mahallelerde yerel seçimler yapılıyor. Seçime oldukça yoğun bir ilginin olduğunu görüyoruz” metin mesajıyla birlikte eşi ve torunuyla oy kullanırken ki fotoğraf. “Seçimler demokrasinin bayramıdır. Bugün, gelecek beş yıl için yerel yöneticilerimizi seçeceğiz. Biz de Tuzla Belediye Başkanı, Meclis Üyeleri, Muhtar ve Büyükşehir Belediye Başkanlığı için oyumuzu kullandık” metin mesajı. “Seçimlerin; kardeşliğimiz, birliğimiz, beraberliğimiz ve ortak geleceğimiz İstanbul için hayırlara vesile olmasını Rabb'imden niyaz ediyorum” metin mesajı. “Gayet keyifli bir kampanya yürüttük. İstanbul'u bir baştan bir başa en az iki kez turladık, bütün İstanbullularla bir araya geldik. Çok güzel anılarımız, çok güzel sohbetlerimiz oldu. İstanbul'u, İstanbulları dinledik şimdi artık çalışma ve İstanbul için hizmet üretme zamanı” metin mesajı. Türk bayrağı üzerinde Mehmet Selim Kiraz'ın adı ve altına doğum ve ölüm tarihleriyle birlikte kendi fotoğrafının da bulunduğu görsel ile “Ülkesine ve milletine hizmet ettiği sırada teröristlerce makamında şehit edilen İstanbul Cumhuriyet Savcısı #MehmetSelimKiraz'ı şehadetinin dördüncü yıl dönümünde rahmet ve minnetle anıyorum. Ruhu şad, mekanı cennet olsun” metin mesajının paylaşımı. “Cumhurbaşkanımız Sn. Recep Tayyip Erdoğan açıklama yapıyor” yazılı metin eşliğinde Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın seçimlere dair yorumlarının yer aldığı (yüksek katılım oranı, seçim sonuçlarının hayırlı olmasını diliyorum, seçim sonuçlarının yavaş yavaş şekillenmeye başlayan sonuçlara göre tüm belediye başkan, belediye meclis ve il genel meclis üyeleri ve mahalle ve köylerde göreve gelecek adaylarımızı teprik ediyorum, geleneksel balkon konuşması için Ankara'da seçim sonuçlarını değerlendirileceği gibi konular) basın açıklamasının yer aldığı TRT Haber videosu. “İstanbul'da seçim sayımları gayriresmî sonuçları 31 bin 124 sandıkta tamamlanmış bulunuyor. Bu sonuca göre İstanbul'da seçimi kazandık. Bu süreçte İstanbul halkının bize verdiği yetki için çok teşekkür ediyorum” metin mesajıyla birlikte Binali Yıldırım'ın “Gönül Belediyeciliği Kazandı.

Teşekkürle İstanbul” yazısının olduğu afiş önünde konuşma yaptığı fotoğraf ile paylaşımı. "İstanbulcuların, İstanbul'a verdiğimiz sözlerin takipçisi olmalarını istiyorum. İnşallah İstanbul'u 15 milyonun mutlu ve huzurlu bir şekilde yaşayacağı şehir haline getireceğiz. Seçimlerimiz hayırlı, uğurlu olsun" metin mesajı. "Bu süreçte yoğun bir çalışma ortaya koyan İstanbul İl Başkanımıza, ilçe başkanlarımıza, kadın kollarımıza teşekkür ediyorum" metin mesajı. "Cumhur İttifakı'nın diğer kanadı Milliyetçi Hareket Partisi İl Başkanı'na, Ülkü Ocaklarına, Kadın Kolları teşkilatlarına ve bu sonucun elde edilmesinde emeği geçen bütün hemşehrilerime yürekten teşekkür ediyorum. Sonuçlar İstanbulumuz için, ülkemiz için hayırlı, uğurlu olsun" metin mesajı yer almaktadır.

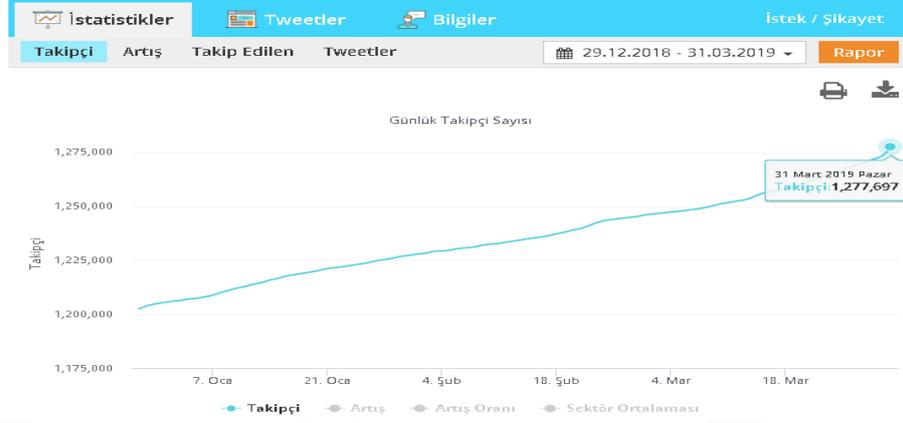
31 Mart 2019 Yerel Seçimlerin yapıldığı gün tweet içerikleri incelendiğinde, İstanbul seçimlerinde seçim sonuçlarının resmi açıklaması yapılmamasına rağmen, Yüksek Seçim Kurulu'ndan ve Anadolu Ajansından veri akışının gelmediği süreçleri kapsayan zamanlarda Cumhur İttifak'ı adayı Binali Yıldırım için İstanbul İl Başkanlığı'nın kazanılması ve bu zaferin kutlanmasının söz konusu olduğu görülmektedir.

3.2.2 Adaylığını Açıkladığı Günden 31 Mart Tarihine Kadar Ki 3 Aylık Dönemde Genel Twitter İncelemesi

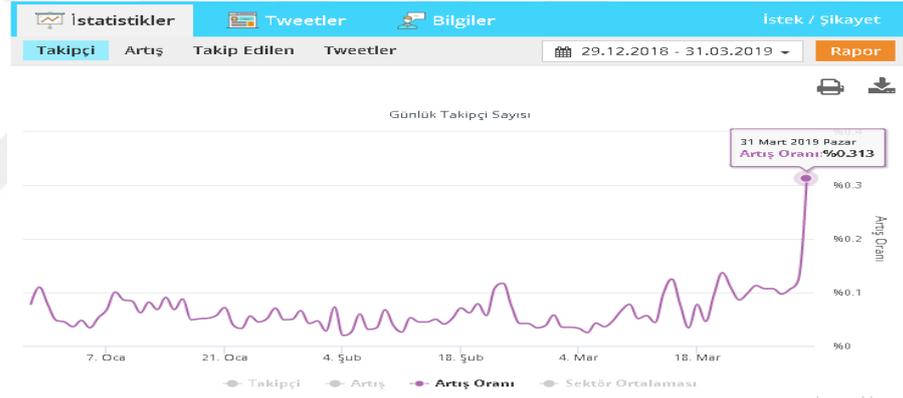
3.2.2.1 Takipçi Sayısı

29 Aralık 2018 tarihi, Binali Yıldırım'ın 2019 Yerel Seçimleri için adaylığını açıkladığı tarih ve 31 Mart Yerel Seçimlerin yapıldığı tarihe kadar takipçi sayısının düzenli olarak arttığını aşağıdaki grafikteki soldan sağa yükselmekte olan açık mavi çizgiden görünmektedir. 29 Aralık'da 1.202.606 takipçisi varken 31 Mart günü bu sayı 1.277.697 yükselmiştir. Takipçi artış oranına baktığımızda ise, başlangıç ve bitiş tarihleri arasında göze batan bir oranın olmadığı görülür. Binali Yıldırım'ın takipçi sayısının sektör ortalamasına göre fazla olarak başlamış fakat son gün olan 31 Mart günü belirgin bir yükseliş oranının olmadığı görülür. Sektör ortalaması olarak gösterilen takipçi sayı 170 Bin'lerde iken Yıldırım'ın takipçi sayısı 1.200.606 olarak belirgin farkla başladığı fakat 31 Mart günü takipçi artış oranı'nın %0.313 olduğu aşağıdaki grafiklerde görülmektedir.

Binali Yıldırım'ın Takipçi sayısı, 29 Aralık 2018 tarihinde 1.202.606 iken 31 Mart 2019'da 1.277.697 olduğunu gösteren günlük takipçi sayısı istatistiği:

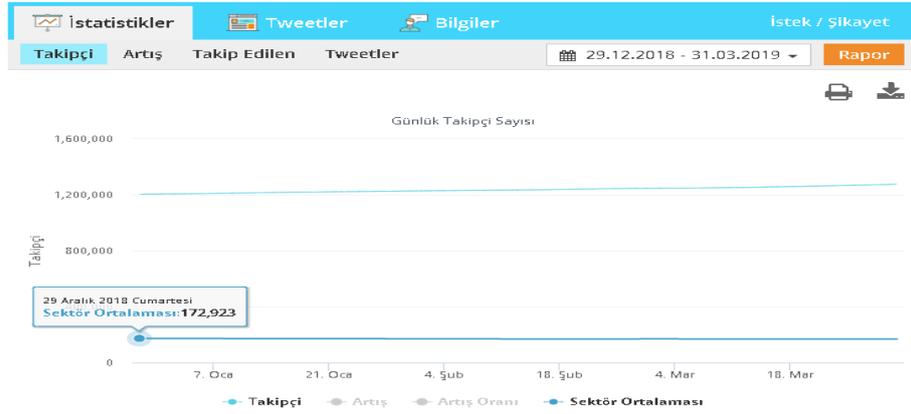


Görsel 64: Binali Yıldırım hesabının günlük takipçi sayısı artış oranı



Görsel 65: Günlük Takipçi Sayısı Artışı Sektör Ortalaması

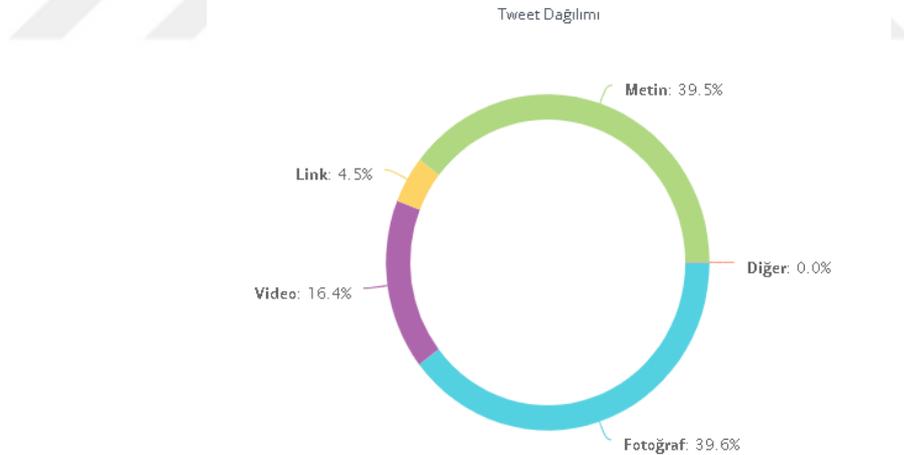
Binali Yıldırım'ın twitter takipçi sayısı ve sektörün ortalaması (üste ki çizgi Binali Yıldırım takipçi sayısını gösterirken altta ki çizgi sektör ortalamasını göstermektedir):



Görsel 66: Binali Yıldırım hesabının günlük takipçi sayısı artış oranı

3.2.2.2. Günlük Etkileşim

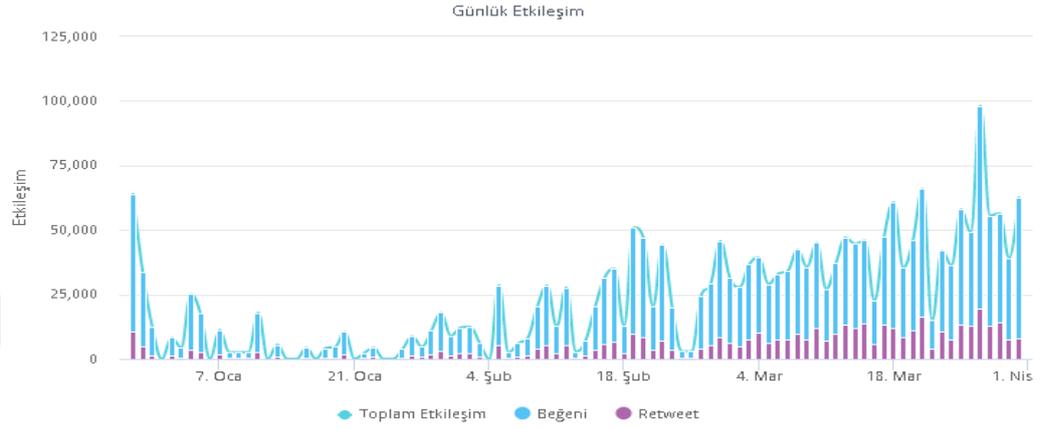
3 Aylık süre boyunca paylaşılan tweetlerin yüzdelerle dağılımına baktığımızda; bunların % 39.6 sinin fotoğraf, % 39.5 metin, % 16.4 video ve % 4.5'i nin link özellikle olduğu aşağıda görülmektedir.



Görsel 67: Binali Yıldırım hesabının günlük etkileşim oranları

Günlük etkileşim oranlarına bakıldığında, en düşük sayı 22 Ocak 2019 tarihindedir. Bu tarihte sadece 1 fotoğraf paylaşılmış, günün sonunda ise bu tweet 1.911 beğeni, 348 retweet olarak 2.259 etkileşim gerçekleşmiştir. Bu 3 aylık süreçte hiç paylaşımında bulunmadığı gün sayısı 10 olup: 1 Ocak 2019, 6 Ocak 2019, 12 Ocak 2019,

14 Ocak 2019, 15 Ocak 2019, 17 Ocak 2019, 21 Ocak 2019, 24 Ocak 2019, 25 Ocak 2109 ve 4 Şubat 2019 tarihleridir.Bu günler dışında seçim çalışmaları boyunca twitter’ı etkin bir şekilde kullandığı aşağıda bulunan Binali Yıldırım’ın günlük twitter etkileşim grafiğine bakarak da söylenebilir.



Görsel 68: Binali Yıldırım hesabının günlük twitter etkileşim grafiği

3.2.2.2 En Çok Beğeni Alanlar

1.) 27 Mart 2019: “Gelin hep birlikte İstanbul için aşkla, şevkle çalışmaya devam edelim..” metin yazısıyla birlikte yer alan reklam filmi, en beğeni ve etkileşim alan tweet’i olduğu görülür. Tweet’in 36.365 beğeni ve 5.294 retweet aldığı görülmektedir.



Görsel 69: Binali Yıldırım hesabının en çok beğenilen tweeti

2.) 18 Mart 2019: “Yedi düvele karşı savaşan yüce milletimizin destanı... Başta Gazi Mustafa Kemal Atatürk ve silah arkadaşları olmak üzere tüm şehitlerimizi ve ebediyete intikal eden kahraman gazilerimizi rahmetle ve minnetle yâd ediyoruz” metin mesajıyla birlikte Çanakkale Zaferi’ni anmak için hazırlanmış olan video’nun, #ÇanakkaleZaferi etiketiyle paylaşımının yer aldığı tweet en çok beğeni alan ikinci tweet olduğu görülür. Tweet’in, 27.544 beğeni ve 3.488 retweet aldığı görülür.



Görsel 70: Binali Yıldırım hesabının en çok beğenilen ikinci tweeti

3.) 28 Mart 2019: “#İstanbul; samimi, dürüst, çalışkan Başkanı’nı bekliyor” yazılı metin mesajıyla birlikte Yıldırım’ın, şimdiye kadar basına yansıyan espirili anlarından oluşturulan videosu’nun #YILDIRIMhızıylaDEVAM etiketleriyle paylaşılan

tweet'i nin, üçüncü en çok beğeni toplayan tweet'i olduğu görülmektedir. Tweet'in 18.124 beğeni ve 3.480 retweet aldığı görülür.



Görsel 71: Binali Yıldırım hesabının en çok beğenilen üçüncü tweeti

4.) 9 Mart 2019: “Gençler, PUBG'de yeniyim. Çok hızlı loot'lamayın, biraz da bana bırakın” metin mesajıyla birlikte, Binali Yıldırım'ın E-oyun Turnvası etkinliğinde oyun masasında geçen bir kesit'i nin verildiği video, en beğenilen dördüncü tweet olduğu görülür. Tweet' in 15.131 beğeni ve 2.901 retweet aldığı görülmektedir.



Görsel 72: Binali Yıldırım hesabının en çok beğenilen dördüncü tweeti

5.) 29 Aralık 2018: Binali Yıldırım'ın İstanbul Belediye Başkan Adaylığı'nı “Son Başbakanımız, 28. Meclis Başkanımız Sn. Binali Yıldırım, Cumhurbaşkanımız @RT_Erdogan'ın teveccühleriyle 2019 Mahalli İdareler Seçimi'nde AK Parti İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayı olarak belirlenmiştir. Vatanımıza ve milletimize

hayırlı olsun” metin mesajını #ÖnceMillatÖnceMemleket etiketiyle birlikte duyurduğu ilk tweet’ nin en çok beğeni alan beşinci paylaşımı olduğu görülmektedir. Tweet’in 12.662 beğeni ve 2.345 retweet aldığı görülür.



Görsel 73: Binali Yıldırım hesabının en çok beğenilen beşinci tweeti

3.2.3 29.12.2018 – 31.03.2019 Tarihlerinde Twitter Hesabı Üzerinden Yürüttüğü Seçim Çalışmaları

3.2.3.1 Seçim Vaatleri

- İstanbul'da ulaşım sorununu; raylı sistemleri artırmanın yanında, farklı ulaşım alternatifleri arasında entegrasyon ve akıllı sistemlerle iyileştirme sağlayarak rahatlatma.
- İstanbul'un derelerinin etrafında yeni yeşil alanlar oluşturarak ve yeni millet bahçelerini milletimizin istifadesine sunarak kişi başına düşen yeşil alanı 10 metrekarenin üzerine çıkarma.
- İstanbul'u yapay zekânın merkezi yaparak hem Türkiye'yi geleceğe taşıma.
- İstanbul'un her yerinde ikamet ettiğiniz evden herhangi bir yöne doğru 750 metre mesafede toplu ulaşım erişme imkanını vaati.
- İstanbul 4.0 projesiyle İstanbul'u teknolojik araçlarla yönetme, 7/24 interaktif trafik yönetimi sağlama ve İstanbul'un altyapısını kullanarak İstanbul'a katma değer sağlayacak hizmetler yapma sözü.

- “#Yeşilİstanbul” etiketlemesiyle, dere yataklarının, şehirle doğanın kaynaşma merkezleri olacak vaati’nin tanıtım videosuyla verilmesi.
- Atatürk Havalimanı’nı millet bahçesine dönüştürme.
- “#Üretenİstanbul” etiketlemesiyle, kurulacak gıda üsleri ile hem fiyatları düşürecek hem de üretici ile perakendeciyi buluşturma sözü.
- #Yeşilİstanbul etiketlemesiyle, toplam 55.5 milyon m2 yeni yeşil alanı ile tüm İstanbullulara kaliteli bir yaşam sunma sözü.
- #Yeşilİstanbul'da projesi ile Haliç, kesintisiz kıyı şeridiyle İstanbulluların huzur merkezi olacak sözü.
- #Yeşilİstanbul projesi ile 200 metre mesafede parka ulaşamayan kalmayacak sözü.
- #Yeşilİstanbul projesi ile, şehir teraslarının İstanbullu'nun huzuru olacak sözü.
- #Yeşilİstanbul projesiyle, Bakırköy'den Arnavutköy'e uzanan Ayamama Koridoru İstanbulluların huzur merkezi olacak sözü.
- #Yeşilİstanbul ile İstanbullular'ın Hacıosman Kent Ormanı'nda doğa ile kucaklaşması sözü.
- Ormanlardan denize inişi ve yeşil alanlara ulaşımı sağlama. Maltepe'de iki adet yeşil koridor oluşturarak 60 km'yi bulan bu koridorlarla dereleri ihya edip çevresinde yürüyüş yolları ve bisiklet yolları oluşturma sözü.
- Silivri'nin ciddi sorunlarından birisi de otopark sorunu olduğunun söylenmesi bu soruna karşılık; ilçenin 10 farklı yerine 1770 araçlık otopark yapma ve sokaklara park eden araçların bu otoparkları kullanmasıyla yolların işgalini azaltılacağı sözü.
- “Silivri Çiçek Merkezi’ni kuracağız. İstanbul’u süsleyecek çiçekler Silivri’den gidecek. 4 bin kişi orada iş ve aş sahibi olacak” sözü.
- “#Çevreciİstanbul” projesiyle, atıkların Eyüp - Kısırmandıra Biyometanizasyon Merkezi’nde enerjiye dönüştürme sözü.
- "Çekmeköy metrosu bitti ama iş bitmedi" sözü ile bu metronun; Yenidoğan'a, Güngören'e, Şehir Hastanesi'ne, Sancaktepe'ye ve Taşdelen'den geçip Sultanbeyli'ye kadar ulaşması sözü.

- “ İstanbul'un en büyük sorunu otoparktır. Yolların yüzde 40'ı otopark olarak kullanılıyor, araçlara yer kalmıyor. Trafığın tıkanma sebeplerinden biri de bu. Bu yollardaki araçları otoparklara çekmemiz lazım” diyerek; 5 yılda 243 bin kapasiteli otopark yapma sözü.
- "İstanbul'un yeşil alan miktarını 55 milyon metrekare arttıracamız. Silivri'den Tuzlaya kadar 20 tane yeşil vadi yaparak yeşille maviyi buluşturacağız. Dikey koridorları hem şehrin yeşil alanları, hem de insanların yürüme alanları yapacağız” vaati.
- Arnavutköy' de sanat ve kültür faaliyetlerini arttırmak için “film platosu” yapma sözü.
- Zeytinburnu toplu taşımada rahatlığı sağlamak için Çırpıcı ve Kazlıçeşme'ye aktarma merkezi kurma sözü.
- Ortaya koyulacak projelerle 500 bin İstanbulluya iş imkanı sağlama ve girişimciliği, özel sektörü, üretimi teşvik etme sözü.
- Gelecek 5 yıl içinde raylı sistem uzunluğu 170 km'den 518 km'ye çıkacak. Raylı sistemle taşınan yolcu oranı yüzde 48'e çıkartma sözü.
- #Kolayİstanbul etiketlemesi kullanılarak: "Metrobüsler kapasitenin üstünde çalışıyor. Otonom metro sistemiyle kapasiteyi yüzde 50 artıracamız. 18 metrelik araçları 24 metreye çıkaracağız. Araçlar bluetooth teknolojisiyle haberleşecek, gecikme veya yığılmalar olmayacak”sözü.
- Ambarlı'dan Pendik'e Ro-Ro taşımacılığı kurma sözü.
- Esenler Otogarı'nın kaldırılacağı ve Yeni Havalimanı yakınlarına iki, Tuzla'ya da bir adet olmak üzere uydu denilen üç tane otogar yapılacağı sözü.
- Silivri'den Tuzla'ya, “179 km olan bisiklet yolu mesafesini 1086 km'ye çıkaracağız. Bisiklet yolları ağırlıklı olarak topoğrafyanın uygun olduğu yerlerde yapılacak” sözü.
- Atık ayrıştırma projesiyle elde edilen gelirler ile, İstanbul Kart'ta öğrencilere indirim olarak yansıtılacağı sözü. İlk etapta bu indirimin yüzde 31 olması ve zamanla yüzde 60'ı bulabileceği sözü.

- “Ulaşım Asistanı” ile “Yola çıkarken; nereye, nasıl, hangi araçla daha kolay ve daha düşük maliyetle gideceğinizin bilgisi akıllı telefonlarınıza gelecek ve 7/24 interaktif çalışan sistem sayesinde #Kolayİstanbul'u yaşayabileceksiniz” sözü.
- “1899 Sultan Abdülhamit'in yaptırdığı Şişli Etfal Hastanesi'ni aslına uygun olarak ihya edecek, Hamidiye Etfal Sağlık Merkezi Çocuk ve Sağlık Bilimleri Parkı haline getireceğiz. 200 yataklı hastaneye ek, Abdülhamit dönemine ait sergi ve anlatımların olacağı bir müze yapacağız” sözü.
- Şişli Nikah Salonunun artık yetersiz gelmesinden dolayı buraynın yeni baştan ele alınması ve yeni bir nikah salonu inşa etme ve salonun altına çok katlı otopark yapma sözü.
- Kuştepe'ye gençlik külliyesi kurma sözü.
- Başakşehir - Kayaşehir Metro Hattı ile Ataköy - Kayaşehir arası 44.5 dakika olacağı sözü.
- Şile'nin İstanbul'un organik tarım merkezi olması ve burada yetişecek ürünlerin, Anadolu gıda üssüyle İstanbullulara iletileceği sözü.
- Ada içindeki ulaşımın, elektrikli faytonlarla sağlanmasıyla “Ada'daki atları fayton eziyetinden kurtarma” sözüyle birlikte:"Adalar'a 20 km yeni bisiklet yolu yapacağız. Adaya olan tarifeli sefer sayılarını artırıp Adalar-Bakırköy hattını tekrar kuracağız. Büyükada'da Maden Mahallesi'ne; 150 kişilik tribün, 250 kişilik konferans salonu, basketbol sahası ve stüdyonun bulunacağı spor tesisi yapacağız" vaadlerinin verilmesi.
- "Kanuni Sultan Süleyman Köprüsü'nü restore edip çevresindeki sahili düzenleyeceğiz. Toplamda 62,5 km bisiklet yolu yapacağız. İstanbul'un en harika sahil şeridini burada hayata geçireceğiz. Hem spor tesisleri hem de gençlik merkezi açacağız” sözü.
- Otizm Eğitim ve Uygulama Merkezi ile İşitme Engelli Eğitim Meslek Lisesi kurma sözü.
- “Silivri Jeotermal Sağlık Kampüsü” ile bölgeye istihdam sağlama sözü.
- “Otopark Master Plan” projesiyle mevcut araç kapasitesi %30 arttırma sözü.
- “Sancaktepe Akıllı Kent ve Afet Yönetim Merkezi” ile İstanbul'un kriz yönetim kabiliyetinin arttırılması sözü.

- “Büyük Gıda Üssü” projesiyle: "İstanbul'un sebze, meyve, bakliyat ve her türlü deniz ürünü buradan çıkacak. Hale gelen araçlar şehir içine girmeyecek. Üretici burada olacak, fiyatlara istikrar gelecek. İnsanımız hem iş sahibi olacak hem de Anadolu Yakası'nın ihtiyacı buradan karşılanacak" sözü.
- “Biyoteknoloji Vadisi" projesiyle: “İthal edilen ilaç ve aşlarımız burada üretilecek. Toplam 160 şirket imalat ve AR-GE faaliyetlerinde bulunacak. 20 bin kişiye doğrudan, 30 bin kişiye dolaylı olarak istihdam sağlanacak" sözü.
- "5 yılda İstanbul'da en az 500 bin gencimize iş imkanı sağlayacağız. Kuracağımız teknoloji üssünde, büyük veri havuzunu kullanarak İstanbul akıllı şehir yönetiminde bizlere destek olacaksınız” sözü.
- Her gün toplanan 30 milyondan fazla verinin analiz edilmesi ve sonuçlandırılması için yeni dönemde “Gençlerimize çok ihtiyacımız olacak. Bayrampaşa'da kuracağımız yapay zeka merkezinde fikirlerinizi ortaya koyacak, biz de size 500 milyon lira destek vereceğiz” sözü.
- "Belediyeye ait spor salonları öğrencilere bedava olacak. Salonlara gelen öğrenciler, öğrenci kartını gösterecek ve sporunu yapacak” sözü.
- “İstanbul'un gecesini de gündüz gibi bir hale getireceğiz. İstanbul kendi enerjisini kendi üretecek. %60'a kadar kendi elektriğini karşılayacak. Ayrıca 2 yıl içerisinde şehrin birçok yerinde Wifi erişimi ücretsiz olacak" sözü.
- “İstanbul'daki 961 mahallenin 300'ünde kreş yok. Her mahallede mutlaka en az bir tane kreş olacak. Gaziosmanpaşa da dahil olmak üzere toplam 955 kreş yapacağız" sözü.
- “Bundan sonra yapılacak binalar, ruhsuz çok katlı binalar olmayacak; yeşil alanı, sosyal mekanları, ibadethanelerinin yer alacağı yatay mimari şeklinde düzenlenecek" sözü.
- "Gençlik merkezlerinin sayılarını artıracamız ve bu merkezleri öğrencilere ücretsiz yapacağız. Her türlü spor, kültürel ve sosyal faaliyet burada mevcut olacak. Metrolarda küçük kütüphaneler kuracağız. İstanbul Kart ile kitabı alıp başka bir durakta bırakabileceksiniz” sözü.

- Özel tiyatroların salon problemlerine karşı: “Mayıs ve ekim aylarında Belediyenin 11 tiyatro salonunu özel tiyatrolara kullanıdacağız. Yılın diğer ayları da uygun olan gün ve saatlerde bu sahneleri kullanmalarına imkan tanıyacağız” sözü.
- "İstanbul'da 39 ilçede mutlaka 7/24 açık bir kütüphane olacak. Ayrıca Rami Kışlası'nı kütüphaneye dönüştüreceğiz ve burası 7 milyon kitaba ev sahipliği yapacak. Atatürk Kitaplığı'nı Gümüşsuyu Hastanesi ile birleştirip Şehir Kütüphanesi adıyla açacağız” gibi vaatlerin verildiği görülmektedir.

3.2.4 Seçim Çalışmaları Boyunca Twitter Üzerindeki Paylaşımlar Dikkate Alınarak Yapılan Kelime Analiz Çalışması

Bu bölümde Binali Yıldırım'ın adaylığını açıkladığı 29.12.2018 tarihinden 2019 Yerel Seçimlerin yapıldığı 31.03.2019 tarihleri arasındaki twitter paylaşımları dikkate alınarak bir kelime analiz çalışması yapılacaktır.

Binali Yıldırım'ın Twitter hesabına Nvivo 12 Plus programı yoluyla içerik taraması yapıldığında ortaya aşağıdaki gibi kelime bulutları çıkmaktadır. Buradaki kelime bulutları, Yıldırım'ın 29.12.2018–31.03.2019 tarihleri arasında twitter paylaşımlarında en çok kullandığı kelimeleri göstermektedir. Kelime bulutlarına 2019, twitter, için ve http gibi kelimelerin bir anlam ifade etmeyeceği ve twitter paylaşımlarında yer aldıkları için çalışmanın daha net olması yönünden dahil edilmemiştir. Kelime bulutu içinde en çok kullanılan kelimeler büyük puntuyla gösterilirken, kullanım miktarı azaldıkça kelimelerin puntosu da küçülmektedir. Buradaki kelimelerin ortak özelliği hepsinin 1'den fazla kullanılmış olmasıdır.



Görsel 74: Nvivo 12 Plus programından elde edilen Binali Yıldırım kelime bulutu

Kelime bulutuna baktığımızda İstanbul kelimesinin ortada ve daha büyük puntolu olduğunu görürüz. Bunun dışında göze çarpan kelimeler; belediye, #belediyeişigönülüşi hashtag'ı, başkan, yıldırım, büyükşehir, yapacağız, cumhurbaşkanımız, yeşil, olacak, sağlayacağız, yeni, şehir, otopark, kültür, hizmet, merkezi, hayırlı gibi kelimeler olduğu görülmektedir.

Word	Length	Count	Weighted Percentage (%)	
1	Word			
2	istanbul	8	275	001
3	belediye	8	164	001
4	başkan	6	146	000
5	daha	4	145	000
6	#belediyeişigönülüşi	20	126	000
7	binali	6	125	000
8	yıldırım	8	125	000
9	adayımız	8	115	000
10	araya	5	115	000
11	istanbul'un	11	98	000
12	büyük	5	95	000
13	olacak	6	95	000
14	büyükşehir	10	88	000
15	yapacağız	9	86	000
16	merkezi	7	82	000
17	geldik	6	79	000
18	parti	5	78	000
19	olsun	5	69	000
20	hizmet	6	65	000
21	yeni	4	64	000
22	birlikte	8	60	000
23	bütün	5	59	000

Görsel 75: Nvivo 12 Plus programından elde edilen Binali Yıldırım kelime listesi

Kullanılan kelimelerin verilerine bakıldığında, Binali Yıldırım'ın 29.12.2018 – 31.03.2019 tarihleri arasında 1' den fazla kullandığı kelime sayısının 2869 olduğu görülür. En sık kullandığı kelimeler: 275 kere "İstanbul", 164 kere "belediye", 146 kere

“başkan”, 145 kere “daha”, 126 kere “#belediyeişigönülişi” hashtag’ı, 125 kere “binali” ve “yıldırım gibi kelimelerin kullanıldığı görülmektedir.

3.3 EKREM İMAMOĞLU VE BİNALİ YILDIRIM’IN GENEL TWİTTER KARŞILAŞTIRMASI

3.3.1 Takipçi Sayıları

- Ekrem İmamoğlu ve Binali Yıldırım’ın 2019 Yerel Seçimleri için adaylığını açıkladığı tarihten, 31 Mart Yerel Seçimlerin yapıldığı tarihe kadar takipçi sayıları düzenli olarak artmıştır. Ancak ikisi arasında belirgin artış oranı vardır.

Ekrem İmamoğlu’nun 18 Aralık’da, 127.447 takipçisi varken 31 Mart gününe kadar olan üç aylık süre sonunda bu sayı; 31 Mart günü bu sayı 382.279’a yükselmiştir. Binali Yıldırımın ise adaylığını açıkladığı 29 Aralık 2018’de 1.202.606 takipçisi varken 31 Mart günü bu sayı 1.277.697 yükselmiştir.

- Adayların takipçi oranı bazında sektör ortalamaları(172.923) kıyaslandığında, Ekrem İmamoğlu bu ortalamanın altında (127. 447) başlamışken kısa süre sonra bu oranı aştığı görülürken; Binali Yıldırım zaten adaylığını açıkladığı tarihte bu oranın üzerinde (1.202.606) takipçi sayısı ile başlamıştır.

Twitter’ın sektör ortalaması olarak gösterilen sayı 172.923’dir. İmamoğlu bu ortalamanın aşağısında bir takipçi sayısı ile başlamasına rağmen; 29 Aralık 2018 tarihinde bu oranı aştığı görülür ve bu tarihten itibaren düzenli olarak takipçi sayısının da artırdığı görülür. Binali Yıldırım ise adaylığını açıkladığı tarihte zaten bu sektör ortalamasının çok üstünde takipçi sayısına sahiptir.

- Adayların üç aylık dönem sonundaki takipçi artış oranlarına bakıldığında, Ekrem İmamoğlu’nun takipçi artış oranı belirginken, Binali Yıldırım ise neredeyse görünmeyecek kadar az bir orana sahiptir.

Ekrem İmamoğlu’ nun 31 Mart günü takipçi bakıldığında üç aylık dönemde takipçi oranı % 20’yükselmiştir. Binali Yıldırım’ın 31 Mart günü takipçi artış oranı ise sadece %0.313’ tür.

3.3.2 Günlük Etkileşim Oranları

Adayların günlük etkileşim oranlarına bakıldığında, Ekrem İmamoğlu'nun en düşük etkileşim miktarı 26 Ocak 2019 tarihindedir. Bu tarihte 1 fotoğraf içerikli 10 video bağlantılı 11 tweet paylaşılmış, günün sonunda bu tweetler 4.463 beğeni, 6.463 retweet olarak 5.139 etkileşim gerçekleşmiştir. Bu 3 aylık süreçte hiç paylaşımda bulunmadığı gün sayısı 3 olup: 22 Aralık 2018, 5 Ocak 2019 ve 26 Ocak 2019 tarihleridir. Bu günler dışında seçim çalışmaları boyunca twitter'ı etkin bir şekilde kullanmıştır. 3 Aylık süre boyunca paylaşılan tweetlerin yüzdelik dağılımına baktığımızda genelde aile, seçim kampanyaları boyunca halkla buluşma fotoğrafları ve diğer kullandığı sosyal medya araçlarındaki (youtube ve facebook) video ağırlıklı paylaşımlar olduğu görülmüştür. Paylaşımlarının % 48.2 sinin fotoğraf, % 29.5 video, %20.1 link ve %2.2 sinin ise metin olduğu görülmüştür.

Binali Yıldırım'ın günlük etkileşim oranlarına bakıldığında ise, en düşük sayı 22 Ocak 2019 tarihindedir. Bu tarihte sadece 1 fotoğraf paylaşılmış, günün sonunda ise bu tweet 1.911 beğeni, 348 retweet olarak 2.259 etkileşim gerçekleşmiştir. Bu 3 aylık süreçte hiç paylaşımda bulunmadığı gün sayısı 10 olup: 1 Ocak 2019, 6 Ocak 2019, 12 Ocak 2019, 14 Ocak 2019, 15 Ocak 2019, 17 Ocak 2019, 21 Ocak 2019, 24 Ocak 2019, 25 Ocak 2109 ve 4 Şubat 2019 tarihleridir. Bu günler dışında seçim çalışmaları boyunca twitter'ı etkin bir şekilde kullanmıştır. 3 Aylık süre boyunca paylaşılan tweetlerin yüzdelik dağılımına baktığımızda genel içerikli (kutlama, günün önemine dair veya parti temalı) fotoğraf ve bunlarla alakalı metin içerikli paylaşımlar olduğu görülmüştür. Paylaşım içeriklerinin % 39.6 sinin fotoğraf, % 39.5 metin, % 16.4 video ve % 4.5'i nin link özellikte olduğu görülmüştür.

3.3.3 En Çok Beğeni Alan Paylaşımlar

Ekrem İmamoğlunun en çok beğeni ve etkileşim alan paylaşımı 31.03.2019 seçim gününde gerçekleşmiştir. "Kimsenin hakkını yemem, kimseye de hakkımı yedirmem. Yüksek Seçim Kurulu'nu ve Anadolu Ajansı'nı şeffaf, adil ve dürüst olmaya,

manipülasyonlara bulaşmamaya davet ediyorum. Kimse sandıklardan ayrılmayın, tüm oyların takipçiyiz” tweetiyle 116.928 beğeni, 19.719 retweet almıştır.



Görsel 76: Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğenilen tweeti

Binali Yıldırım'ın ise en çok beğeni ve etkileşim alan tweeti 27 Mart 2019 tarihinde gerçekleşmiştir. “Gelin hep birlikte İstanbul için aşkla, şevkle çalışmaya devam edelim..” metin yazısıyla birlikte yer alan reklam filmi, en beğeni ve etkileşim alan tweet'i olduğu görülür. Tweet'in 36.365 beğeni ve 5.294 retweet aldığı görülmüştür.



Görsel 77: Binali Yıldırım'ın en çok beğenilen tweeti

3.3.4 Seçim Vaatleri

Seçim süreci içerisinde parti adayların seçmene sunduğu vaatler, siyasal iletişim alanında adayların seçmeni ikna ederek desteğini almak için kullandıkları çeşitli enstrümanlardan biridir. Siyasal iletişim faaliyetlerinde bulunan siyasi parti veya adaylar projelerini ve vaatleri etkili bir enstrüman olarak sunularak seçmeni ikna etmeye çalışmaktadır (Doğan, 2017: 136). Bunlar siyasal kampanya sürecinde siyasi partilerin ve liderlerin çeşitli konular hakkındaki görüşlerinin ifade edilmesiyle birlikte ülkenin veya seçimi yapılacak olan yer'in ekonomik, sosyal, kültürel alanlara dair vaatleri ve projelerini oluşturmaktadır.

Ekrem İmamoğlu'nun seçim vaatleri incelendiğinde, Çevre ve Doğa Uyumlu Projeler, Ulaşım sorununu, megabüs ve metro hatlarıyla giderme, öğrenciye %40 ulaşım indirimi ve 50 tl aylık akbil ve burs sözü, kadın destekli projeler, çocuk destekli projeler, gençlere ulaşım indirimi (öğrenci olmasa da), emeklilikte yaşa takılmayan destek projeleri, kadın-erkek eşitliğini destekleyen projeler, sokak hayvanlarını sahiplendirme gibi halkın genelinin taleplerini kapsayan vaatler içermektedir. İmamoğlu'nun Binali Yıldırım'a göre vaatlerini oluştururken en önemli farkı; iktidarın yapamadıkları, mağduriyet yarattıkları konulara daha çok değinmesi ve bunu belirtmesidir. İktidar partisinin yönetimi boyunca, kentsel dönüşüm projelerine eğililmesi ve bu alanda bir çok insanın mağdur olması; İmamoğlu'nun bu insanları dinleyip bunun giderilmesine söz vermesi veya ekonomideki sıkıntıların giderilmesine dair iş olanakları bunlardan bazılarıdır. İktidar partisi adayı olan Binali Yıldırım için bu mağduriyetlere eleştirel bir dille eğilmek mümkün olmadığı çalışmada da görülmüştür.

Binali Yıldırım'ın, Ekrem İmamoğluna göre daha proje odaklı seçim vaatlerini yürüten bir kampanya gerçekleştirdiği görülmüştür. Yeşil İstanbul, Üreten İstanbul, Çevreci İstanbul, Kolay İstanbul etiketlemelerini sıkça kullanarak seçim vaatlerine dair projelerini anlatan paylaşımlar yapmıştır. Silivri Jeotermal Sağlık Kampüsü, Otopark Maste Plan, Biyoteknoloji Vadisi, Büyük Gıda Üssü projelerini de bunlar arasındadır. Seçim vaatlerine dair projelerini tanıtım videoları eşliğinde paylaşmıştır. Bunların dışında her iki aday da, İstanbul'un trafik sorunu gibi bir çok alandaki sorunlarda ortak vaatler paylaşmışlardır.

3.3.5 Adayların Seçim Kampanyaları Boyunca En Çok Kullandığı Kelimeler

Ekrem İmamoğlu'nun 18.12.2018 – 31.03.2019 tarihleri arasında 1' den fazla kullandığı kelime sayısının 1001 olduğu görülmüştür. En sık kullandığı kelimelerin ilk 5'i şu şekildedir:

1.#imamoğluarsaçözümvartwitter etiketlemesi en sık kullandığı kelimedir:362 kere kullanılmıştır.

2.İstanbul: 103 kere kullanılmıştır.

3.Başkan: 100 kere kullanılmıştır.

4.Adayımız: 90 kere kullanılmıştır.

5.Beraber: 66 kere kullanılmıştır.

Binali Yıldırım'ın ise, 29.12.2018 – 31.03.2019 tarihleri arasında 1' den fazla kullandığı kelime sayısının 2869 olduğu görülmüştür. En sık kullandığı kelimelerin ilk 5'i şu şekildedir:

1. İstanbul: 275 kere kullanılmıştır.

2. Belediye: 164 kere kullanılmıştır.

3. Başkan: 146 kere kullanılmıştır.

4. #belediyeişigönülüşi twitter etiketlemesi 126 kere kullanılmıştır.

5. Binali: 125 kere kullanılmıştır.

İki adayın en çok ve ortak kullandıkları kelimeler; İstanbul ve Başkan kelimeleridir. Her iki adayın amacının kelimelere yansımalarıyla gösterilen bu yöntemle adaylar için şu tespitler yapılabilir:

- Ekrem İmamoğlu, seçim kampanyasını en başından “imamoğluarsaçözümvar” söylemi üzerine kurmuştur (daha sonraki zamanlar da ‘herşeyçokgüzelolacak’söylemi de eklenmiştir). Burada ki seçim söylem projesi; seçim vaatlerinden de anlaşılacağı üzere, iktidar partisinin oluşturduğu mağduriyetleri giderme üzerine olmalıdır. Bunu, en çok kullanılan ilk beş de ki kelimeler de görüldüğü gibi(İstanbul,belediye ve aday); Belediye Belediye Başkan’ ı olarak yapacaktır. Ekrem İmamoğlu’ nun Başkan kelimesini Binali Yıldırım kadar sık kullanmadığı görülür. Bunun yerine daha çok “aday”

kelimesi kullanmıştır. Diğer önemli nokta ise twitter üzerindeki paylaşımlarını da dikkate alınarak söyleyebiliriz ki; millet ittifakı adayı olarak, seçim kampanyası süresince birleşitri bir dil ve söylem kullanmıştır. En çok kullandığı beşinci kelimesinin “beraber” olmasının sebebini de seçim süreci boyunca tweet içeriklerinde kullandığı dil ve söylem içeriğine bağlayabiliriz.

- Binali Yıldırım’ın kullandığı Twitter hesabının kurumsal bir hesap olması sebebiyle en çok kullandığı kelimelerin; “İstanbul”, “Belediye”, “Başkan”, “belediyeişigönülüşi”, “Binali” ve altıncı sırada da “Yıldırım” yer aldığı görülür. Bunun sebebi, neredeyse her tweet’in “İletişim Ofisi” aracılığıyla atıldığını; “İstanbul Belediye Başkan adayımız Binali Yıldırım açıklama yapıyor” şeklinde vurgulanarak paylaşılmasından kaynaklıdır. Bununla birlikte, Binali Yıldırım’ın kendi sözleri olduğu vurgulanan tweetler ise ; “...” şeklinde iki tırnak işaretiyle direk olarak paylaşılmıştır. Binali Yıldırım’ın, İstanbul’da Ulaştırma Bakanlığı zamanında yaptığı hizmetlere, İstanbulla çokça vurgu yaptığı için, her iki yolla tweet içerisindeki kelimeler birleşince, en çok kullandığı kelimelerin başında İstanbul, sonra Belediye sonra Başkan gelmektedir. Seçim kampanyasını boyunca ziyaret edilen ilçelerin neredeyse hepsine, oranın AKP belediye başkan adaylarıyla ziyaret ettiği için “Başkan” kelimesi her iki tweet yollama şekli birleştiğinde daha fazla oranla üçüncü sırada yer almıştır. Ayrıca yine seçim çalışmaları boyunca “belediyecilik”; “belediyenin yol, inşaat, şehircilik, ulaşım alanındaki hizmetleri ön planda tutan belediyecilik anlayışı” nı hedef alan hizmeti vurgulayarak “#belediyeişigönülüşi” hashtag’ını kullandığı için de en çok kullandığı kelmelerden biri “#belediyeişigönülüşi”dir.

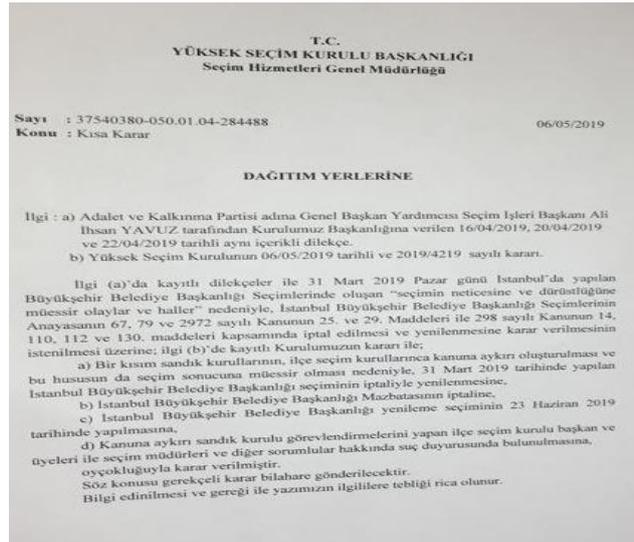
Binali Yıldırım’ın tweet içerikleri ve en çok kullandığı kelimeler dikkate alındığında; Ekrem İmamaoğlu’na göre daha kurumsal temalı içerikler kullandığı söylenilebilir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4 23 HAZİRAN 2019 İSTANBUL YEREL SEÇİMLERİNDE İTTİFAK ADAYLARININ SİYASAL İLETİŞİM ARACI OLARAK SOSYAL MEDYA KULLANIMI

4.1 EKREM İMAMOĞLU'NUN TWİTTER HESABININ İNCELENMESİ

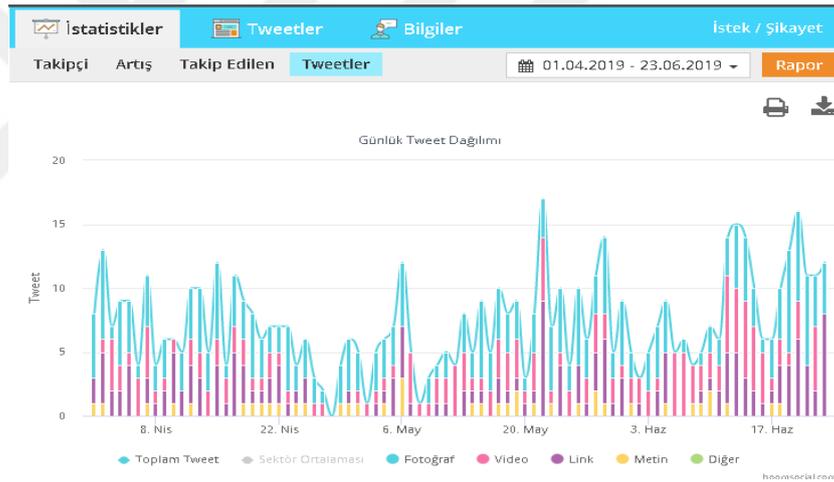
İstanbul 31 Mart Yerel Seçimlerini 13 bin 729 oy farkıyla kazanan Ekrem İmamoğlu, göreve başlamak için mazbatasını almıştır. Ancak AKP ve MHP, İstanbul Büyükşehir, Büyükçekmece ve Maltepe belediye başkanlığı seçimlerine “tam kanunsuzluk” iddiasıyla itirazda bulunmuştur. Bu itirazın ardından, YSK, beş saat süren toplantının ardından, 07.05.2019 tarihinde yani; yaklaşık seçim sonuçlarından bir buçuk ay sonra basına, seçimlerin 23 Haziran 2019 tarihinde sadece İstanbul Büyük Şehir Belediye özelinde yenilenmesi gerektiği kararını bildirmiştir(www.hurriyet.com).



Görsel 78 31 Mart 2019 İstanbul seçimlerinin iptaline ilişkin YSK kısa kararı.

YSK'nın bu kararı, ülke genelinde tepkilere ve tartışmalara sebep olmuştur. İmamoğlu YSK'nın yukarıdaki görseli bulunan iptal kararının ardından mazbatasını bırakmak zorunda kalmıştır. Böylelikle İstanbul için seçim süreci, 6 Mayıs 2019 tarihinden 23 Haziran 2019 tarihine kadar tekrar başlamıştır. Bu sebeple çalışmada ele alınan adayların twitter hesaplarındaki yeni seçim çalışmaları da; 6 Mayıs 2019-23 Haziran 2019 tarihleri arasında kapsayacaktır.

4.1.1 “Millet İttifakı” Adayı Ekrem İmamoğlu'nun 6 Mayıs 2019 – 23 Haziran 2019 Tarihleri Arasında En Çok Paylaşımında Bulunduğu Günler Üzerinden Yapılan İçerik İncelemesi



Görsel 791 Nisan-23 Haziran 2019 Ekrem İmamoğlu Günlük Tweet Dağılım İstatistiği

Yukarıdaki grafiklere bakıldığında, İmamoğlu'nun 31 Mart seçimlerinin ardından 23 Haziran tarihine kadar ki tweet dağılımını görürüz. Buradagünlük ortalama 8, en fazla 17, en az 1 tane ve sadece 1 gün olarak; 28 Nisan günü hiç paylaşımında bulunmadığını görülmektedir. Paylaşılan tweetlerin çoğunluğu fotoğraf, daha sonra video içeriklidir. En az paylaşımında bulunduğu tweetlerin ise metin içerikli olduğu görülür. O ile 17 arasında günlük tweet sayısı bulunmaktadır.

Ancak çalışmamız seçim çalışmalarını ele aldığı için ve bu yeni seçim süreci YSK'nın iptal kararıyla birlikte 6 Mayıs 2019 tarihinden itibaren başladığı için;

paylaşılan ve değerlendirmesi yapılacak olan tweetler için tarih aralığı 6 Mayıs 2019 - 23 Haziran 2019 olacaktır.

Yukarıdaki grafiğe baktığımızda, İmamoğlu'nun 31 Mart seçimlerinin ardından 23 Haziran tarihine kadar ki tweet dağılımını görürüz. Burada günlük ortalama 8, en fazla 17, en az 1 tane ve sadece 1 gün olarak; 28 Nisan günü hiç paylaşımda bulunmadığını görülmektedir. Paylaşılan tweetlerin çoğunluğu fotoğraf, daha sonra video içeriklidir. En az paylaşımda bulunduğu tweetlerin ise metin içerikli olduğu görülür. O ile 17 arasında günlük tweet sayısı bulunmaktadır.

Ancak çalışmamız seçim çalışmalarını ele aldığı için ve bu yeni seçim süreci YSK'nın iptal kararıyla birlikte 6 Mayıs 2019 tarihinden itibaren başladığı için; paylaşılan ve değerlendirmesi yapılacak olan tweetler için tarih aralığı 6 Mayıs 2019 - 23 Haziran 2019 olacaktır.

Bundan sonraki adımımız yukarıdaki günlük tweet paylaşımının gösterildiği grafikte bir önceki günlerdeki tweet sayısını geçen eğrilerdeki günlerin paylaşım, beğeni ve etkileşim sayısı ele alarak tweet içeriklerini incelemek olacaktır. Araştırmaya alınacak tarihler için grafiğe bakıldığında, 6 Mayıs tarihindeki tweet sayısını geçen günler olarak 12 ve üstü paylaşımın yapıldığı günler olarak belirlenen 6 Mayıs, 22 Mayıs 2019, 29 Mayıs 2019, 12 Haziran 2019, 13 Haziran 2019, 14 Haziran 2019, 19 Haziran 2019 ve 20 Haziran 2019 tarihleridir. Bu günler dışında, 31 Mart yerel seçimlerinde İstanbul sonuçlarının netleştiği tarih olan 1 Nisan ve yeni seçim tarihi olan 23 Haziran 2019 tarihleri ayrıca ele alınmıştır.

1 Nisan : Ekrem İmamoğlu Kazandı

1 Nisan 2019 tarihine baktığımızda, İmamoğlu'nun takipçi sayısının 31 Mart tarihi olan bir önceki güne göre belirgin bir farkla yükseldiği görülür. 31 Mart seçim günü takipçi sayısı 382.279 iken 1 Nisan'da 923.625 olduğu görülür. Bu tarihte 4 tweet paylaşıldığı görülür. Bunlar seçim sonucuna dair içerikler içermektedir. İlk atılan tweet; İmamoğlu'nun seçim sonucunu kazandığını YSK açıklamasıyla resmiyete kavuşmasını duyurması ve bunun için *#BirlikteKazandık* etiketlemesiyle, tüm İstanbullulara teşekkür mesajı olduğu görülür. Bu paylaşımı 69.390 kişiden Retweet ve 320.032 kişiden beğeni olarak; şu ana kadar ki en fazla beğeni ve etkileşim aldığı paylaşım olduğu görülür.

Aynı zamanda bu paylaşımın 12 bin kişi tarafından etkileşim imkanı veren cevaplama seçeneği kullanılarak tweet'e yorum yapıldığını da görürüz.



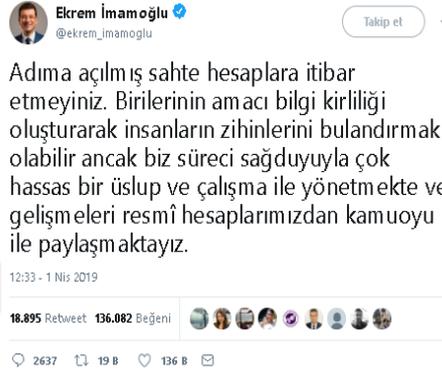
Görsel 80 Ekrem İmamoğlu'nun İstanbul Belediye Başkanlığı YSK verilerine dayanarak açıkladığı ve teşekkür ettiği ilk tweet

1 Nisan'daki sonraki tweet; İmamoğlunun seçim sonucuna dair değerlendirme ve teşekkür içermektedir: "Bu seçimin kazananı 16 milyon İstanbulludur, bir an önce bu şehre hizmet etmeye başlamak istiyoruz" mesajı #BirlikteKazandık etiketlemesiyle birlikte paylaşılmıştır. Tweet 14.659 retweet alarak, 143.734 beğeni almış ve 5247 kişi mesaja yanıtlama hakkını kullanarak etkileşimde bulunmuştur.



Görsel 81 Ekrem İmamoğlu'nun 1.04.2019 tarihinde attığı ikinci tweet

Diğer paylaşımında ise, İmamoğlu'nun adına açılmış sahte hesaplara karşı takipçilerini uyardığı ve itibar edilmemesi gerektiğini belirtirken de halkı sağduyuya çağırdığı görülür. Sadece metin içerikli bir tweet olduğu dikkat çekmektedir. Bu tweet, 18.895 kişi retweet yaparak, 136.082 kişi beğeni almıştır. Bu içerik 2637 kişinin yanıtı hakkıyla etkileşime girdiği görülmektedir.



Görsel 82: Ekrem İmamoğlu'nun 01.04.2019 tarihinde attığı üçüncü tweet

İmamoğlu'nun 1 Nisan'daki son tweet'i ise; İstanbul CHP İl Başkan'ı Canan Kaftancı ile birlikte yaptığı basın açıklaması olduğu görülür. Seçim sonucuna dair sonuçların ıslak imzalarla kontrol altında tutulduğunu bildirmekte ve oy çuvallarının bulunduğu alanların terk edilmemesi gerektiği bildirmekte ve dileyen herkesi de bu konuda destek olmaya davet ettiği görülür. Bu paylaşım, 17.583 kişiden retweet, 111.055 kişiden beğeni alırken; aynı paylaşım üzerinden 3857 cevaplama hakkının kullanıldığı görülmektedir.

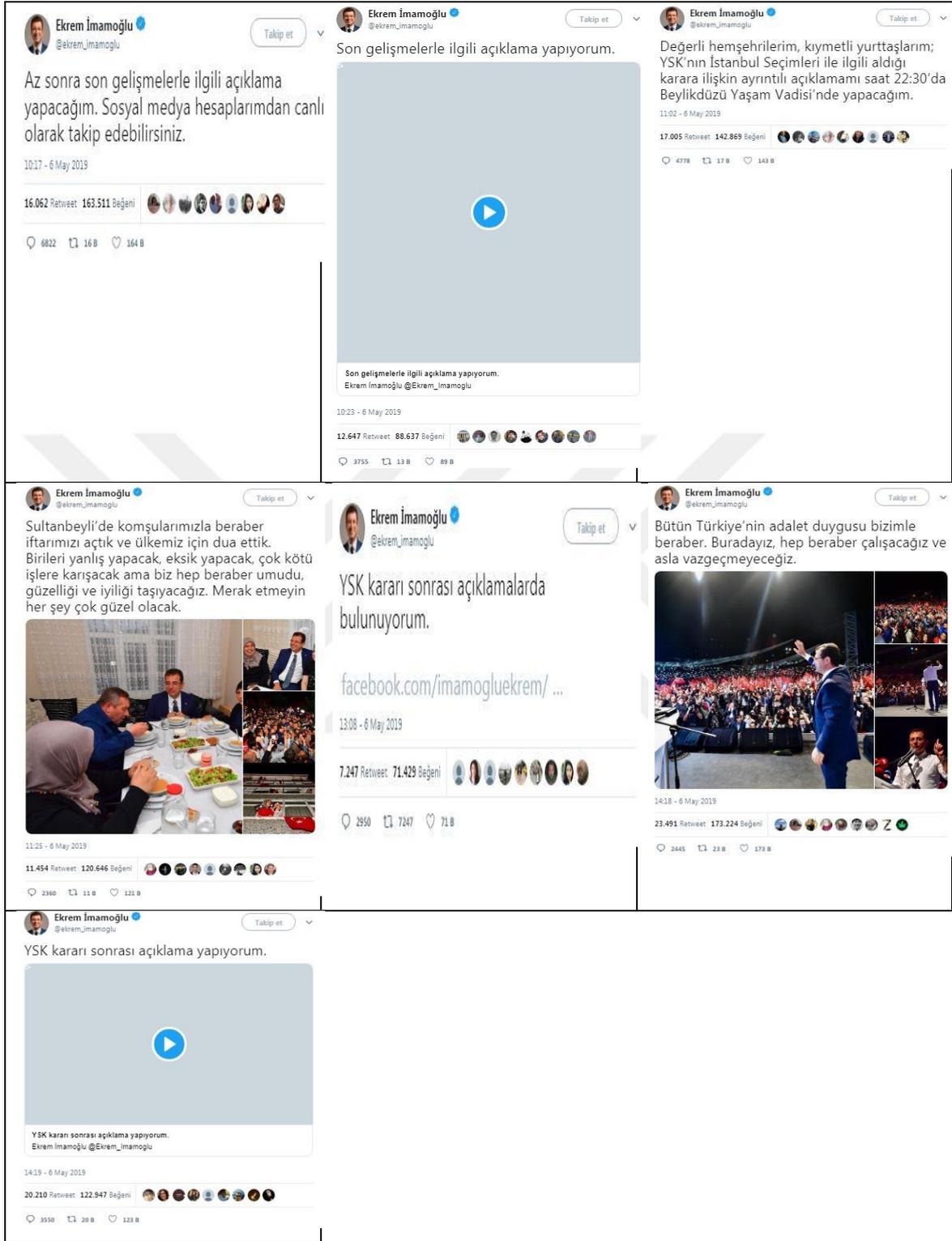


Görsel 83 Ekrem İmamoğlu'nun 01.04.2019 tarihinde attığı dördüncü tweet

İmamoğlu'nun, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığını kazandığını duyurduğu gün olan 01.04.2019 tarihinde, 1 metin, 2 fotoğraf, 1 link içerikli olmak üzere toplamda 4 tweet attığı görülmektedir. Bunlar arasında en çok beğeniyi ve etkileşimi alan tweet; resmi olmayan seçim sonuçlarının, YSK'nın sonuçlarıyla örtüşerek Belediye Başkanlığı'nın artık resmiyet kazanması ve bunun için tüm İstanbullulara teşekkür ettiği, 1 Nisan da atılan ilk tweet paylaşımı olduğu görülmektedir.

6 Mayıs 2019: YSK'nın Seçim İptali Kararı





Görsel 84: Ekrem İmamoğlu'nun 06.05.2019 tarihinde attığı tweetler

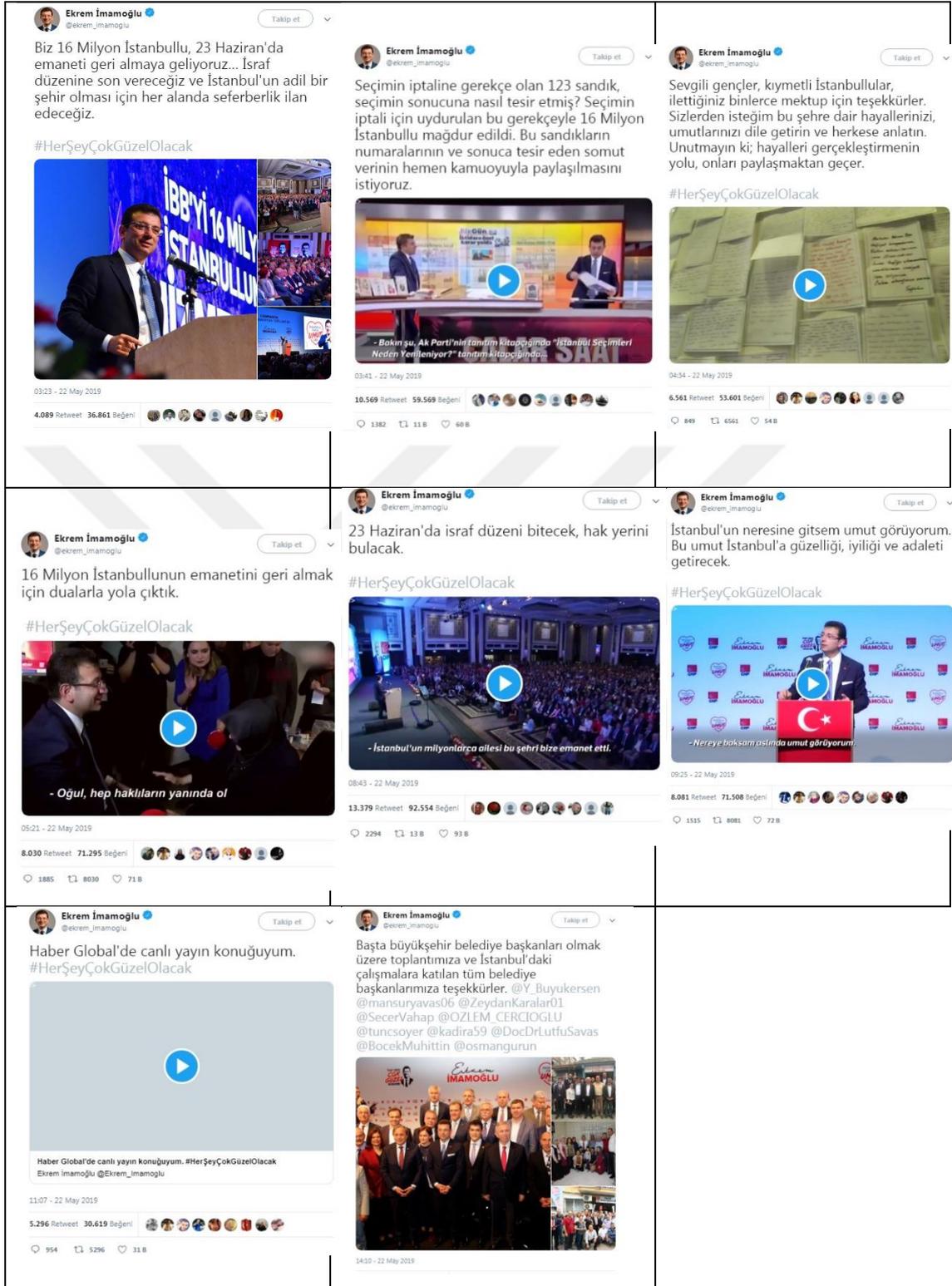
6 Mayıs 2019 tarihinde İmamoğlu'nun takipçi sayısı 2.031.320' ye yükselmiştir. 1 Nisan'daki takipçi sayısının 923.625 olduğu düşünülürse 1 aylık süre içerisinde İmamoğlu takipçi sayısını iki katından fazla yükseldiği görülmektedir. 6 Mayıs'daki etkileşim değerlerine bakıldığında, günlük 1.379.697 beğeni, 167.034 retweet olarak toplamda 1.546.731 etkileşim gerçekleştiği görülür. En çok etkileşim alan paylaşımı ise 293.710 beğeni ve 57.622 retweet miktarıyla; “Yolumuz uzun, heyecanımız yüksek, gençliğimiz var. Biz adalete susamış, demokrasiye inancı tam, Türk gençliğiyiz. Ve de asla vazgeçmeyeceğiz!” videosudur. 6 Mayıs tarihli paylaşımlarda toplamda 2 adet #HayırlıRamazanlar ve 4 adet #HerŞeyÇokGüzelOlacak etiketlemeleri kullanıldığı görülmektedir.

6 Mayıs 2019 Tweet içeriklerine baktığımızda, #HayırlıRamazanlar etiketlemesiyle, Eminönü' de ramazan alışverişi videosu, #HayırlıRamazanlar etiketlemesiyle, Eminönü ramazan alışverişinden fotoğraf, İstanbul Valiliğince düzenlenen şehit aileleri ve gazilere Devlet Övünç madalyası törenine katılım'dan fotoğraf paylaşımı yer alır. YSK kararı belli olana kadar İmamoğlu, Ramazan ayı ziyaretleri ve Eminönünde ramazan alışverişi paylaşımları gibi ramazan ayı programı içerisindeyken YSK'nın seçim iptali kararıyla İmamoğlu; “Az sonra son gelişmelerle ilgili açıklama yapacağım. Sosyal medya hesaplarımdan canlı olarak takip edebilirsiniz” şeklinde sıkça bu konuyla ilgili açıklama yapacağını ve bu açıklamayı kullandığı sosyal medya hesaplarından takip edilebileceğini duyurduğu görülür. Bunu belirten ilk paylaşımıyla etkileşim oranlarının yükseldiği görülmektedir. Ardından iftar ziyaretleri sırasında yemek masasında yemek eşliğinde video ile YSK kararına dair ilk açıklamayı “Son gelişmelerle ilgili açıklama yapıyorum” mesajını paylaşmıştır. “Ayrıntılı açıklamayı saat 22.30'da Beylikdüzü Yaşam Vadisinde yapacağım” metin mesajı bir diğer paylaşımıdır. Sultanbeyli komşularla birlikte iftar ziyaretleri sırasındaki bir fotoğraf eşliğinde “Sultanbeyli'de komşularımızla beraber iftarımızı açtık ve ülkemiz için dua ettik. Birileri yanlış yapacak, eksik yapacak, çok kötü işlere karışacak ama biz hep beraber umudu, güzelliği ve iyiliği taşıyacağız. Merak etmeyin her şey çok güzel olacak” mesajının paylaşımı, Daha önce belirtip saat verdiği; Beylikdüzü Yaşam Vadisinde YSK kararına ilişkin açıklamalarından facebook bağlantılı link videosu, ardından Bütün Türkiye'nin adalet duygusu bizimle beraber. Buradayız, hep beraber çalışacağız ve asla vazgeçmeyeceğiz” metin mesajıyla birlikte Beylikdüzü

buluşmasından fotoğraf karesi, yine YSK kararı sonrası Beylükdüzükonuşmasının videosu, #HerŞeyÇokGüzelOlacak etiketlemesiyle; “YSK’nın İstanbul seçimlerini iptal gerekçesi olan Seçim Kurulları 16 Nisan’da da 24 Haziran’da da aynıydı. O zaman o seçimler de şaibeli” yazısıyla video paylaşımı, #HerŞeyÇokGüzelOlacak etiketlemesiyle; “Yolumuz uzun, heyecanımız yüksek, gençliğimiz var. Biz adalete susamış, demokrasiye inancı tam, Türk gençliğiyiz. Ve de asla vazgeçmeyeceğiz!” mesajıyla video görüntüsü, #HerŞeyÇokGüzelOlacak etiketlemesiyle; “Bu ülkede demokrasi ve cumhuriyet için son anına kadar mücadele edecek 82 milyon vatansever var, biliyorum” mesajıyla video bağlantılı konuşması, #HerŞeyÇokGüzelOlacak etiketlemesiyle; Fatih Portakalın sunduğu FOX Ana Haber konuğu olduğu içerikten video paylaşımı yer almaktadır.

22 Mayıs 2019





Görsel 85: Ekrem İmamoğlu'nun 22.05.2019 tarihinde attığı tweetler

İmamoğlunun 22 Mayıs 2019'da takipçi sayısı 2.443.989' a yükselmiştir. 8 video ve 3 video bağlantılı tweetler toplamda 11 adet tweet atmıştır. 22 Mayıs

2019 tarihindeki tweetler toplamda 639.814 beğeni ve 82.616 retweet olarak 722.430 etkileşim gerçekleştiği görülür. En çok beğeni alan paylaşımı ise: #HerŞeyÇokGüzelOlacak etiketlemesiyle; “23 Haziran'da israf düzeni bitecek, hak yerini bulacak” mesajıyla birlikte video paylaşımıdır. Bu tarihte yapılan paylaşımların dört tanesi dışında, 9 tane tweet üzerinden #HerŞeyÇokGüzelOlacak etiketinin kullanıldığı görülmektedir.

22 Mayıs 2019 tarihli tweet içeriklerine baktığımızda: Haber Global’de yayınlanacak olan Erdoğan Aktaş’ın sorularını yanıtlayacağı programın bilgisinin paylaşıldığı fotoğraf, #HerŞeyÇokGüzelOlacak etiketlemesiyle; 23 Haziran seçimleri için yol hartasının açıklandığı mesajı ile İmamoğlu’nun Kampanya Koordinasyon Toplantısındaki konuşma videosu, yine #HerŞeyÇokGüzelOlacak etiketlemesiyle; aynı başlık altında aynı toplantı konuşmasından başka bir kesiti kapsayan içeriğin bulunduğu video paylaşımı, tekrar #HerŞeyÇokGüzelOlacak etiketlemesiyle; aynı toplantıdan yol haritasına dair video konuşması, #HerŞeyÇokGüzelOlacak etiketlemesiyle; kampanya toplantısından fotoğraf ile birlikte “Biz 16 Milyon İstanbullu, 23 Haziran'da emaneti geri almaya geliyoruz... İsraf düzenine son vereceğiz ve İstanbul'un adil bir şehir olması için her alanda seferberlik ilan edeceğiz” mesajının paylaşımı, İsmail Küçükkaya ile FOX canlı yayınından bir kesit sunulan video ile birlikte “Seçimin iptaline gerekçe olan 123 sandık, seçimin sonucuna nasıl tesir etmiş? Seçimin iptali için uydurulan bu gerekçeyle 16 Milyon İstanbullu mağdur edildi. Bu sandıkların numaralarının ve sonuca tesir eden somut verinin hemen kamuoyuyla paylaşılmasını istiyoruz” mesajının paylaşımı, #HerŞeyÇokGüzelOlacak etiketlemesiyle; gönüllüler derneğinin İmamoğlu’na çocuk ve genölerden gelen mektupların duvarlara asıldığı alan içerisinde Ekrem İmamoğlu’nun yorumlarının yer aldığı video, #HerŞeyÇokGüzelOlacak etiketlemesiyle; 31 Mart seçim çalışmaları sırasında Ekrem İmamoğlu’na dua eden annelerin, babaların videolarının yer aldığı paylaşım ile “16 Milyon İstanbullunun emanetini geri almak için dualarla yola çıktık” mesajının paylaşımı, #HerŞeyÇokGüzelOlacak etiketlemesiyle; “23 Haziran'da israf düzeni bitecek, hak yerini bulacak” yazısı eşliğinde İmamoğlu’nun konuşmalarının yer aldığı video, #HerŞeyÇokGüzelOlacak etiketlemesiyle; “İstanbul'un neresine gitsem umut görüyorum. Bu umut İstanbul'a güzelliği, iyiliği ve adaleti getirecek” yazısı eşliğinde Ekrem İmamoğlu’nun konuşmalarının yer aldığı video, #HerŞeyÇokGüzelOlacak

etiketlemesiyle; ilk tweet’ de program bilgisinin paylaşıldığı Haber Global’ Erdoğan Aktaş’ın sunduğu programın canlı yayın konuğu olarak katıldığı Ekrem İmamoğlu’nun soruları yanıtladığı video ve son olarak; Büyükşehir Belediye Başkanları olmak üzere toplantılara ve İstanbul’daki çalışmalara katılan tüm belediye başkanlarına teşekkürler mesejı eşliğinde birlikte çekilmiş olan fotoğrafın paylaşımı yer almaktadır.

29 Mayıs 2019

<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Veysel Karani'nin torunları tarafından 1400 yıldır muhafaza edilen Hırka-ı Şerif ve Sakal-ı Şerif yüzyıllardır İstanbul'a emanet. Samir Ailesi'nin nazik davetiyle İstanbul'un fetih yıl dönümünde bu sabaha anlam kattık.</p>  <p>02:28 - 29 May 2019</p> <p>2.395 Retweet 30.873 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Bugün 17.00'de Fatih Kocamustafapaşa Meydanı'nda hemşehrilerimizle buluşuyoruz.</p> <p>#HerŞeyÇokGüzelOlacak</p>  <p>02:52 - 29 May 2019</p> <p>1.966 Retweet 18.081 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Zeytinburnu Mithatpaşa semt pazarındayız.</p> <p>facebook.com/imamoglukekrem/...</p> <p>02:23 - 29 May 2019</p> <p>1.206 Retweet 17.747 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Zeytinburnu Mithatpaşa semt pazarının gündemi her yerde olduğu gibi geçim sıkıntısı ve pahalılık. Medyada, milletin ve iş dünyasının ekonomik sıkıntılarının değil de sadece İstanbul seçiminin konuşulmasını manidar buluyorum.</p>  <p>04:05 - 29 May 2019</p> <p>2.766 Retweet 32.952 Beğeni</p>
<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Zeytinburnu'nda hemşehrilerimizle beraberiz.</p> <p>facebook.com/imamoglukekrem/...</p> <p>05:58 - 29 May 2019</p> <p>922 Retweet 14.951 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>İstanbul'u tüm değerleri, geçmişi ve maneviyatıyla geleceğe taşıyacağız.</p>  <p>06:50 - 29 May 2019</p> <p>3.962 Retweet 45.900 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>alperen @_alperen Ekrem İmamoğlu çocuklara tabletlerle hava attı.</p>  <p>07:18 - 29 May 2019</p> <p>18.980 Retweet 226.968 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Fatih Kocamustafapaşa Meydanı'nda hemşehrilerimizle buluşuyoruz.</p> <p>#HerŞeyÇokGüzelOlacak</p> <p>facebook.com/imamoglukekrem/...</p> <p>07:40 - 29 May 2019</p> <p>966 Retweet 14.528 Beğeni</p>
<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Zeytinburnu'dayız.</p> <p>facebook.com/imamoglukekrem/...</p> <p>09:19 - 29 May 2019</p> <p>910 Retweet 15.797 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Teşekkürler Fatih 🙏🙏🙏</p> <p>Eşinize, dostunuza, komşunuza haber verin #HerŞeyÇokGüzelOlacak</p>  <p>08:29 - 29 May 2019</p> <p>4.610 Retweet 56.260 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Terör örgütü PKK'ya karşı Irak'ın kuzeyinde düzenlenen operasyonda şehit olan 2 askerimize Allah'tan rahmet, yakınlarına ve milletimize başsağlığı dilerim.</p> <p>09:53 - 29 May 2019</p> <p>5.151 Retweet 69.120 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Bu gece iftarda Bağcılar'da Kastamonulu Köse Ailesi'nin evine misafir olduk. Ev halkına keyifli sohbetleri ve misafirperverlikleri için, mahalle sakinlerine de ilgileri için teşekkür ederim.</p>  <p>10:22 - 29 May 2019</p> <p>3.072 Retweet 45.454 Beğeni</p>



Görsel 86: Ekrem İmamoğlu'nun 29.05.2019 tarihinde attığı tweetler

29 Mayıs 2019 tarihinde İmamoğlu'nun takipçi sayısına bakıldığında, 2.505.368 kişi olduğu görülmektedir. Takipçi sayısı bir önceki güne göre 13,538 artmıştır. Günlük tweet sayısına bakıldığında; 6 fotoğraf, 4'ü facebook bağlantılı 5 link, 1 video ve 1 metin olmak üzere 13 tweet paylaşıldığı görülür. Tweetler 706.892 beğeni, 59.051 retweet olarak toplamda 765.943 etkileşim gerçekleşmiştir. Bu tweetleri arasında en çok beğeniyi ise; allpert@_allper adlı kullanıcının Ekrem İmamoğlu'nun elinde tabletle çocuklara bir şey gösterirken çekilen fotoğraf ile birlikte "Ekrem İmamoğlu, çocuklara tabletiyle hava attı" paylaşımına karşılık Ekrem İmamoğlu'nun aynı tweet'i gülümseme emojiisi ile paylaşımı almıştır. Ekrem İmamoğlunun bu paylaşımı, toplamda 227.490 beğeni ve 19.124 retweet almıştır. Bu tarihte, 4 adet #HerŞeyÇokGüzelOlacak etiketlemesi kullanıldığı görülmektedir.

Tweet içeriklerine baktığımızda ise: İstanbul'un fetih yıldönümünde Smir ailesinin daveti üzerine, 1400 yıldır muhafaza ettiği Hırka-ı Şerif ve Sakal-ı Şerif ziyareti ve bu ziyaretin fotoğrafı, #HerŞeyÇokGüzelOlacak etiketlemesiyle; 29 Mayıs tarihinde, Fatih-Kocamustafapaşa Meydanında halkla buluşma programının duyurusu, Zeytinburnu Mithatpaşa semt pazarında halkla buluşmasının yer aldığı facebook link bağlantılı videosu, Mithatpaşa semt pazarı ziyaretinden fotoğraf ile birlikte "Zeytinburnu Mithatpaşa semt pazarının gündemi her yerde olduğu gibi geçim sıkıntısı ve pahalılık. Medyada, milletin ve iş dünyasının ekonomik sıkıntılarının değil de sadece İstanbul seçimlerinin konuşulmasını manidar buluyorum" mesajının paylaşımı, Mithatpaşa halkla buluşma mitinginin yer aldığı videonun facebook bağlantılı link eşliğinde verilmesi, Samir ailesiyle birlikte, Hırka-ı Şerif ve Sakal-ı Şerif ziyaretlerini içeren video ile birlikte "İstanbul'u tüm değerleri, geçmişi ve maneviyatıyla geleceğe

taşıyacağız” mesajının paylaşımı, allpert@_allper adlı twitter kullanıcısının, Ekrem İmamoğlu’nun elinde tabletle çocuklara bir şey gösterirken çekilen fotoğraf ile birlikte; “Ekrem İmamoğlu, çocuklara tabletiyle hava attı” paylaşımına karşılık Ekrem İmamoğlu’nun aynı tweet’i gülümseme emojiisi ile tekrar paylaşımı, #HerŞeyÇokGüzelOlacak etiketlemesiyle, Kocamustafapaşa’da halk ile buluşmasının yer aldığı facebook bağlantılı link videosu, Zeytinburnu halk ile buluşmasını içeren facebook bağlantılı link videosu, Fatih mitinginden fotoğraf paylaşımıyla birlikte; “Eşinize,dostunuza, omşunuza haber verin, # HerŞeyÇokGüzelOlacak mesajı, Irak’ın kuzeyinde dünenlenen operasyonda 2 şehit için başsağlığı dilekleri, Bağcılar ilçesinde Köse ailesinin iftar sofrasına konuk olduğu fotoğraf eşliğinde; “Bu gece iftarda Bağcılar’da Kastamonulu Köse Ailesi'nin evine misafir olduk. Ev halkına keyifli sohbetleri ve misafirperverlikleri için, mahalle sakinlerine de ilgileri için teşekkür ederim” mesajının paylaşımı, #HerŞeyÇokGüzelOlacak etiketlemesiyle birlikte; “Kartal’da Gümüşhaneli hemşehrilerimizin gecesinin ardından Sultanbeyli’de kanaat önderleriyle buluştuk. Demokrasi ve adalet mücadelesine verdikleri destek için teşekkürler. İstanbul’da hak yerini bulacak” mesajının paylaşımı yer almaktadır.

12 Haziran 2019



Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu

Kadınları üretime teşvik edecek, ekonomik olarak güçlendireceğiz.

- ✳️ Kadın Emegi Ofisi ile ev kadınlarının üretimine destek
- ✳️ Satış garantisi ile aylık düzenli gelir
- ✳️ Mekan, hibe ve kredi desteği
- ✳️ Kadın Emegi Sertifikası ile markalaşma
- ✳️ Kadın iletişim ve dayanışma ağı

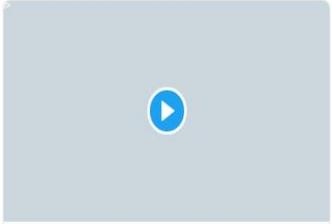


02:59 · 12 Haz 2019

4.848 Retweet · 36.237 Beğeni

Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu

Maltepe'de Sivaslı iş insanları ve sanayicileriyle buluşuyoruz. #HerŞeyÇokGüzelOlacak



Maltepe'de Sivaslı iş insanları ve sanayicileriyle buluşuyoruz. #HerŞeyÇokGüzelOlacak

Ekrem İmamoğlu @Ekrem_Imamoglu

03:23 · 12 Haz 2019

1.844 Retweet · 16.606 Beğeni

Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu

Maltepe'deyiz.



Maltepe'deyiz.

Ekrem İmamoğlu @Ekrem_Imamoglu

05:38 · 12 Haz 2019

3.079 Retweet · 26.715 Beğeni

Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu

Teşekkürler Maltepe 🙌🙌🙌
23 Haziran'da hak yerini bulacak ve hizmetler kaldığı yerden devam edecek. #HerŞeyÇokGüzelOlacak



07:00 · 12 Haz 2019

2.506 Retweet · 27.807 Beğeni

Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu

Olacak olacak, çok güzel olacak. Umutlarımız, hayallerimiz gerçek olacak. #HerŞeyÇokGüzelOlacak



07:32 · 12 Haz 2019

6.427 Retweet · 52.828 Beğeni

Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu

Pendik Atatürk Anıtı Meydanı'nda hemşehrilerimizle beraberiz. #HerŞeyÇokGüzelOlacak



Pendik Atatürk Anıtı Meydanı'nda hemşehrilerimizle beraberiz. #HerŞeyÇokGüzelOlacak

Ekrem İmamoğlu @Ekrem_Imamoglu

08:07 · 12 Haz 2019

1.923 Retweet · 16.395 Beğeni

Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu

İstanbul ayağa kalkacak. Her alanda seferberlik ilan edeceğiz. Bu şehrin sorunlarını hep beraber çözeceğiz. Pendik buna hazır. #HerŞeyÇokGüzelOlacak

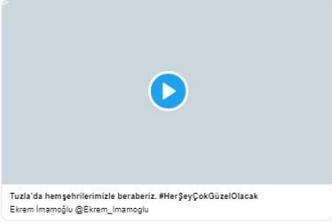


09:03 · 12 Haz 2019

3.196 Retweet · 34.526 Beğeni

Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu

Tuzla'da hemşehrilerimizle beraberiz. #HerŞeyÇokGüzelOlacak



Tuzla'da hemşehrilerimizle beraberiz. #HerŞeyÇokGüzelOlacak

Ekrem İmamoğlu @Ekrem_Imamoglu

09:49 · 12 Haz 2019

2.994 Retweet · 24.066 Beğeni

Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu

Tuzla çok güzelsin 🙌🙌🙌
Bu şehirde yaşayan 16 milyon vatandaşımızın mutluluğu için hep beraber çalışacağız ve emin olun biz kazanacağız. #HerŞeyÇokGüzelOlacak



10:40 · 12 Haz 2019

3.437 Retweet · 39.320 Beğeni



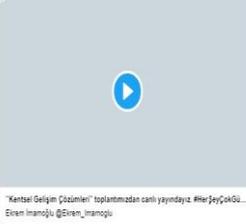
Görsel 87: Ekrem İmamoğlu'nun 12.06.2019 tarihinde attığı tweetler

12 Haziran 2019 tarihine baktığımızda İmamoğlu'nun takipçi sayısı bir önceki güne göre 7.307 kişi artarak 2.604.448 olmuştur. 3 fotoğraf, 6 video, 4 link ve 1 metin olmak üzere toplamda 14 tweet atıldığı görülmektedir. Bu tweetler 485.463 beğeni, 53.536 retweet olarak toplamda 538.999 etkileşim gerçekleştirmiştir. Bu tarihteki en çok beğeniyi alan paylaşım; 52.928 beğeni, 6.443 retweet ve 1231 cevaplama seçeneği kullanılan yeni seçim şarkısının reklam videosu almıştır. Yeni reklam videosu #HerŞeyÇokGüzelOlacak etiketlemesiyle paylaşılıp; “Olacak olacak, çok güzel olacak. Umutlarımız, hayallerimiz gerçek olacak” şarkı sözleriyle paylaşıldığı görülmektedir. Bu tarihteki 3 tweet haricindeki diğer tüm paylaşımlarda, #HerŞeyÇokGüzelOlacaketiketlemesi kullanıldığı görülmektedir.

Tweet içeriklerine bakıldığında ise; İlk olarak; Tunceli’de şehit düşen askerlerimiz için rahmet ve yaralı askerler için acil şifa dilekleri yer alır. #HerŞeyÇokGüzelOlacak etiketlemesiyle; “Rant uğruna İstanbul'da yeşil alan bırakmadılar. Çocuklarımızı betona mahkûm olmaktan kurtaracağız. Yaşam vadileri, yeşil kuşaklar ve parklar ile İstanbul'u yeşil bir şehir yapacağız” mesajıyla birlikte İmamoğlu'nun bu konuya dair vaatlerinin yer aldığı video paylaşılmıştır. #HerŞeyÇokGüzelOlacak etiketlemesiyle birlikte; “Bu şehirde 475 bin hane yoksulluk sınırının altında. İstanbul'da herkes için insanca bir yaşamın koşullarını oluşturacağız, sosyal yardımları 5 katına çıkaracağız” mesajı eşliğinde; Ekrem İmamoğlu'nun bu konuya dair vaatlerini sile getiren videosu, “Kadınları üretime teşvik edecek, ekonomik olarak güçlendireceğiz” mesajıyla birlikte; İmamoğlu'nun kadınlara yönelik vaatlerini anlattığı tanıtım videosu yer alır. #HerŞeyÇokGüzelOlacak etiketlemesiyle birlikte; Maltepe’de, Sivaslı iş adamları ve sanayicilerle buluşmasının yer aldığı video

paylaşmıştır. Maltepe'deki halk buluşmasını konu alan video paylaşmıştır. *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* etiketlemesiyle birlikte; Maltepe halk buluşmasından fotoğraf eşliğinde “Teşekkürler Maltepe.23 Haziran'da hak yerini bulacak ve hizmetler kaldığı yerden devam edecek” mesajının paylaşılmasıdır. *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* etiketlemesiyle birlikte; “Olacak olacak, çok güzel olacak. Umutlarımız, hayallerimiz gerçek olacak” sözleriyle yeni seçim reklam müziğinin videosu paylaşmıştır. *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* etiketlemesiyle birlikte; Pendik Atatürk Anıtı meydanında halk ile buluşmasını konu alan videosu yer alır. *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* etiketlemesiyle; “İstanbul ayağa kalkacak. Her alanda seferberlik ilan edeceğiz. Bu şehrin sorunlarını hep beraber çözeceğiz. Pendik buna hazır” mesajıyla Pendik buluşmasından fotoğraf paylaşmıştır. *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* etiketlemesiyle birlikte; Tuzla da düzenlediği miting videosu yer almaktadır. *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* etiketlemesiyle birlikte; “Tuzla çok güzelsin. Bu şehirde yaşayan 16 milyon vatandaşımızın mutluluğu için hep beraber çalışacağız ve emin olun biz kazanacağız” mesajıyla birlikte Tuzla mitinginden fotoğraf paylaşımı yer almaktadır. *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* etiketlemesiyle birlikte; “İstanbul'un parasını bir avuç insan, belirli birtakım vakıf ve kuruluşlar için değil bu şehrin çocukları için harcayacağız” mesajıyla beraber bu konudaki vaatlerini dile getiren video yer almaktadır. Ve yine, *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* etiketlemesiyle birlikte; Bağcılar ve Esenler programının paylaşımlarının yer aldığı görülmektedir.

13 Haziran 2019

<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>"Kentsel Gelişim Çözümleri" toplantımızdan canlı yayındayız. #HerŞeyÇokGüzelOlacak</p>  <p>01:06 - 13 Haz 2019</p> <p>2.539 Retweet 16.736 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Genel Başkanımız Sayın Kemal Kılıçdaroğlu ile beraber Fatih Sultan Mehmet Han tarafından İstanbul'la ilk belediye başkanı seçilen Hızır Bey'in mezarını ziyaret ettik. İstanbul bu hizmet etmiş herkesi saygı ile anıyor. Bu şehrin tarihine ve değerlerine sahip çıkıp koruyacağız.</p>  <p>01:01 - 13 Haz 2019</p> <p>2.392 Retweet 28.552 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Kentsel dönüşümü akılcı ve katılımcı şekilde yapacağız.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dönüşümde bilimsel doğrular ve yaşayanların söz hakkı • Yerde yaşam garantisi • İmar planı ve tapu sorununa çözüm • Projelerde İBB garantörlüğü • Mahalle Çözüm Merkezleri ve Hukuki Destek <p>#HerŞeyÇokGüzelOlacak</p> <p>HALK İÇİN</p>  <p>03:02 - 13 Haz 2019</p> <p>5.021 Retweet 48.079 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Deprem ve her türlü doğal afete hazır olacağız.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Afet Bilgi Merkezi'ni kuracağız • Deprem toplanma alanlarını yeniden oluşturacağız • Mobil uygulamayla en yakın toplanma alanına ulaşabileceğiniz ve konum paylaşabileceğiniz • Herkes Temel Afet ve İlk Yardım Eğitimi alacak <p>DEPREM BAŞTA OLMAK ÜZERE HER TÜRLÜ AFETE HAZIR OL</p>  <p>04:31 - 13 Haz 2019</p> <p>4.887 Retweet 34.334 Beğeni</p>
<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>İstanbul'un trafik çilesini azaltacak çözümlerimiz var.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 7/24 Ulaşım • Yeni Metro Hatları • Deniz Ulaşımı • Transfer Merkezleri • Akıllı Ulaşım Sistemleri • Şehir İçi Lojistik Sistemi • Ulaşım Yönetim Planı <p>#HerŞeyÇokGüzelOlacak</p> <p>ULAŞIM</p>  <p>05:02 - 13 Haz 2019</p> <p>5.291 Retweet 36.118 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Pazar günü yapılacak canlı yayında 10 dakikalık reklam arası olacağı bilgisi bana ulaştı. RTÜK marifeti ve TV kanalımızın onayı ile bu reklamların gelirlerinin sosyal fayda amaçlı faaliyet yürüten sivil toplum örgütlerine bağışlanmasını öneriyorum.</p>  <p>05:02 - 13 Haz 2019</p> <p>6.303 Retweet 49.479 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <ul style="list-style-type: none"> • Boğaz köprü geçişlerinde taksit ve dolmuşlardan ücret alınmaması için çalışma başlatacağız. • Artık şehir içinde kalan TEM girişlerinin kaldırılması için girişimlerde bulunacağız. • Toplu taşımayı teşvik ederek şehrin havasını ve vatandaşın ekonomisini koruyacağız.  <p>06:13 - 13 Haz 2019</p> <p>7.246 Retweet 44.067 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Bağcılar Meydanı'nda hemşehrilerimizle beraberiz. #HerŞeyÇokGüzelOlacak</p>  <p>07:02 - 13 Haz 2019</p> <p>2.628 Retweet 19.975 Beğeni</p>
<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>İstanbul yolculuğuna Bağcılar'dan başlamıştık. Bugün yine tüm coğrafya ve sevgisiyle Bağcılar'da kardeşlerimizle beraberim. Umudunuzu asla yitirmeyin, 23 Haziran'dan sonra bu ilçemiz de hak ettiği hizmete kavuşacak. #HerŞeyÇokGüzelOlacak</p>  <p>08:12 - 13 Haz 2019</p> <p>1.956 Retweet 28.243 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Esenler Meydanı'na ilerliyoruz.</p>  <p>Esenler Meydanı'na ilerliyoruz. Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>09:28 - 13 Haz 2019</p> <p>2.431 Retweet 21.287 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Esenler Meydanı'ndayız. #HerŞeyÇokGüzelOlacak</p>  <p>Esenler Meydanı'ndayız. #HerŞeyÇokGüzelOlacak Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>09:38 - 13 Haz 2019</p> <p>2.617 Retweet 21.255 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Esenler'de on binlerce vatandaşımızla beraberiz; bu şehrin yönetiminden partizanlığı, kibri ve kötü dili söküp atacağız. Sevgi ve saygı hakim olacak her yere. #HerŞeyÇokGüzelOlacak</p>  <p>10:47 - 13 Haz 2019</p> <p>3.214 Retweet 33.590 Beğeni</p>
<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Umutsuzluk yok Kentsel dönüşümde adaleti sağlayacağız. Yapamayınları neden yapmadığını millet biliyor. O yüzden bize güveniyor. #HerŞeyÇokGüzelOlacak</p>  <p>- Bir evimiz var, onuda yitiriyorlar. Ekrem İmamoğlu</p> <p>11:50 - 13 Haz 2019</p> <p>4.337 Retweet 36.646 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>İstanbul'da servis esnafının tahdit sorununun da çözülmesine vesile olduk. Kimsenin sesi çıkmazken Şubat ayında "6 ay içinde bu sorunu çözeceğiz" demiştik ve biz gündeme getirince çözüldü. Bizi takip etmeye devam edin</p>  <p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu İstanbul'daki herkeşin sorunu kendi sorunumuz değil çözüm arıyoruz. Servis esnafı tahdit sorununu da çözümlenmiş. 6 ay içinde çözüme kavuşacağız. #HerŞeyÇokGüzelOlacak</p> <p>12:48 - 13 Haz 2019</p> <p>4.540 Retweet 33.158 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>İstanbul'da israf düzenine son verip işsizlik ve yoksullukla mücadele edeceğiz. 23 Haziran'da hak yerini bulacak ve #HerŞeyÇokGüzelOlacak</p>  <p>- Ben emektirim, geçimiyorum Ekrem İmamoğlu</p> <p>12:56 - 13 Haz 2019</p> <p>4.115 Retweet 34.267 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Bugün Bayrampaşa ve Gaziosmanpaşa'dayız #HerŞeyÇokGüzelOlacak</p> <p>14 Haziran Cuma 18:00 Halkın Buluşma Yahya Kemal Caddesi Bayrampaşa</p> <p>18:30 Halkın Buluşma Gaziosmanpaşa Meydanı Gaziosmanpaşa</p>  <p>her şey çok güzel olacak Ekrem İmamoğlu</p> <p>20:27 - 13 Haz 2019</p> <p>1.297 Retweet 14.815 Beğeni</p>



Görsel 88: Ekrem İmamoğlu'nun 13.06.2019 tarihinde attığı tweetler

13 Haziran 2019 tarihine bakıldığında Ekrem İmamoğlu'nun bir önceki güne göre, 7.307 artışla 2.609.704 takipçisi sayısına görülür. Günlük 447.611 beğeni, 57.133 retweet olarak 504.744 etkileşim gerçekleştiği görülmektedir. 6 video, 6 fotoğraf, 5 link bağlantılı olarak paylaştığı 17 tweet arasında en çok beğeniyi *#HayırlıCumalar* etiketiyle 75.945 beğeni alan ve 6.905 retweet alan: “Allah kul hakkı yiyenlerin, kötü hesaplar yapanların da yüreğine iyilik versin” paylaşımı almıştır. Bu tarihte, 10 defa *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* ve 1 tane *#HayırlıCumalar* etiketlemesinin kullanıldığı görülmektedir.

Tweet içeriklerine bakıldığında; ilk paylaşımının Kılıçtaroğlu ve Kaftancıoğlu gibi CHP' den önemli isimlerle birlikte çekilmiş olan fotoğraf ile birlikte; Fatih Sultan Mehmet döneminde İstanbul için ilk Belediye Başkanı seçilen Hızır Bey kabir ziyareti olduğu görülür. “Kentsel Gelişim Çözümleri Toplantısından” İmamoğlu'nun canlı yayın video linki paylaşılmıştır. Ardından kentsel çözüm önerileri ve stratejileri maddelenip, İstanbul için bu konuda neler yapacağı video bağlantısı eşliğinde anlatılmıştır. Aynı şekilde, Deprem ve her türlü doğal afetlere hazırlık planı maddelenmiş ve İstanbul için bu konudaki projeleri tanıtım videosu eşliğinde paylaşılmıştır. İstanbul'un trafik sorununa dair çözümleri maddelenip, nu konuda yapılacak projeler tanıtım videosu eşliğinde paylaşılmıştır. 16 Haziran Pazar günü gerçekleştirilecek olan, İsmail Küçükkaya sunumundaki Binali Yıldırım ile ortak canlı yayın programındaki 10dk'lık reklam gelirlerinin, sosyal fayda olması adına; Sivil Toplum Örgütlerine bağışlanması önerisi; sivil toplum örgütleri toplantısından fotoğraf eşliğinde paylaşılmıştır. Seçim vaatleri arasında olan: Boğaz Köprüsünden geçişlerde, taksi ve dolmuşlarda ücret

alınmaması gibi ulaşım ücretlerine dair projeleri maddelenip; İmamoğlu'nun bir toplantıdaki bu konudaki konuşma videosu paylaşılmıştır. [#HerŞeyÇokGüzelOlacak](#) etiketlemesi eşliğinde; Bağcılar Meydanı'ndan birlik mesajı verilerek; halkla buluşma mitingindeki videosuyla paylaşılmıştır. Yine bağcılar mitinginden fotoğraf eşliğinde; “İstanbul yolculuğuna Bağcılar'dan başlamıştık. Bugün yine tüm coşkusu ve sevgisiyle Bağcılar'da kardeşlerimle beraberim. Umudunuzu asla yitirmeyin, 23 Haziran'dan sonra bu ilçemiz de hak ettiği hizmete kavuşacak” mesajı [#HerŞeyÇokGüzelOlacak](#) etiketlemesiyle paylaşılmıştır. “Esenler Meydanına İlerliyoruz” mesajıyla; İmamoğlu'nun seçim aracının halkın içinden geçerken, halkı selamlaması videosu eşliğinde paylaşılmıştır. Daha sonra; [#HerŞeyÇokGüzelOlacak](#) etiketlemesiyle, “Esenler Meyanındayız” mesajı; Esenler Mitinginden video eşliğinden paylaşılmıştır. [#HerŞeyÇokGüzelOlacak](#) etiketlemesiyle birlikte birlikte “Esenler'de on binlerce vatandaşıma söz verdim; bu şehrin yönetiminden partizanlığı, kibri ve kötü dili söküp atacağız. Sevgi ve saygı hakim olacak her yere” mesajı, Esenler Mitinginden fotoğraf ile paylaşılmıştır. [#HerŞeyÇokGüzelOlacak](#) etiketlemesiyle birlikte; Kentsel dönüşüm mahdurlarının yer aldığı video ile “Umutsuzluk yok. Kentsel dönüşümde adaleti sağlayacağız. Yapamayanların neden yapmadığını millet biliyor. O yüzden bize güveniyor” mesajı paylaşılmıştır. Servis aracı işletmecilerinin tahdit sorununa dair vaatlerinin yer aldığı 16 Şubat paylaşımı tekrar “İstanbul'daki herkesin sorununu kendi sorunumuz bilip çözüm arayacağız. Servis aracı işletmecilerinin tahdit sorunu da bunlardan biri, 6 ay içinde çözüme kavuşturacağız” mesajıyla birlikte paylaşılmıştır. “İstanbul'da israf düzenine son verip işsizlik ve yoksullukla mücadele edeceğiz. 23 Haziran'da hak yerini bulacak ve [#HerŞeyÇokGüzelOlacak](#)” mesajı, Ekrem İmamoğlu'nun kendi konuşmasıyla paylaşılmıştır. [#HerŞeyÇokGüzelOlacak](#) etiketlemesiyle birlikte; Bayrampaşa ve Gaziosmanpaşa miting program tarih ve saatleri bir gün öncesinden paylaşılmıştır. Ve son olarak: [#HayırlıCumalar](#) etiketlemesiyle birlikte; “Allah kul hakkı yiyenlerin, kötü hesaplar yapanların da yüreğine iyilik versin” mesajı, İmamoğlu'nun camii den bir fotoğrafı ile paylaşıldığı görülmektedir.

14 Haziran 2019

<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>İstanbul'daki 39 belediyenin 39'u da bizim. Bu şehri ayrıştırarak değil birleştirerek, ortak akılla yöneteceğiz. Talimatları 16 milyon İstanbulludan alacağız.</p> <p>#HerŞeyÇokGüzelOlacak</p>  <p>05:31 - 14 Haz 2019</p> <p>3.939 Retweet 34.133 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Karne alan tüm çocuklar sizi sevgi ile kucaklıyorum. Unutmayın; karneniz nasıl olursa olsun sizi çok seviyoruz. Tatilde bol bol kitap okuyun, spor yapın, gezin, dinlenin. #KarneGünü</p>  <p>05:32 - 14 Haz 2019</p> <p>6.039 Retweet 60.459 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Bizim yönetimimizde hiçbir İBB çalışanı mitinge katılmak, seçim çalışması yapmak, basın açıklaması yapmak zorunda kalmayacak. Emegiyle özgür bir şekilde çalışacak.</p> <p>#HerŞeyÇokGüzelOlacak</p>  <p>05:39 - 14 Haz 2019</p> <p>4.643 Retweet 36.072 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Bayrampaşa'da Bosna Sancak Derneği'ndeyiz.</p>  <p>06:11 - 14 Haz 2019</p> <p>1.791 Retweet 15.381 Beğeni</p>
<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Bayrampaşa'da hemşehrilimizle beraberiz. #HerŞeyÇokGüzelOlacak</p>  <p>07:00 - 14 Haz 2019</p> <p>1.908 Retweet 16.738 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Bayrampaşa'da Bosna Sancak Derneği'ni ziyaret ettik. Hemşehrilime söz verdim; göreve tekrar gelince ilk yurtdışı ziyaretimi Bakanlar'a yapacağım. Dostlukları ve ey sahiplikleri için gönül dolusu teşekkürler.</p>  <p>09:07 - 14 Haz 2019</p> <p>1.938 Retweet 17.604 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Gaziosmanpaşa Cumhuriyet Meydanı'nda hemşehrilimizle beraberiz. #HerŞeyÇokGüzelOlacak</p>  <p>09:21 - 14 Haz 2019</p> <p>2.540 Retweet 19.009 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Meydanları dolduran bu yürekler, evlerinde bizim için dua eden bu anneler oldukça sırtımız asla yere gelmez. Gaziosmanpaşa'nın güzel insanları teşekkürler.</p> <p>#HerŞeyÇokGüzelOlacak</p>  <p>10:02 - 14 Haz 2019</p> <p>2.740 Retweet 28.479 Beğeni</p>
<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Bu hafta sonu sınava girecek olan gençler; hepinize başarılar diliyorum. Unutmayın; Ekrem Abiniz sizin hep yanınızda olacak. Bu ülkenin, bu şehrin geleceğinde sizlerle beraber çok güzel işler yapacağız. #HerŞeyÇokGüzelOlacak #yks2019</p>  <p>03:01 - 14 Haz 2019</p> <p>4.814 Retweet 51.186 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Tuzla'da sevgili Aysun Erim'in evine misafir olmuş ve SMA hastalarının ilaç sorununun çözülmesi için seslerini duyumalarına destek olmuşuk. Hep birlikte bu sorunun da çözülmesine vesile olduk. Aysun kardeşim de sağ olsun mitingimizde bizi yalnız bırakmadı.</p>  <p>03:51 - 14 Haz 2019</p> <p>3.887 Retweet 34.742 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Çifte bayram vardı doğduğum topraklarda. Söz verdim hiç kimseyi mahcup etmeyeceğime ve hep birlikte bir kez daha kazanacağımıza. Güzel günler yakın #HerŞeyÇokGüzelOlacak</p>  <p>21:52 - 14 Haz 2019</p> <p>6.072 Retweet 49.365 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Bugün 18.00'de Sultangazi'deyiz</p> <p>#HerŞeyÇokGüzelOlacak</p>  <p>22:10 - 14 Haz 2019</p> <p>1.894 Retweet 16.063 Beğeni</p>
<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Beylikdüzü Yaşam Vadisi'nde Çerkes Kültür Evi'ndeyiz. Çerkes STK temsilcileriyle buluşuyoruz.</p>  <p>23:37 - 14 Haz 2019</p> <p>2.393 Retweet 20.376 Beğeni</p>			

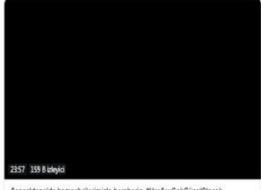
Görsel 89: Ekrem İmamoğlu'nun 14.06.2019 tarihinde attığı tweetler

14 Haziran 2019 tarihinde İmamoğlu'nun takipçi sayısının, 5.225 kişi artışıyla 2.614.929'a ulaştığını görülür. Bu tarihte paylaştığı tweetler 5 fotoğraf, 6 video ve 2 link bağlantılı olarak toplamda 13 olduğu görülmektedir. Tweetler toplamda; 483.250 beğeni, 50.322 retweet olarak 533.572 etkileşim almıştır. Bunlar arasında en çok beğeniye ise; 68.577 beğeni ve 6.048 retweet oranıyla, *#KarneGünü* etiketlemesiyle: Ekrem İmamoğlu'nun karnesini alan tüm öğrencilere dair mesajlarını dile getirdiği videosu almıştır. Bundan sonra en fazla beğeniye 51.206 beğeni ve 4.824 retweet oranıyla, yine gençlere yönelik olarak; Üniversite Giriş Sınavı'nın yeni adı olan 'Yükseköğretim Kurumları Sınavı' yani kısaca YKS' ya girecek genç adaylara yönelik olduğu görülür. İmamoğlu'nun *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* ve *#ysk2019* etiketlemeleriyle: "Bu hafta sonu sınava girecek olan gençler; hepinize başarılar diliyorum. Unutmayın; Ekrem Abiniz sizin hep yanınızda olacak. Bu ülkenin, bu şehrin geleceğinde sizlerle beraber çok güzel işler yapacağız" mesajı, İmamoğlu'nun gençlere başarılar dilediği konuşmasının yer aldığı videosuyla birlikte paylaşılmıştır. Bu tarihte, 8 tane *#HerŞeyGüzelOlacak*, 1 tane *#KarneGünü* ve 1 tane *#yks2019* etiketlemesinin kullanıldığı görülmektedir.

Bu tarihteki tweet içeriklerine bakıldığında: *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* etiketlemesiyle; İstanbul'un yönetiminde tüm belediyelerin eşit ve adil bir şekilde yönetileceğini belirten konuşma videosu, "İstanbul'daki 39 belediyenin 39'u da bizim. Bu şehri ayrıştırarak değil birleştirerek, ortak akılla yöneteceğiz. Talimatları 16 milyon İstanbulludan alacağız" mesajıyla paylaşılmıştır. *#KarneGünü* etiketlemesiyle, karne alan tüm çocuklara yönelik konuşma videosu "Karne alan tüm çocuklar sizi sevgi ile kucaklıyorum. Unutmayın; karneniz nasıl olursa olsun sizi çok seviyoruz. Tatilde bol bol kitap okuyun, spor yapın, gezin, dinlenin" mesajıyla paylaşılmıştır. *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* etiketlemesiyle: İmamoğlu'nun kendi konuşmalarından belirli kesit sunulan video ile birlikte "Bizim yönetimimizde hiçbir İBB çalışanı mitinge katılmak, seçim çalışması yapmak, basın açıklaması yapmak zorunda kalmayacak. Emeğiyle özgür bir şekilde çalışacak" mesajı paylaşılmıştır. Bayrampaşa Bosna Sancak derneği ziyaret edilmiş ve orada yaptığı konuşmanın içeriği video eşliğinde sunulmuştur. Ardından, *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* etiketlemesiyle birlikte, Bayrampaşa halk buluşmasına yer verilerek; Bayrampaşa halkına seslenişin olduğu video paylaşılmıştır. İmamoğlu'nun Bayrampaşa buluşmasından fotoğraf ile "Bayrampaşalı

hemşehrilerimize içten teşekkürler. Her gün yeni bir yalan haber uyduran, iftira atan, İstiklal Savaşı Gazisi rahmetli dedemin mezarıyla bile uğraşan aklievvelere en iyi cevabı önce vicdan ve ahlak sahibi Ak Partili kardeşlerim verecek, göreceksiniz” mesajı paylaşılmıştır. Bayrampaşa Bosna Sancak ziyaretinden çocuklar çekilen fotoğraf ile birlikte “Bayrampaşa’da Bosna Sancak Derneği’ni ziyaret ettik. Hemşehrilerime söz verdim; göreve tekrar gelince ilk yurtdışı ziyaretimi Balkanlar’a yapacağım. Dostlukları ve ev sahiplikleri için gönül dolusu teşekkürler” mesajı paylaşılmıştır. *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* etiketlemesiyle birlikte, Gaziosmanpaşa Cumhuriyet Meydanı mitinginden video paylaşılmıştır. Yine; *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* etiketlemesiyle birlikte Gaziosmanpaşa mitinginden fotoğraf ile birlikte “Meydanları dolduran bu yürekler, evlerinde bizim için dua eden bu anneler oldukça sırtımız asla yere gelmez. Gaziosmanpaşa'nın güzel insanları teşekkürler” mesajı paylaşılmıştır. *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* ve *#ysk2019* etiketlemeleriyle birlikte, İmamoğlu'nun üniversite sınavına girecek tüm gençlere başarılar dileyen videosu paylaşılmıştır. 2019 Ocak ayında ziyaret ettiği SLM hastası Aysun Erim'in konuşmasının yer aldığı video eşliğinde “Tuzla’da sevgili Aysun Erim’in evine misafir olmuş ve SMA hastalarının ilaç sorununun çözülmesi için seslerini duyurmalarına destek olmuşuk. Hep birlikte bu sorunun da çözülmesine vesile olduk. Aysun kardeşim de sağ olsun mitingimizde bizi yalnız bırakmadı” mesajıyla birlikte paylaşılmıştır. *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* etiketlemesiyle birlikte; memeleketi olan Trabzon mitinginden görseller ve karadeniz müziği temel alınan video eşliğinde “Çifte bayram vardı doğduğum topraklarda. Söz verdim hiç kimseyi mahcup etmeyeceğime ve hep birlikte bir kez daha kazanacağımıza. Güzel günler yakın” mesajı paylaşılmıştır. *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* etiketlemesiyle, Sultangazi program bilgisi paylaşılmıştır. Ve son olarak: İmamoğlu'nun, Beylikdüzü Yaşam Vadisindeki Çerkez Kültür Evi ziyareti ve Çerkez STK üyeleriyle buluşmasından fotoğraf ile birlikte, yaptığı konuşmanın video olarak paylaşıldığı görülmektedir.

19 Haziran 2019

<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Yüzünüzden gülümsemeyi, yüreğinizden kararlılığı asla eksik etmeyin çünkü #HerŞeyÇokGüzelOlacak</p>  <p>02:20 - 19 Haz 2019</p> <p>6.856 Retweet 56.684 Beğeni</p> <p>1272 4456 378</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Bugün Demokrat Ülkücüler ile karşılıklı fikir alışverişinde bulunduk ve İstanbul'un eksiklerini, sıkıntılarını konuştuk. 23 Haziran sadece yerel bir seçim değil, bu şehirde yaşayan herkesi ilgilendiren bir demokrasi mücadelesidir. Bu mücadeleye verdikleri destek için teşekkürler.</p>  <p>05:39 - 19 Haz 2019</p> <p>2.966 Retweet 20.487 Beğeni</p> <p>712 2066 208</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Üsküdar'da Elazığ Karakoçan Dernekler Federasyonu ziyaretimiz mitinge dönüştü. Tüm hemşehrilerim pazar günü bayrama gider gibi sandığa gidecek ve tüm İstanbul için adaletten yana oy kullanacaklar.</p> <p>#HerŞeyÇokGüzelOlacak</p>  <p>05:57 - 19 Haz 2019</p> <p>1.400 Retweet 16.434 Beğeni</p> <p>180 2380 368</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Gündemle ilgili basın mensuplarının sorularını yanıtlıyorum.</p>  <p>06:08 - 19 Haz 2019</p> <p>2.938 Retweet 21.796 Beğeni</p> <p>721 2098 228</p>
<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Sancaktepe'de hemşehrilerimizle beraberiz. #HerŞeyÇokGüzelOlacak</p>  <p>2857 159 Beğeni</p> <p>Sancaktepe'de hemşehrilerimizle beraberiz. #HerŞeyÇokGüzelOlacak. Ekrem İmamoğlu @Ekrem_imamoglu</p> <p>06:44 - 19 Haz 2019</p> <p>2.806 Retweet 22.047 Beğeni</p> <p>372 2886 228</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Sancaktepe; biz sizler için çok çalışacağız siz de hak yerini bulsun diye herkesin sandığa gitmesi için çalışacaksınız ve birlikte başaracağız.</p> <p>#HerŞeyÇokGüzelOlacak</p>  <p>07:26 - 19 Haz 2019</p> <p>1.974 Retweet 21.717 Beğeni</p> <p>311 1974 228</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Ortak yayın sonrası Binali Bey çay davetinde bulunmuştu, davetin yeri ve zamanı için hala haber bekliyorum. Seçim günü de dahil her gün olabilir 😊</p>  <p>08:24 - 19 Haz 2019</p> <p>6.944 Retweet 86.906 Beğeni</p> <p>488 8484 478</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Ümraniye'de hemşehrilerimizle beraberiz. #HerŞeyÇokGüzelOlacak</p>  <p>3047 214 Beğeni</p> <p>Ümraniye'de hemşehrilerimizle beraberiz. #HerŞeyÇokGüzelOlacak. Ekrem İmamoğlu @Ekrem_imamoglu</p> <p>09:00 - 19 Haz 2019</p> <p>3.337 Retweet 25.773 Beğeni</p> <p>388 3387 228</p>
<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Ümraniye bir avuç mızıkçıya, israfçıya demokrasi dersi verecek. 16 milyon İstanbullunun hakkı, hukuku için herkes sandığa gidecek ve oyuna sahip çıkacak.</p> <p>#HerŞeyÇokGüzelOlacak</p>  <p>10:20 - 19 Haz 2019</p> <p>4.953 Retweet 48.899 Beğeni</p> <p>1883 4883 488</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Millet karar verdikten sonra karşısında duracak kişi henüz doğmadı. Bizim inancımız tek; "Egemenlik kayıtsız şartsız milletindir."</p>  <p>10:42 - 19 Haz 2019</p> <p>11.660 Retweet 83.181 Beğeni</p> <p>1691 1218 808</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Şile'deyiz. #HerŞeyÇokGüzelOlacak</p>  <p>Şile'deyiz. #HerŞeyÇokGüzelOlacak. Ekrem İmamoğlu @Ekrem_imamoglu</p> <p>10:59 - 19 Haz 2019</p> <p>5.489 Retweet 41.177 Beğeni</p> <p>487 3386 418</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Bu pazar gününe kadar demokrasi seferberliği var, herkes görev alacak. Sonra da İstanbul için hizmet seferberliği başlayacak. Teşekkürler Şile. 24 Haziran'da Şaraçhane'de buluşmak üzere.</p> <p>#HerŞeyÇokGüzelOlacak</p>  <p>11:48 - 19 Haz 2019</p> <p>5.212 Retweet 47.807 Beğeni</p> <p>1226 3322 488</p>



Görsel 90: Ekrem İmamoğlu'nun 19.06.2019 tarihinde attığı tweetler

19 Haziran 2019 tarihinde, Ekrem İmamoğlu'nun takipçi sayısının, 6.861 kişi sayısı artışıyla 2.665.918'e ulaştığı olduğu görülmektedir. Paylaşım sayısına bakıldığında; 8 fotoğraf, 4 link ve 2 video olarak toplamda 14 paylaşımda bulunduğu görünür. Bu paylaşımların toplamda; 518.900 beğeni, 58.571 retweet olarak 577.471 etkileşim gerçekleştirdiği görülmektedir. En çok beğeni alan paylaşıma bakıldığında ise; 117.716 beğeni ve 17.870 retweet olarak, Ekrem İmamoğlu'nun 31 Mart seçimleri sonrası basına yaptığı açıklamadaki sözlerini içeren ve çocukların futbol oyununda bu sözlerin verilerek kurgulanan reklam filmi videosunun yer aldığı görülür. Bu tarihte, 11 kez #HerŞeyÇokGüzelOlacak twitter etiketlemesi kullanıldığı görülmektedir.

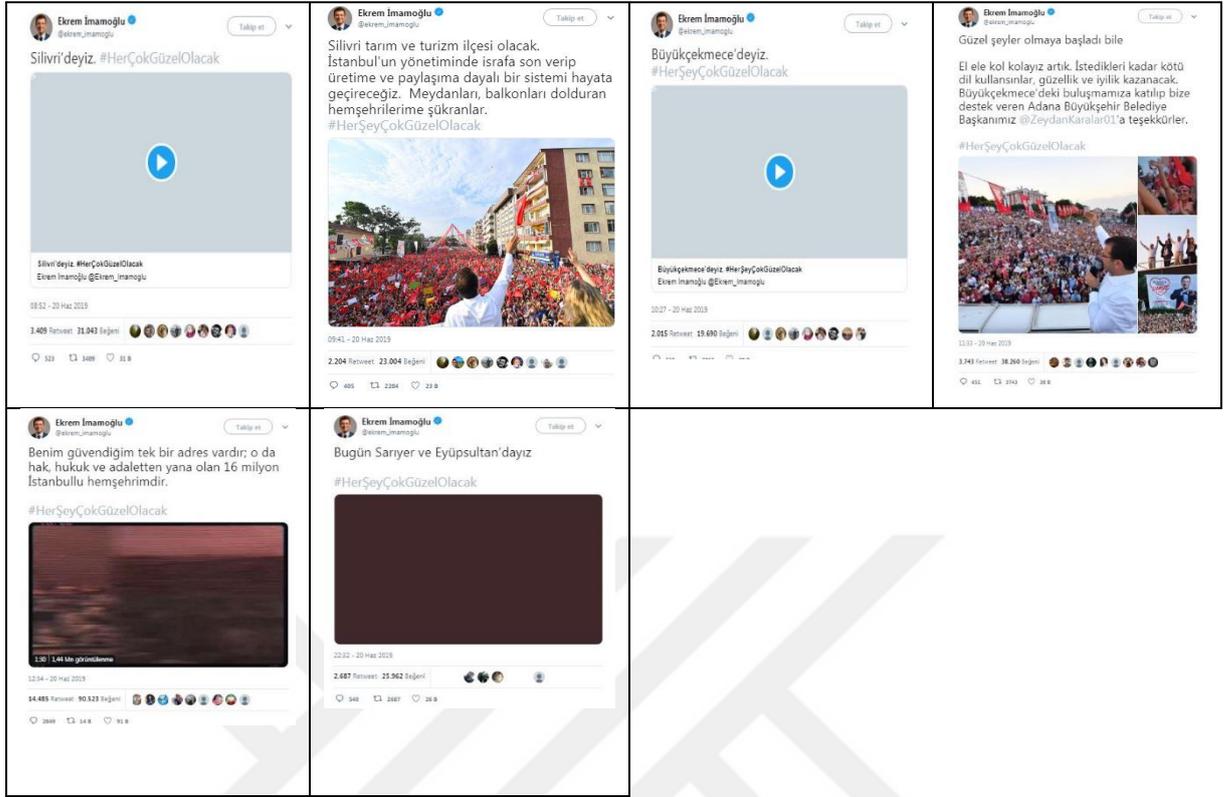
Ekrem İmamoğlu'nun, 19 Haziran 2019 tarihli twitter içeriklerine bakıldığında: İlk olarak, #HerŞeyÇokGüzelOlacaketiketlemesiyle; Sancaktepe, Ümraniye ve Şile ilçelerinde gerçekleşecek olan halkla buluşma programlarının bildirisine yer verildiği görülür. #HerŞeyÇokGüzelOlacaketiketlemesiyle, seçim sloganı olan “Her Şey Çok Güzel Olacak” sözlerinin halkın ağızından farklı yorumlar eşliğinde birleştiği reklam filmi, “Yüzünüzden gülümsemeyi, yüreğinizden kararlılığı asla eksik etmeyin çünkü #HerŞeyÇokGüzelOlacak” mesajıyla birlikte paylaşılmıştır. Demokrat ülkücülerle buluşma fotoğraflarıyla birlikte “Bugün Demokrat Ülkücüler ile karşılıklı fikir alışverişinde bulunduk ve İstanbul'un eksiklerini, sıkıntılarını konuştuk. 23 Haziran sadece yerel bir seçim değil, bu şehirde yaşayan herkesi ilgilendiren bir demokrasi mücadelesidir. Bu mücadeleye verdikleri destek için teşekkürler” mesajı paylaşılmıştır. Üsküdar Elazığ Karakoçan Derneği ziyaretinin mitinge dönüştüğü fotoğraf ile İmamoğlu'nun, “Üsküdar'da Elazığ Karakoçan Dernekler Federasyonu ziyaretimiz mitinge dönüştü. Tüm hemşehrilerim pazar günü bayrama gider gibi sandığa gidecek ve

tüm İstanbul için adaletten yana oy kullanacaklar” mesajıyla birlikte paylaşılmıştır. Daha sonra ise, İmamoğlu’nun, gündeme dair basın sorularını cevapladığı bir video paylaşıldığı görülür. #HerŞeyÇokGüzelOlacaketiketlemesiyle: Sancaktepe halkla buluşmasından bir videonun paylaşıldığı görülür. #HerŞeyÇokGüzelOlacaketiketlemesiyle: Sancaktepe halkla buluşma fotoğrafları ile “Sancaktepe; biz sizler için çok çalışacağız siz de hak yerini bulsun diye herkesin sandığa gitmesi için çalışacağız ve birlikte başaracağız” mesajının birlikte paylaşıldığı görülür. 16 Haziran’ da Binali Yıldırım’la ortak programda konu olan ‘birlikte çay’ içileceği sözünü hatırlatarak “Ortak yayın sonrası Binali Bey çay davetinde bulunmuştu, davetin yeri ve zamanı için hala haber bekliyorum. Seçim günü de dahil her gün olabilir” mesajının, iki başkan adayının tokalaştığı fotoğrafı ile paylaşıldığı görülür. #HerŞeyÇokGüzelOlacaketiketlemesiyle, İmamoğlu’nun Ümraniye mitinginden fotoğraf ile “Ümraniye bir avuç mızıkçiya, israfçıya demokrasi dersi verecek. 16 milyon İstanbul’unun hakkı, hukuku için herkes sandığa gidecek ve oyuna sahip çıkacak” mesajı paylaşılmıştır. “Millet karar verdikten sonra karşısında duracak kişi henüz doğmadı. Bizim inancımız tek; "Egemenlik kayıtsız şartsız milletindir”” mesajı ile birlikte; İmamoğluna sevgi gösterilerinin yaşandığı bir halk buluşması fotoğrafı ile paylaşılmıştır. Şile halk buluşmasından bir video ile Şile’ de olduğu bilgisi paylaşılmıştır. #HerŞeyÇokGüzelOlacak etiketlemesiyle birlikte: Şile mitinginden fotoğraf ve “Bu pazar gününe kadar demokrasi seferberliği var, herkes görev alacak. Sonra da İstanbul için hizmet seferberliği başlayacak. Teşekkürler Şile, 24 Haziran’da Şarapane’de buluşmak üzere” mesajı birlikte paylaşılmıştır. #HerŞeyÇokGüzelOlacaketiketlemesiyle birlikte; Ekrem İmamoğlu’nun 31 Mart seçimleri sonrası basına yaptığı açıklamadaki sözlerini olarak: “Hak yemem! Ama hakkımı da yedirmem. Bu şehirde yaşayan herkes için adalet mücadelesinden asla vazgeçmeyeceğiz” şeklinde verilerek, çocukların futbol oyununda bu sözlerin yeniden kurgulanmış şekilde, reklam filmi videosuna yer verildiği görülür. #HerŞeyÇokGüzelOlacak etiketlemesiyle birlikte; seçim vaatlerinin içinde yer aldığı ‘mahalle meclisleri’ nin tanıtım videosuyla anlatımına yer verilmiştir. Ve, 19 Haziran’ da son olarak: #HerŞeyÇokGüzelOlacaketiketlemesiyle, Çatalca, Silivre ve Büyükçekmece’deki halkla buluşma programı bilgisi bir gün önceden paylaşılmıştır.

Seçim günü İmamoğlu'nun , halkı oy kullanmaya, sandıklara sahip çıkmaya çağırması, sandıklar açılıp oylar sayılmaya başladıktan sonra ve bu süreç boyunca verilerin açıklanması ve sonuçlara dair gelişmelerde aktif katılımının basın ve sosyal medya aracılığıyla aktif katılımının söz konusu olduğu görülmektedir. Basın ve sosyal medya aracılığıyla halka, bu süreç ve süreçte yaşanan gelişme ve durumlardan son vakte kadar haberdar ettiği de görülmektedir.

20 Haziran 2019

<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Şiir, roman, öykü gibi alanlarda eserler veren edebiyatımızın önemli kalemlerinden #HasanİzzettinDinamo'un birçok eserini okuma şansına sahip oldum. Kendisi aynı zamanda Kurtuluş Savaşımızı en iyi anlatan yazarlarımızdandır. Vefat yıl dönümünde kendisini saygıyla anıyorum.</p>  <p>01.04 - 20 Haz 2019</p> <p>1.528 Retweet 21.748 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Küçükçekmece "Halkalı Yuvamız İstanbul Gündüz Bakimevi" açılışındayız.</p>  <p>24.05 - 15 Haz 2019</p> <p>Küçükçekmece "Halkalı Yuvamız İstanbul Gündüz Bakimevi" açılışındayız. Ekrem İmamoğlu @Ekrem_imamoglu</p> <p>01.52 - 20 Haz 2019</p> <p>2.449 Retweet 21.673 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Küçükçekmece "Bölgesel İstihdam Ofisi" açılışındayız.</p>  <p>28.15 - 18 Haz 2019</p> <p>Küçükçekmece "Bölgesel İstihdam Ofisi" açılışındayız. Ekrem İmamoğlu @Ekrem_imamoglu</p> <p>02.47 - 20 Haz 2019</p> <p>2.291 Retweet 21.306 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>"İstihdam Seferberliği" şimdiden başladı. Bugün Küçükçekmece Belediyesi Bölgesel İstihdam Ofisi'ni açtık. İş dünyasının ihtiyaçlarını tespit ederek binlerce çalışana iş olanağı oluşturacak bu ofislerle işsizlik ve yoksullukla mücadele edeceğiz.</p> <p>#HerŞeyÇokGüzelOlacak</p>  <p>03.47 - 20 Haz 2019</p> <p>2.424 Retweet 22.340 Beğeni</p>
<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Kreş Seferberliği de başladı. Küçükçekmece Belediyesi Halkalı "Yuvamız İstanbul" Gündüz Bakimevi'nin açılışını yaptık. Söreye geri döndüğümüzde İBB olarak acilen en çok ihtiyaç olan 150 mahallede kreş açacağız.</p> <p>#HerŞeyÇokGüzelOlacak</p>  <p>04.34 - 20 Haz 2019</p> <p>2.330 Retweet 22.811 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Sayıştay raporunda belirtilen ihmalim israf ya da lüks harcama değil. Belediye çalışanlarına toplu sözleşme ile "tavan" maaştan bile fazla maaş vermek, İBB'deki çalışanlarımız da en güzel imkanları 23 Haziran sonrası yaşatacağız.</p>  <p>05.06 - 20 Haz 2019</p> <p>6.782 Retweet 57.651 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>Çatalca'da hemşehrilerimizle beraberiz. #HerŞeyÇokGüzelOlacak</p>  <p>05.05 - 18 Haz 2019</p> <p>Çatalca'da hemşehrilerimizle beraberiz. #HerŞeyÇokGüzelOlacak Ekrem İmamoğlu @Ekrem_imamoglu</p> <p>06.31 - 20 Haz 2019</p> <p>2.781 Retweet 21.715 Beğeni</p>	<p>Ekrem İmamoğlu @ekrem_imamoglu</p> <p>İstanbul'da Tarım Seferberliği başlatacağız. 150 mahallede tarımı destekleyeceğiz, sağlıklı ve ucuz gıda zincirleri kuracağız. Çatalca'daki buluşmamıza katılan İYİ Parti Genel Başkanı Sayın @meral_aksener'e ve Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı @mansuryavas06'a teşekkürler.</p>  <p>07.43 - 20 Haz 2019</p> <p>2.966 Retweet 27.731 Beğeni</p>



Görsel 91: Ekrem İmamoğlu'nun 20.06.2019 tarihinde attığı tweetler

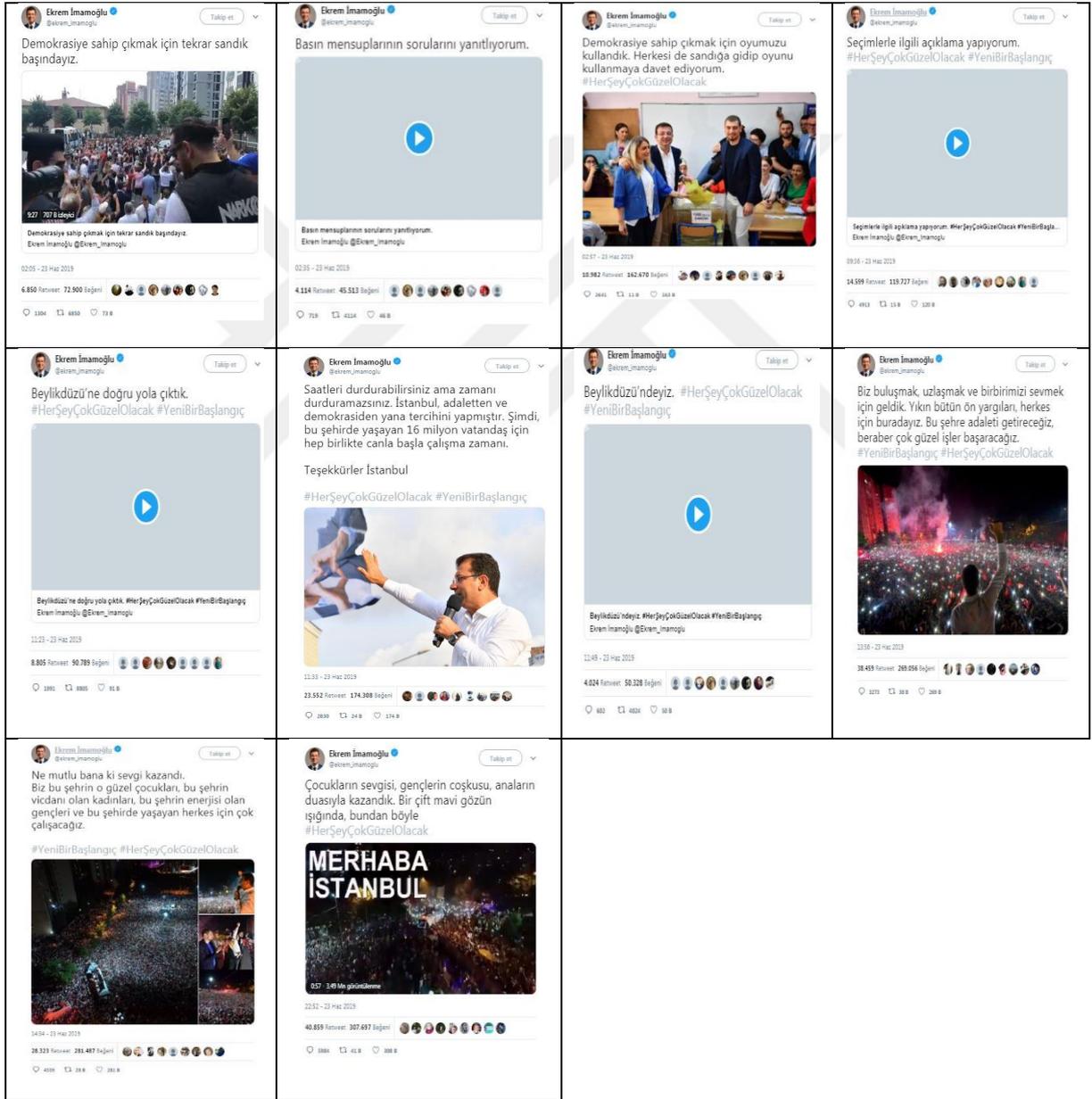
20 Haziran 2019 tarihinde, Ekrem İmamoğlu'nun takipçi sayısının, 9.144 kişi sayısı artışıyla 2.683.144'e ulaştığı olduğu görülmektedir. Paylaşım sayısına bakıldığında; 7 fotoğraf, 5 link ve 2 video olarak toplamda 14 paylaşımında bulunduğu görünür. Bu paylaşımların toplamda; 585.140 beğeni, 74.566 retweet olarak 659.706 etkileşim gerçekleştirdiği görülmektedir. En çok beğeni alan paylaşıma bakıldığında ise; *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* etiketlemesiyle, mevcut durumun eleştirel bir dille yorumlandığı seçim klibi videosu, “Benim güvendiğim tek bir adres vardır; o da hak, hukuk ve adaletten yana olan 16 milyon İstanbullu hemşehrimdir” mesajıyla paylaşımı olduğu görülür. Bu tarihte, 10 defa *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* ve 1 defa *#HasanİzzettinDinamo* twitter etiketlemeleri kullanıldığı görülmektedir.

Ekrem İmamoğlu'nun, 20 Haziran 2019 tarihli twitter içeriklerine bakıldığında: İlk olarak, *#HasanİzzettinDinamo* etiketlemesiyle; Haasan İzzettin Dinamo'nun ‘Savaşlar ve Açlar’ adlı eserinin görseli eşliğinde, ölüm yıldönümü anılması yapıldığı görülür. Küçükçekmece’de açılı yapılacak olan “Halkalı gündüz bakım evi” nin Ekrem İmamoğlu tarafından açılışını ve açılış sırasında yaptığı konuşmasının yer aldığı link yer almaktadır. Yine Küçükçekmece “Bölgesel İstihdam Ofisi” açılışı ve buradaki

konusması yer alan link paylaşılmıştır. *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* etiketlemesiyle: İmamoğlu ve eşinin yer aldığı Küçükçekmece'deki "Bögesel İstihdam Ofisi" açılışından fotoğraf ile birlikte "İstihdam Seferberliği" şimdiden başladı. Bugün Küçükçekmece Belediyesi Bölgesel İstihdam Ofisi'ni açtı. İş dünyasının ihtiyaçlarını tespit ederek binlerce çalışana iş olanağı oluşturacak bu ofislerle işsizlik ve yoksullukla mücadele edeceğiz" mesajı paylaşıldığı görülür. *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* etiketlemesiyle, Halkalı "Yuvamız İstanbul" isimli gündüz bakım evinin açılışını yapan İmamoğlu ve eşinin bulunduğu fotoğraf ile "Kreş Seferberliği de başladı. Küçükçekmece Belediyesi Halkalı "Yuvamız İstanbul" Gündüz Bakımevi'nin açılışını yaptık. Göreve geri döndüğümüzde İBB olarak acilen en çok ihtiyaç olan 150 mahallede kreş açacağız" mesajı paylaşılmıştır. Binali Yıldırım'ın, Ekrem İmamoğlu'nun daha önce Beylikdüzü Belediye Başkanı olarak görevdeyken sayıştay raporundaki 6.5 milyonluk zarar suçlamasına karşılık; İmamoğlunun bu konuyla ilgili basına yaptığı açıklamayı oluşturan linkin paylaşıldığı görülür. *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* etiketlemesiyle, Çatalca halkla buluşma mitinginin yer aldığı link paylaşılmıştır. Çatalca'daki mitinge destek amaçlı gelen; Millet İttifakının İYİ Parti Genel Başkanı Meral Akşener'in miting'de halka seslenirken ki fotoğrafı ile birlikte "İstanbul'da Tarım Seferberliği başlatacağız. 150 mahallede tarımı destekleyeceğiz, sağlıklı ve ucuz gıda zincirleri kuracağız. Çatalca'daki buluşmamıza katılan İYİ Parti Genel Başkanı Sayın [@meral_aksener](#)'e ve Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı [@mansuryavas06](#)'a teşekkürler" mesajı paylaşılmıştır. *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* etiketlemesiyle, Silivri mitingi linki paylaşılmıştır. *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* etiketlemesiyle, Silivri mitinginden fotoğraflar ile "Silivri tarım ve turizm ilçesi olacak. İstanbul'un yönetiminde israfa son verip üretime ve paylaşım dayalı bir sistemi hayata geçireceğiz. Meydanları, balkonları dolduran hemşehrilerime şükranlar" mesajı birlikte paylaşılmıştır. *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* etiketlemesiyle birlikte, Büyükçekmece mitingi linki paylaşılmıştır. Yine bir önceki paylaşım gibi, *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* etiketlemesiyle, Silivri mitinginden başka bir bölüm link eşliğinde paylaşılmıştır. *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* etiketlemesiyle, Büyükçekmece mitingi fotoğrafları ve "Güzel şeyler olmaya başladı bile El ele kol kolayız artık. İstedikleri kadar kötü dil kullansınlar, güzellik ve iyilik kazanacak. Büyükçekmece'deki buluşmamıza katılıp bize destek veren Adana Büyükşehir Belediye Başkanımız [@ZeydanKaralar01](#)'a

teşekkürler” mesajı birlikte paylaşılmıştır. Daha sonra ise; *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* etiketlemesiyle, mevcut durumun eleştirel bir dille yorumlandığı seçim klipi videosu, “Benim güvendiğim tek bir adres vardır; o da hak, hukuk ve adaletten yana olan 16 milyon İstanbullu hemşehrimdir” mesajıyla paylaşımının yer aldığı görülür. Ve son olarak; *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* etiketlemesiyle, bir gün sonra gerçekleşecek Sarıyer ve Eyüpsultan mitingi bilgilendirmesi yapıldığı görülmektedir.

23 Haziran 2019: Yerel Seçim



Görsel 92: Ekrem İmamoğlu'nun 23.06.2019 tarihinde attığı tweetler

23 Haziran 2019 Yerel Seçimlerin olduğu gün Ekrem İmamoğlu'nun takipçi sayısının, günlük % 1.817 oranında artışla ve 49.871 kişi sayısındaki artışla 2.744.734'e ulaştığı görülmektedir. Yeni seçim dönemi başlangıcı olarak alınan 6 Mayıs tarihinden bu yana, en yüksek takipçi sayısına ulaşıldığı gündür. 23 Haziran yerel seçim günü Ekrem İmamoğlu'nun günlük tweet sayısına bakıldığında, 5 facebook bağlantılı link, 4 fotoğraf ve 1 metin bağlantılı toplamda 10 paylaşımda bulunduğu görünür. Bu paylaşımların toplamda; 1.486.229 beğeni, 162.002 retweet alarak 1.648.231 gibi yüksek bir etkileşim gerçekleştiği görülmektedir. Etkileşim miktarı olarak da bu güne kadar ki en yüksek sayıdır. Bu tarihte çok beğeni alan paylaşıma bakıldığında; 308.132 beğeni ve 40.960 retweet alan:23 Haziran akşamı İstanbul'da seçim sonucunun kazanımı olarak yaptığı balkon konuşmasının videosu ve "Çocukların sevgisi, gençlerin coşkusu, anaların duasıyla kazandık. Bir çift mavi gözün ışığında, bundan böyle [#HerŞeyÇokGüzelOlacak](#)" mesajının birlikte paylaşıldığı tweetidir. Bu tarihte kullanılan Hashtaglere baktığımızda; 11 tane [#HerŞeyÇokGüzelOlacak](#) ve 10 tane [#YeniBirBaşlangıç](#) twitter etiketlemesi kullanılmıştır.

Twitter içeriklerine bakıldığında, Ekrem İmamoğlu, Eşi Dilek Hanım ve oğlu ile birlikte, oy kullanacakları okula giderken ki anlarını içeren link "Demokrasiye sahip çıkmak için tekrar sandık başındayız" mesajıyla birlikte paylaşılmıştır. Ardından seçimle ilgili asın mensuplarının sorularını yanıtladığı link paylaşılmıştır. [#HerŞeyÇokGüzelOlacak](#) etiketlemesiyle birlikte, İmamoğlu, Eşi ve Oğlu'nun oy kullanırken ki fotoğrafları "Demokrasiye sahip çıkmak için oyumuzu kullandık. Herkesi de sandığa gidip oyunu kullanmaya davet ediyorum" mesajıyla paylaşılmıştır. [#HerŞeyÇokGüzelOlacak](#) ve [#YeniBirBaşlangıç](#) etiketlemeleriyle, seçimle ilgili basına açıklama yaptığı link paylaşılmıştır. [#HerŞeyÇokGüzelOlacak](#) ve [#YeniBirBaşlangıç](#) etiketlemeleriyle birlikte; seçim sonucuna dair konuşma yapmak için Beylikdüzü'ne yola çıktığı link paylaşılmıştır. [#HerŞeyÇokGüzelOlacak](#) ve [#YeniBirBaşlangıç](#) etiketlemeleri kullanılarak; İmamoğlunun fotoğrafı eşliğinde "Saatleri durdurabilirsiniz ama zamanı durduramazsınız. İstanbul, adaletten ve demokrasiden yana tercihini yapmıştır. Şimdi, bu şehirde yaşayan 16 milyon vatandaş için hep birlikte canla başla çalışma zamanı. Teşekkürler İstanbul" mesajı birlikte paylaşılmıştır. [#HerŞeyÇokGüzelOlacak](#) ve [#YeniBirBaşlangıç](#) etiketlemeleriyle birlikte; seçim sonucuna dair konuşma yapmak üzere Beylikdüzü'nde konuşma

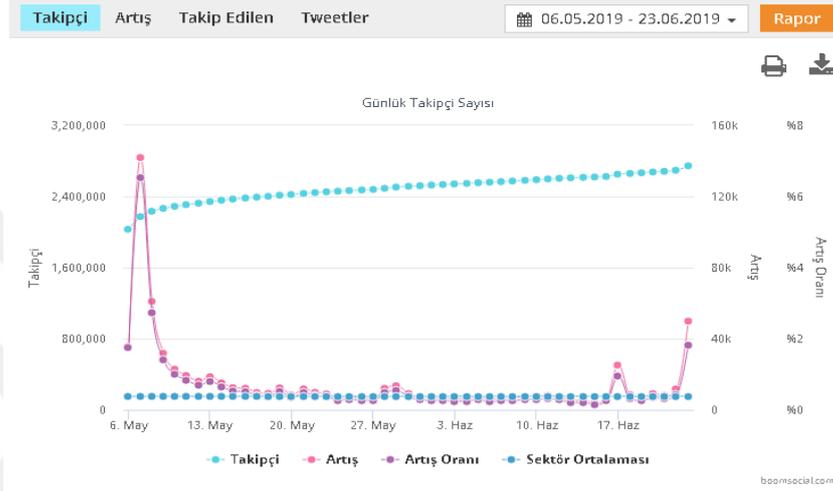
yapacağı araca geçiş aşamalarının linki paylaşılmıştır. *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* ve *#YeniBirBaşlangıç* etiketlemeleriyle birlikte; Beylikdüzünde konuşma yapacağı alana giden seçim otobüsünün içinden halkı selamlayan link paylaşılmıştır. *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* ve *#YeniBirBaşlangıç* etiketlemeleriyle birlikte; etkinlik alanına giden araç içerisinde halkı selamlama ve konuşma yapacağı alana geçişleri içeren link paylaşılmıştır. *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* ve *#YeniBirBaşlangıç* etiketlemeleriyle birlikte; İmamoğlu'nun Beylikdüzü'nde konuşma yapacağı etkinlik alanına ulaşımı ve halkın karşısına çıkışını içeren link paylaşılmıştır. Diğer paylaşımı 269.460 gibi yüksek bir beğeni sayısı ile; *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* ve *#YeniBirBaşlangıç* etiketlemeleriyle birlikte; Beylikdüzü halkla buluşma ve seçim sonucunu kutlama anlarındaki fotoğraf ile “Biz buluşmak, uzlaşmak ve birbirimizi sevmek için geldik. Yıkın bütün ön yargıları, herkes için buradayız. Bu şehre adaleti getireceğiz, beraber çok güzel işler başaracağız” mesajının paylaşıldığı tweet yer alır. Yine 281.852 gibi yüksek bir oranla beğeni alan tweeti: *#HerŞeyÇokGüzelOlacak* ve *#YeniBirBaşlangıç* etiketlemeleriyle birlikte; İmamoğlunun aynı konuşma saatlerinde, eşi ve oğlunun da yanında yer aldığı fotoğraflar ile “Ne mutlu bana ki sevgi kazandı. Biz bu şehrin o güzel çocukları, bu şehrin vicdanı olan kadınları, bu şehrin enerjisi olan gençleri ve bu şehirde yaşayan herkes için çok çalışacağız” mesajı ile paylaşılmıştır. Ve son olarak 308.135 beğeni miktarına sahip, en yüksek etkileşim olan tweet'i: 23 Haziran akşamı İstanbul'da seçim sonucunun kazananı olarak yaptığı balkon konuşmasının videosu ve “Çocukların sevgisi, gençlerin coşkusu, anaların duasıyla kazandık. Bir çift mavi gözün ışığında, bundan böyle [#HerŞeyÇokGüzelOlacak](#)” mesajının birlikte paylaşıldığı görülmektedir.

4.1.2 Yeni Seçim Dönemi (6 Mayıs 2019 -23 Haziran 2019) Genel Twitter İncelemesi

4.1.2.1 Takipçi Sayısı

Yeni Seçim Döneminin başladığı 6 Mayıs 2019 tarihinden, 23 Haziran Yerel Seçimlerin yapıldığı tarihe kadar, Ekrem İmamoğlu'nun takipçi sayısının düzenli olarak arttığını aşağıdaki grafikteki soldan sağa yükselmekte olan açık mavi çizgiden görülmektedir. 6 Mayıs 2019'da 2.031.320 takipçisi varken 23 Haziran günü bu sayı

2.744.734'e yükselmiştir. Takipçi artış oranına baktığımızda ise; 23 Haziran Yerel Seçim günü takipçi sayısını % 8 oranında yükselttiği görülmektedir. Sektör ortalaması olarak gösterilen sayı 150.818'dir. İmamoğlu bu sayıyı zaten 29 Aralık 2018 gününde aşmıştır. Yeni seçim döneminde bu sektör ortalamasından çok fazla üstünde başladığı ve bu sayıyı arttırarak devam ettiği görülmektedir.



GörSEL 93: Ekrem İmamoğlu'nun 6 Mayıs-23 Haziran 2019 tarihleri arasındaki takipçi oranları



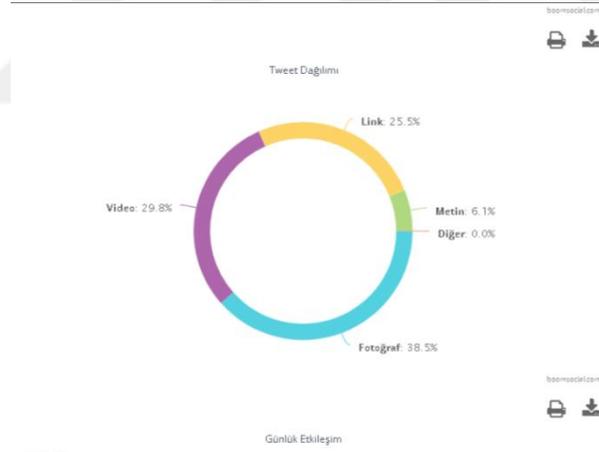
GörSEL 94: Ekrem İmamoğlu'nun 06.05.2019-23.06.2019 tarihleri arasındaki günlük takipçi sayısı

Takipçi sayısındaki artışlara bakıldığında, belirli günlerde artışların çok belirgin olduğu görülmektedir. Bu günlerden biri 7 Mayıs 2019 tarihidir. 6 Mayıs' da 31 Mart seçimlerinin iptalinin ardından, 6 Mayıs 2019 tarihinde, İmamoğlu'nun takipçi artış

sayısına 35.559 kişi eklenirken; 7 Mayıs' da ise; 141.897 kişi artışı olduğu görülmektedir. Takipçi sayısındaki artış oranında diğer yükseliş 17 Haziran da görülmektedir. 16 Haziran'da 16.649 takipçi hesaba eklenmişken; 17 Haziran'da 25.141 takipçi sayısının eklenmesiyle; % 0.946 bir oranla artış görülmektedir. Diğer önemli gün ise 23 Haziran seçim günüdür. 23 Haziran'da 49.871 yeni takipçi hesaba eklenmiştir. Bu artış oranları dışarda bırakılarak tabloya bakıldığında takipçi sayısının istikrarlı bir şekilde arttığı görülmektedir.

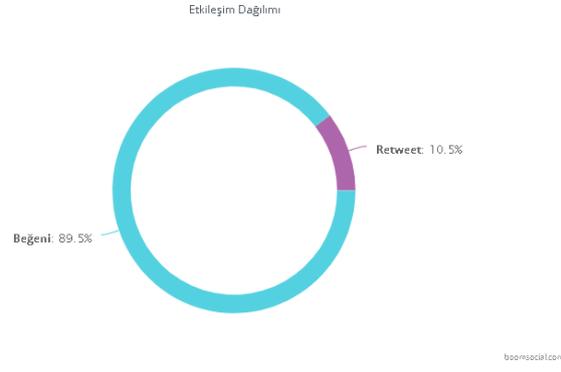
4.1.2.2 Günlük Etkileşim

6 Mayıs 2019 - 23 Haziran 2019 tarihleri arasında paylaşılan tweetlerin yüzdeleri dağılımına bakıldığında; bunların % 38.5 sinin fotoğraf, % 29.8 video, % 25.5 link ve % 6.1'i nin metin özellikte olduğu aşağıda görülmektedir.



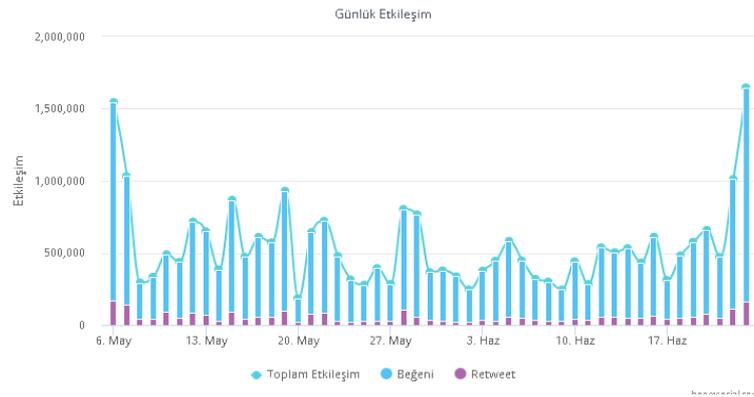
Görsel 95: Ekrem İmamoğlu twitter hesabı 06.05.2019-23.06.2019 tarihleri arası tweet dağılımı

Ekrem İmamoğlu'nun ikinci yerel seçim çalışmalarını kapsayan 6 Mayıs 2019 – 23 Haziran 2019 tarihleri arasında paylaşımı yapılan tweetlerin etkileşim oranına bakıldığında; % 89.5 beğeni ve %10.5 oranında retweet aldığı görülmektedir. Beğeni oranının yüksekliği etkileşim oranıyla da doğru orantılı olduğu için; İmamoğlu tarafından twitter aktif bir şekilde ve etkileşim değerleri dikkate alınarak kullanıldığı söylenebilir.



Görsel 96 Ekrem İmamoğlu twitter hesabı 06.05.2019-23.06.2019 tarihleri arası etkileşim oranı

Günlük etkileşim oranlarına bakıldığında, en düşük sayı 20 Mayıs 2019 tarihindedir. Bu tarihte 1 fotoğraf, 1 video ve 1 link olmak üzere 3 tweet paylaşıldığı görülür. Günün sonunda ise bu tweetler üzerinde 164.382 beğeni, 19.996 retweet olarak toplamda 246.051 etkileşim gerçekleşmiştir. 6 Mayıs gününden 23 Haziran gününe kadar olan süre içerisinde hiç paylaşımında bulunmadığı gün olmadığı görülmektedir. Yeni erel seçim süreci boyunca, Ekrem İmamoğlu'nun twitter'ı etkin bir şekilde kullandığı aşağıdaki günlük twitter etkileşim grafiğine bakarak da söylenebilmektedir.



Görsel 97: Ekrem İmamoğlu hesabının günlük twitter etkileşim grafiği

4.1.2.3 En Çok Beğeni Alanlar

1.) 23.06.2019 seçim günü:Çocukların sevgisi, gençlerin coşkusu, anaların duasıyla kazandık. Bir çift mavi gözün ışığında, bundan böyle [#HerŞeyÇokGüzelOlacak](#)” tweetiyle 307.950 beğeni, 40.926 retweet almıştır.



Görsel 98: Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğeni alan tweeti

2.) 07.05.2019 31 Mart Seçimlerinin İptal Edildiği Günün Ertesi Günü: “Yolumuz uzun, heyecanımız yüksek, gençliğimiz var. Biz adalete susamış, demokrasiye inancı tam, Türk gençliğiyiz. Ve de asla vazgeçmeyeceğiz!” tweetiyle 292.308 beğeni, 57.090 retweet almıştır.



Görsel 99: Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğeni alan ikinci tweeti

3.) 23.06.2019 seçim günü: “Ne mutlu bana ki sevgi kazandı. Biz bu şehrin o güzel çocukları, bu şehrin vicdanı olan kadınları, bu şehrin enerjisi olan gençleri ve bu şehirde yaşayan herkes için çok çalışacağız” tweetiyle 281.719 beğeni, 28.375 retweet almıştır.



Görsel 100: Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğeni alan üçüncü tweeti

4.) 23.06.2019 seçim günü: “Biz buluşmak, uzlaşmak ve birbirimizi sevmek için geldik. Yıkın bütün ön yargıları, herkes için buradayız. Bu şehre adaleti getireceğiz, beraber çok güzel işler başaracağız” tweetiyle 269.331 beğeni, 38.534 retweet almıştır.



Görsel 101: Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğeni alan dördüncü tweeti

5.) 12.05.2019: “Şu mübarek Ramazan ayında bile yalanla ve iftirayla konuşanları Allah’a havale ediyorum. Bakan olursun, Başbakan olursun, TBMM Başkanı olursun ama ...” tweetiyle 255.924 beğeni, 49.376 retweet almıştır.



Görsel 102: Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğeni alan beşinci tweeti

Yukarıda ki çalışmada 06.05.2019 – 23.06.2019 Yenilenen İstanbul yerel Seçimlerinde Millet İttifakı Adayı “Ekrem İmaoğlu” nun twitter hesabını incelenmiştir. Ekrem İmamoğlu'nun 1 Mayıs 2019'daki takipçi sayısı 1.953.805 iken; YSK'nın seçimleri iptal kararını açıkladığı 6 Mayıs 2019 tarihinde 2.031.320 ye ulaştırmış. Yeni seçim sürecinin başlamış olduğu 7 Mayıs 2019 tarihinde takipçi sayısı 2.173.217 iken; seçim günü olan 23 Haziran 2019 tarihinde bu sayı 2.744.734' e ulaşmıştır. Ve bu tarihten 20 gün sonra olan 12 Temmuz 2019 tarihine bakıldığında bu sayının 2.979.893'e ulaştığı görülmektedir. Aday seçim çalışmalarını iptal edilen 31 Mart Yerel seçimlerindeki gibi aktif bir şekilde kullanmaya devam etmiştir. Gerçek hayatta yürüttüğü seçim çalışmaları ve kampanyalarını sosyal medya üzerinden aktif bir şekilde paylaşmıştır. Bunun dışında gerçek hayatta yürüttüğünden daha fazla seçmene ulaşmış ve gün geçtikçe İmamoğlu'nun takipçi ve etkileşim sayıları artmıştır. Adaylığını ilan ettiği günden beri twitter'ı, seçim boyunca gittiği ilçeler ve ilçelerdeki etkinlikleri, seçim vaatlerinin tekrarı ve yapmaya başladıkları (Öğrenci akbil indirimleri, bayramda ulaşım ücretinin ortadan kalkması, Halkalı' da 'Gündüz BakımEvi'nin açılışı gibi) çalışmaları duyurmak için 'sosyal medya siyasal iletişim'in ana aracı olarak kullanılmıştır'.

İmamoğlu halkın içine girerek; halkla yakın temaslar kurarak ve halkın her kesimini kucaklayan açıklamalarıyla tanınırlığını arttırmıştır. Seçim çalışmaları boyunca yürüttüğü kampanyaların konusu: İptal edilen 31 Mart seçimleri üzerinden adalet, hak hukuk temalarını daha sık işlemesi dikkat çekmiştir. Halka güveni, sevgiyi,

eşit yaklaşımına dair paylaşımları sıkça kullanılmıştır. Etkileşim oranlarındaki miktara bakıldığında; gençlere ve kadınlara yönelik söylemleri daha çok etkileşim getirdiği görülmüştür. Tüm bunların yanında, ailesinden, evinden, iftar sofralarından, gençler ve çocuklarla paylaşımlarıyla güven veren imaj yaratmıştır. Ekrem İmamoğlu, rakibi Binali Yıldırım'ın karşısındaki tanınma ihtiyacını sosyal medyayı kullanarak sağlamıştır ve Binali Yıldırım'ın takipçi sayısının çok altında başladığı halde 23 Haziran günü fazlasıyla geçtiği görülmüştür.

4.1.3 Seçim Çalışmaları Boyunca Twitter Üzerindeki Paylaşımlar Dikkate Alınarak Yapılan Kelime Analiz Çalışması

Bu bölümde YSK tarafından seçimlerinin yenileneceğinin açıklandığı 06.05.2019 tarihinden seçimlerin yapıldığı 23.06.2019 tarihleri arasındaki twitter paylaşımları dikkate alınarak bir kelime analiz çalışması yapılacaktır.

Ekrem İmamoğlu'nun Twitter hesabına Nvivo 12 Plus programı yoluyla içerik taraması yapıldığında ortaya aşağıdaki gibi kelime bulutları çıkmaktadır. Buradaki kelime bulutları, İmamoğlu'nun 06.05.2019 –23.06.2019 tarihleri arasında twitter paylaşımlarında en çok kullandığı kelimeleri göstermektedir. Kelime bulutlarına 2019, twitter, için ve http gibi kelimelerin bir anlam ifade etmeyeceği ve twitter paylaşımlarında yer aldıkları için çalışmanın daha net olması yönünden dahil edilmemiştir. Kelime bulutu içinde en çok kullanılan kelimeler büyük boyuta gösterilirken, kullanım miktarı azaldıkça kelimelerde küçülmektedir. Buradaki kelimelerin ortak özelliği hepsinin 1'den fazla kullanılmış olmasıdır.



Görsel 103: Nvivo 12 Plus programı Ekrem İmamoğlu kelime bulutu

Kelime bulutuna baktığımızda #herşeygüzelolacak hashtag'ini ortada ve daha büyük puntolu olduğunu görürüz. Bunun dışında göze çarpan kelimelerin; İstanbul, belediye, bugün, güzel, teşekkürler gibi kelimeler olduğu görülmektedir.

Word	Length	Count	Weighted Percentage (%)
#herşeyçokgüzelolacak	21	162	1,93
teşekkürler	11	41	0,49
istanbul	8	31	0,37
bugün	5	30	0,36
güzel	5	28	0,33
milyon	6	28	0,33
hemşehrilerimizle	17	27	0,32
olacak	6	22	0,26
gibi	4	21	0,25
olan	4	21	0,25
olsun	5	19	0,23
beraber	7	18	0,21
birlikte	8	17	0,20
konuşuyorum	9	17	0,20

Görsel 104: Nvivo 12 Plus programı Ekrem İmamoğlu kelime listesi

Ekrem İmamoğlu'nun 06.05.2019 – 23.06.2019 tarihleri arasında 1' den fazla kullandığı kelime sayısının 917 olduğu görülmüştür. En sık kullandığı kelimelerin ilk 5'i şu şekildedir:

1. #herşeyçokgüzelolacaktwitter etiketlemesi en sık kullandığı kelimedir:162 kere kullanmıştır.
2. Teşekkürler: 41 kere kullanılmıştır.

3. İstanbul: 31 kere kullanılmıştır.
4. Bugün: 30 kere kullanılmıştır.
5. Güzel ve Milyon : 28 kere kullanılmıştır.

4.2 CUMHURİTTİFAK'I ADAYI: BİNALİ YILDIRIM'IN YENİ SEÇİM DÖNEMİNDEKİ (06.05.2019-23.06.2019) TWİTTER İNCELEMESİ”

4.2.1 “Cumhur İttifak”ı Adayı Binali Yıldırım’ın 6 Mayıs 2019 – 23 Haziran 2019 Tarihleri Arasında En Çok Paylaşımında Bulunduğu Günler Üzerinden Yapılan İçerik İncelemesi

Binali Yıldırım’ın bu seçim döneminde iki ayrı twitter hesabı kullandığı görülmüştür. 31 Mart seçimlerinde aktif olan hesap sadece “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” twitter hesabıydı. Ancak Yıldırım’ın 23 Haziran seçimlerinde, seçim çalışmaları belirli tarihe kadar, belirli aralıklarla “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” hesabını kullandığı daha sonra da 27 Mayıstan itibaren “Binali Yıldırım” hesabını aktif bir şekilde kullandığı görülmüştür.

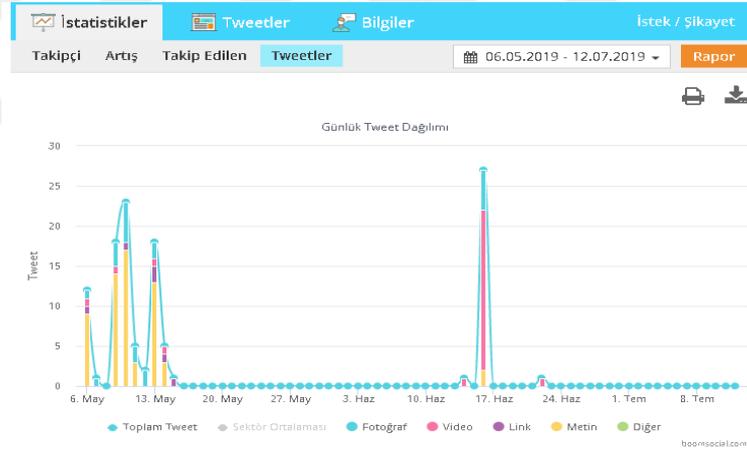


Görsel 105: Binali Yıldırım’ın “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” hesabı.

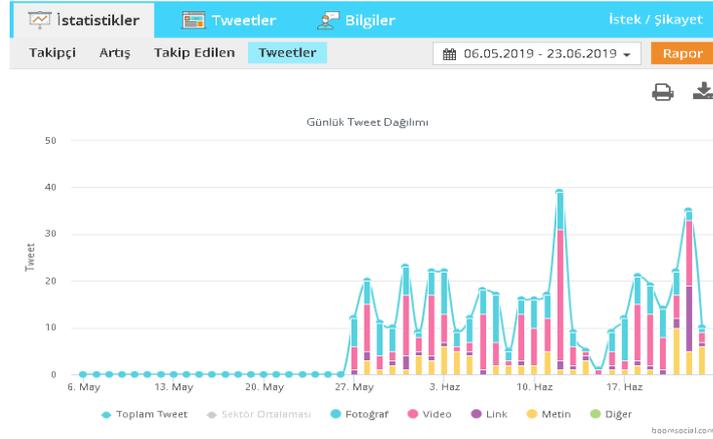


Görsel 106 Binali Yıldırım'ın kendi hesabı.

Bu sebeple çalışmaya her iki hesabı da dahil etmek durumundayız. 22 Mayıs tarihine kadar kullandığı “Binali Yıldırım İletişim Hesabı” dikkate alınacaktır. Daha sonra 27 Mayıs tarihinden itibaren kullanmaya başladığı “Binali Yıldırım” hesabı üzerinden çalışmaya devam edilecektir.



Görsel 107 “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” hesabı günlük tweet dağılım grafiği



Görsel 108 “Binali Yıldırım” hesabı günlük tweet dağılım grafiği

Yukarıdaki grafiklerde Binali Yıldırım’ın 6 Mayıs-23 Haziran arasındaki günlük tweet kullanım miktarları yer almaktadır. 6-15 Mayıs arasında “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” hesabını düzenli kullandığı, 15 Mayıs’tan 14 Haziran’a kadar hiç paylaşımda bulunmadığı ve 14 Haziran günü itibarıyla, sadece 16 Haziran ve 22 Haziran günlerinde kullandığı görülür. “Binali Yıldırım” hesabına bakıldığında ise; 27 Mayıs tarihinden itibaren 23 Haziran 2019 İstanbul Yerel Seçimleri gününe kadar aktif bir şekilde kullandığı görülmektedir. Bu sebeple çalışmamızı “en fazla tweet paylaşılan günler” sınırlamasıyla 6 Mayıs 2019 – 22 Mayıs 2019 tarihleri arası “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” hesabı incelenecek; 27 Mayıs – 23 Haziran gününe kadar ise aktif kullandığı “Binali Yıldırım” hesabı incelenecektir.

“Binali Yıldırım İletişim Ofisi” Twitter Hesabı

“Binali Yıldırım İletişim Ofisi” hesabının 06.05.2019 – 22.05.2019 tarihleri sadece 11 gün paylaşımda bulunduğu görülmektedir. Burada günlük tweet dağılım sayısındaki düzensizlik göze çarpar. Günlük tweet miktarları incelendiğinde; en az 1 tane, en fazla 27 tane tweet paylaşmıştır. Paylaşılan tweetlerin çoğu metin içerikli, daha sonra video ve fotoğraf içeriklidir. En az paylaşımda bulunduğu tweetlerin ise link içerikli olduğu görülür. O ile 27 arasında günlük tweet sayısı bulunmaktadır.

Bundan sonraki adımımız yukarıdaki günlük tweet paylaşımının gösterildiği grafikte bir önceki günlerdeki tweet sayısını geçen eğrilerdeki günlerin paylaşım, beğeni ve

etkileşim sayısı ele alarak tweet içeriklerini incelemek olacaktır. 6 Mayıs 2019 – 22 Mayıs 2019 tarihleri arasında “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” hesabı üzerinden; en çok paylaşımda bulunulan günler olarak belirlenen: 6 Mayıs 2019, 9 Mayıs 2019, 10 Mayıs 2019 ve 16 Haziran 2019 tarihlerindeki tweetler üzerinden paylaşım, beğeni ve etkileşim sayısı ele alarak tweet içeriklerinin incelemesi yapılacaktır.

1 Nisan: Seçim Sonucuna İtirazlar



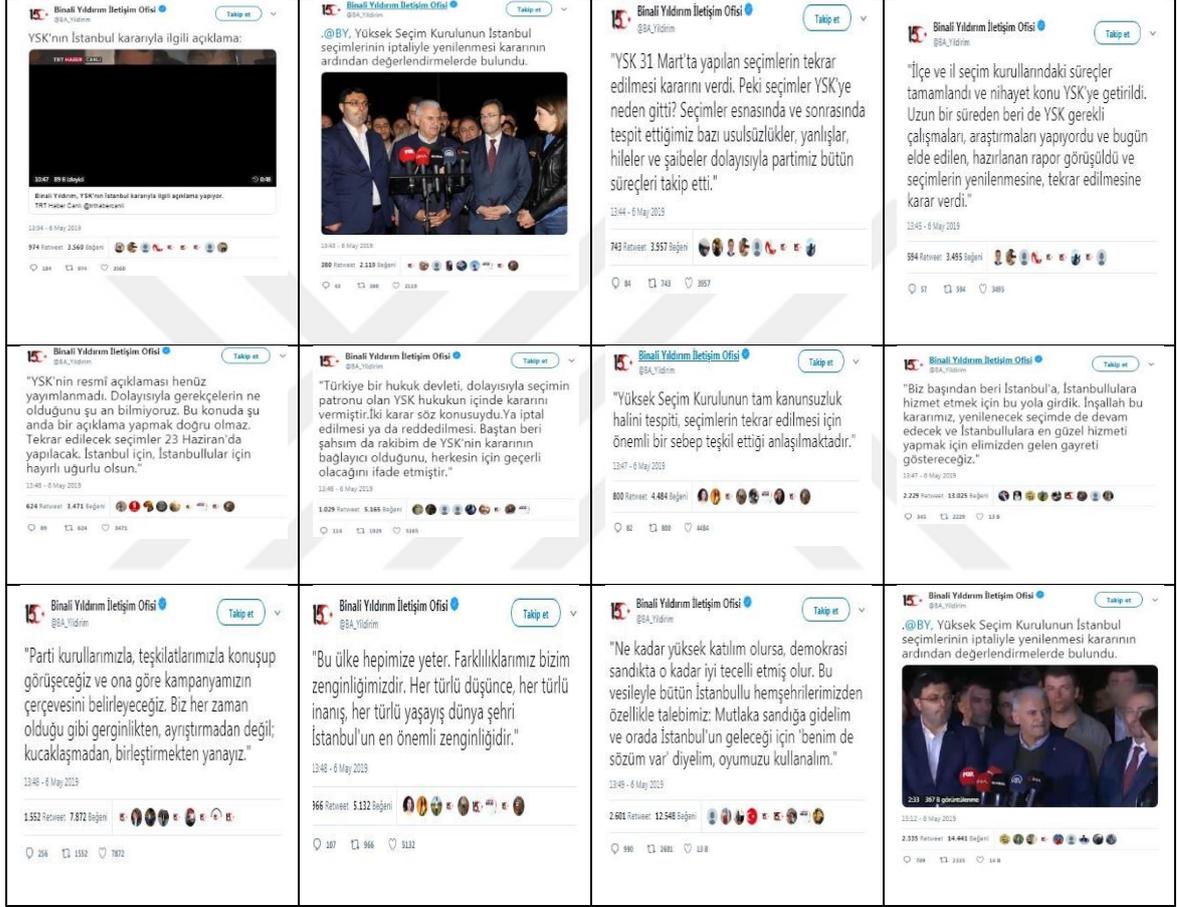
Görsel 109: Binali Yıldırım İletişim Ofisi hesabının 01.04.2019 tarihindeki tweetleri

1 Nisan 2019 tarihinde Yıldırım'ın takipçi sayısı 14.733 kişi artışıyla 1.292.430'a yükselmiştir. Günlük tweet sayısı; 8 metin ve 1 link olmak üzere toplamda 9'dür. 1 Nisan 2019 tarihinleri arasındaki tweetler toplamda; 74.730 beğeni, 14.708 retweet alarak 89.438 etkileşim gerçekleştiği görülmektedir En çok etkileşimi ise 17.507 beğeni ve 2.188 retweet miktarıyla: "İstanbul halkına teşekkür ediyorum.

Kazanan kim olursa olsun çok güzel bir seçim kampanyası geçirdik ve İstanbullular bizi can kulağıyla dinlediler ve bize güvendiler. Milyonlarca insanın sorumluluğunu omuzlarımızda hissediyoruz” metin mesajı almıştır. Diğer en yüksek paylaşım ise: 16.953 beğeni ve 3.921 retweet alan “Daha iyi anlaşılın diye şunu söylemekte yarar görüyorum. 31 bin 136 sandık var. Her sandıkta bir tane oy yanlış yazılmış olsa bu, 31 bin 136 eder ki aradaki farktan daha fazladır” metin mesajı olduğu görülmektedir. Bu tarihte herhangi bir ‘hashtag’ kullanılmadığı görülür.

Metin içeriklerine bakıldığında ise; İlk olarak; 31 Mart seçim sonuçlarına dair, Binali Yıldırımın basın açıklaması yaptığı TRT Haber linkinin yer aldığı görülür. Daha sonra ki paylaşımların hepsinin metin içerikli olduğu görülür: “Seçimleri yaptık, ülkemize ve İstanbulumuza hayırlı olsun. Birçok yerde gayriresmî olmayan sonuçlar açıklandı. İstanbul için henüz sayım devam ediyor”, “319 bin 500 iptal oy var.Aradaki fark 25 bin.Yani iptal oylar aradaki farkın on katından fazla gözüküyor.Bu, önemli bir detay. Bunun dışında; yapılan bazı usulsüzlük, yanlışlar, hatalı girişler var.Parti teşkilatımız, sandık kurulu arkadaşlarımız bunların tespitlerini yaptılar”, “Şimdi ne olacak? Şüphesiz YSK, mazbatayı kime verirse Başkan o olacak. Biz tebrik etmesini biliriz ancak sürecin de devam ettiğini söylemekte fayda var”, “Daha iyi anlaşılın diye şunu söylemekte yarar görüyorum. 31 bin 136 sandık var. Her sandıkta bir tane oy yanlış yazılmış olsa bu, 31 bin 136 eder ki aradaki farktan daha fazladır”, “AK Parti olarak 14 seçim yaptık, bu 15'inci seçimimiz. Her seferinde de partimizin tecrübeli kadroları, sandık başlarında sandık sonuç tutanaklarını alırlar ve bu veriler teşkilatımıza gelir. Bu veriler işlenir ve biz YSK'dan önce resmî olmayan sonuçları belirleriz”, “Dün 23.25 itibariyle elimize gelen sonuçlarda da böyle bir durum gördük ve bunun üzerine çıktık seçimin sonucunu açıkladık. Ondan bu tarafa yaşanan gelişmeler bizim için de yeni bir durumdur. Bu konunun da aydınlığa kavuşmasında yarar görüyorum”, “Ancak; bu süreçte partimiz, eldeki bilgi ve belgelerle hukuki süreci devam ettirecek ve sonunda YSK mazbatayı kime verirse başkan olur. Şu anda seçim, YSK'nın veya İl ve İlçe seçim kurullarının uhdesine geçmiştir. Bundan sonra bu süreci yönetecek olan bu kurullardır”, “İstanbul halkına teşekkür ediyorum. Kazanan kim olursa olsun çok güzel bir seçim kampanyası geçirdik ve İstanbullular bizi can kulağıyla dinlediler ve bize güvendiler. Milyonlarca insanın sorumluluğunu omuzlarımızda hissediyoruz” gibi metin mesajlarının yer aldığı görülmektedir.

6 Mayıs 2019: YSK' dan Seçim İptali Kararı



Görsel 110: Binali Yıldırım İletişim Ofisi hesabının 06.05.2019 tarihindeki tweetleri

6 Mayıs 2019 tarihinde Binali Yıldırım'ın twitter sayfasına baktığımızda, takipçi sayısının 887 kişi sayısı artışıyla, 1.358.909 olduğu görülmektedir. Günlük tweet sayısı; 9 metin, 1 fotoğraf, 1 video ve 1 link olmak üzere toplamda 12'dir.. 6 Mayıs 2019 tarihinleri arasındaki tweetler toplamda; 82.024 beğeni, 15.435 retweet olarak 97.459 etkileşim gerçekleştiği görülmektedir. En çok etkileşim alan tweet'e baktığımızda ise; 14.446 beğeni ve 2.336 retweet miktarıyla: Binali Yıldırım'ın İstanbul

seçimlerinin iptali kararına karşılık basın sorularını yanıtladığı bir video olduğu görülmektedir.

Tweet içerikleri incelendiğinde; İlk olarak YSK'nun seçimleri iptal etme kararına karşılık; Yıldırımın basın önünde değerlendirmelerde bulunduğu link yer almaktadır; ardından aynı konuyla ilgili aynı basın açıklamasından bir fotoğrafla paylaşılmıştır. “YSK 31 Mart'ta yapılan seçimlerin tekrar edilmesi kararını verdi. Peki seçimler YSK'ye neden gitti? Seçimler esnasında ve sonrasında tespit ettiğimiz bazı usulsüzlükler, yanlışlar, hileler ve şaibeler dolayısıyla partimiz bütün süreçleri takip etti”, “İlçe ve il seçim kurullarındaki süreçler tamamlandı ve nihayet konu YSK'ye getirildi. Uzun bir süreden beri de YSK gerekli çalışmaları, araştırmaları yapıyordu ve bugün elde edilen, hazırlanan rapor görüşüldü ve seçimlerin yenilenmesine, tekrar edilmesine karar verdi”, “YSK'nin resmî açıklaması henüz yayımlanmadı. Dolayısıyla gerekçelerin ne olduğunu şu an bilmiyoruz. Bu konuda şu anda bir açıklama yapmak doğru olmaz. Tekrar edilecek seçimler 23 Haziran'da yapılacak. İstanbul için, İstanbullular için hayırlı uğurlu olsun”, “Türkiye bir hukuk devleti, dolayısıyla seçimin patronu olan YSK hukukun içinde kararını vermiştir.İki karar söz konusuydu.Ya iptal edilmesi ya da reddedilmesi. Baştan beri şahsım da rakibim de YSK'nin kararının bağlayıcı olduğunu, herkesin için geçerli olacağını ifade etmiştir”, “Yüksek Seçim Kurulunun tam kanunsuzluk halini tespiti, seçimlerin tekrar edilmesi için önemli bir sebep teşkil ettiği anlaşılmaktadır“, “Biz başından beri İstanbul'a, İstanbullulara hizmet etmek için bu yola girdik. İnşallah bu kararımız, yenilenecek seçimde de devam edecek ve İstanbullulara en güzel hizmeti yapmak için elimizden gelen gayreti göstereceğiz”, “Parti kurullarımızla, teşkilatlarımızla konuşup görüşeceğiz ve ona göre kampanyamızın çerçevesini belirleyeceğiz. Biz her zaman olduğu gibi gerginlikten, ayrıştırmadan değil; kucaklaşmadan, birleştirmekten yanayız”, “Bu ülke hepimize yeter. Farklılıklarımız bizim zenginliğimizdir. Her türlü düşünce, her türlü inanış, her türlü yaşayış dünya şehri İstanbul'un en önemli zenginliğidir”, “Ne kadar yüksek katılım olursa, demokrasi sandıkta o kadar iyi tecelli etmiş olur. Bu vesileyle bütün İstanbullu hemşehrilerimizden özellikle talebimiz: Mutlaka sandığa gidelim ve orada İstanbul'un geleceği için 'benim de sözüm var' diyelim, oymuzu kullanalım” metin mesajları ard arda paylaşılmıştır. Ve en son yine Yıldırım'ın YSK kararı sonrası değerlendirmelerde bulunduğu video'nun paylaşıldığı görülmektedir.

9 Mayıs 2019

<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>.@BY, Fatih Camii'nde kıldığı ikindi namazının ardından Tufan Albayrak'ın cenaze namazına katıldı.</p> <p>Merhuma Allah'tan rahmet, ailesine başsağlığı diliyoruz.</p>  <p>08:45 - 9 May 2019</p> <p>718 Retweetler 4.219 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>.@BY, Pendik Sanayici ve İş Adamları Derneğinin düzenlediği iftar programında, ülkemizin ve İstanbulumuzun üretin gücü olan sanayicilerimizle bir araya geldi.</p>  <p>12:09 - 9 May 2019</p> <p>627 Retweetler 2.424 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Bildiginiz gibi İstanbul seçimlerinde maalesef sandıkta ve sonrasında bazı usulsüzlükler, düzensizlikler ve hatalar oldu. Bununla ilgili şahsım ve partimiz itiraz süreçlerini başlattık. İlçe ve il seçim kurullarında hukuk mücadelemizi verdik."</p> <p>12:20 - 9 May 2019</p> <p>1.337 Retweetler 4.639 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Bugün 'biz mağdur olduk' diyenler gerçeği söylemiyor. Gerçekte mağdur olan benim. Biz gürlüdü, patırtı yapmadık. Biz devlet adabı görmüş insanız. Bir konu hukuka intikal ettiyse onun sonucunu sessizce beklemek gerekiyor."</p> <p>12:22 - 9 May 2019</p> <p>4.924 Retweetler 18.772 Beğeni</p>
<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Geçerisiz oyların sayılması, benim oylarımın başka bir adaya yazılması gibi konulardan sadece oyların %10'u sayıldı, aradaki fark yaridan aşığıya indi. Birbirine yakın o almış iki aday var. Eğer yanlışlık yapıldıysa ikisine de aynı oranda oy çıkması lazım değil mi?"</p> <p>12:26 - 9 May 2019</p> <p>1.872 Retweetler 6.405 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Soruyorum size. Aradaki oy farkı binde bir küçük. 850 bin oy sayıldı, benim oylarımda artma var rakibiminki azalma var. Kim mağdur?"</p> <p>12:27 - 9 May 2019</p> <p>4.854 Retweetler 17.825 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"850 bin oy tekrar sayıldı ve aradaki fark 29 bin oydan 13 bin 729 oya düştü. Biz ısrarla dedik ki bu oylar yeniden sayılsın, burada çok büyük hatalar, düzensizlikler, hileler, oy hırsızlığı var fakat bu talebimiz maalesef kabul edilmedi."</p> <p>12:28 - 9 May 2019</p> <p>2.302 Retweetler 7.796 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Şunu adım gibi biliyorum. Eğer o oyların tamamı tekrar sayılırsa en az 60 bin oy farkla sandıktan birinci çıkacaktık. Hesabı belli. Yüzde 10'unda 16 bin oy eksilirse yüzde 90'ında ne kadar oy eksilecek onun hesabını kolayca yapabilirsiniz."</p> <p>12:29 - 9 May 2019</p> <p>2.245 Retweetler 7.296 Beğeni</p>
<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Bütün bunlar sandık kurullarının, sandık başkanlarının kanunlara uymayan şekilde teşkil ile oldu. Sadece 123 tane imzavis, boş seçim sayım tutanağı var. İmzalanmamış veya bomoş ama oylar işlenmiş. Neye göre işlenmiş? Bunları da topladığımızda 42 bin oy ediyor."</p> <p>12:29 - 9 May 2019</p> <p>1.526 Retweetler 4.855 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Neresinden bakarsanız bakın oy hırsızlığı açık seçik yapılmış. Bu hırsızlık YSK'de görülür ve iptal edilir."</p> <p>12:29 - 9 May 2019</p> <p>2.605 Retweetler 8.935 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Esasında YSK'ye yükleniyorlar. 'Efendim hukuk yok, YSK seçimi elimizden aldı.' Ankara'da seçim oldu, kazandınız hukuk var. Antalya'da kazandınız, hukuk var. Mersin'de, Adana'da kazandınız, hukuk var. İstanbul'da hileniz ortaya çıktı, 'hukuk yok' diye bas bas bağırıyorsunuz."</p> <p>12:30 - 9 May 2019</p> <p>3.359 Retweetler 11.137 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Bu reva mıdır? Seçim kurulu, yaptığı yanlış işlerle bizi de mağdur etmiştir. Şartları tutmayan insanları yaptığı iş ve işlemler yüzünden biz de mağduriyet yaşadık ama biz seçim kurulu üyelerine çete demedik, ağzımıza gelen hakaretleri yapmadık."</p> <p>12:32 - 9 May 2019</p> <p>2.083 Retweetler 7.273 Beğeni</p>
<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Konuşmadık, konuşmadık, ağır başlılığımızla sonucu bekledik diye ijiçe meydanı boş buldular. Kusura bakmasınlar. 31 Mart'ta sizlerin oylarını gasp edenlere 23 Haziran'da hesabını soracağız ve bu hesabın arkasında olacağız."</p> <p>12:33 - 9 May 2019</p> <p>4.067 Retweetler 13.888 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Hayatım boyunca hiçbir zaman hak etmediğim bir işin peşinde olmadım. Siz destek oldunuz, milletim destek oldu çok büyük yetkiler verdiniz. Milletvekili, Bakan, Başbakan, Meclis Başkanı yaptınız. İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığından daha ağır sorumluluklar verdiniz."</p> <p>12:24 - 9 May 2019</p> <p>5.477 Retweetler 25.584 Beğeni</p>  <p>12:24 - 9 May 2019</p> <p>2.431 Retweetler 9.666 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Ben burada da hep milletimin, vatandaşlarımızın arzu ettiği ve beklediği görevleri yaptım. Makam, mevki delisi bir insan olmadım. En büyük makamın insanların gözündeki makam olduğuna inandım. Bugün de hala ona inanıyorum."</p> <p>12:24 - 9 May 2019</p> <p>2.431 Retweetler 9.666 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Marmaray'ı, Avrasya'yı, Osmangazi Köprüsü'nü, hızlı treni, yollar, tünelleri, havalimanlarını yaparken hep kafamdaki düşünce 'halka hizmet Hakk'a hizmet' olmuştur. Bu inançla çalıştım, bundan sonra da aynı anlayış ve titizlikle milletim bana ne yetki verirse onu yapacağım."</p> <p>12:25 - 9 May 2019</p> <p>5.225 Retweetler 22.805 Beğeni</p>
<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim - 9 May</p> <p>"Hayatım boyunca hiçbir zaman hak etmediğim bir işin peşinde olmadım. Siz destek oldunuz, milletim destek oldu çok büyük yetkiler verdiniz. Milletvekili, Bakan, Başbakan, Meclis Başkanı yaptınız. İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığından daha ağır sorumluluklar verdiniz."</p> <p>12:24 - 9 May 2019</p> <p>5.477 Retweetler 25.584 Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>.@BY, Teravih namazında en kıymetlimiz çocuklarla</p> <p>Pendik Çamçşeme Merkez Camii</p>  <p>14:04 - 9 May 2019</p> <p>1.254 Retweetler 6.493 Beğeni</p>		

Görsel 111: Binali Yıldırım İletişim Ofisi hesabının 09.05.2019 tarihindeki ttweetleri

9 Mayıs 2019 tarihine bakıldığında, Binali Yıldırım'ın takipçi sayısının 1.373.960 olduğu görülmektedir. 9 Mayıs günü; 1 video, 3 fotoğraf ve 14 metin içerikli olmak üzere 18 tweet paylaşıldığı görülür. Günlük etkileşim oranı ise toplamda; 191.336 beğeni, 49.947 retweet olmak üzere 241.283'dir. En çok beğeni alan paylaşımı: 25.590 beğeni ve 5.478 retweet oranıyla "Hayatım boyunca hiçbir zaman hak etmediğim bir işin peşinde olmadım. Siz destek oldunuz, milletim destek oldu çok büyük yetkiler verdiniz. Milletvekili, Bakan, Başbakan, Meclis Başkanı yaptınız. İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığından daha ağır sorumluluklar verdiniz" metin mesajı olduğu görülür.

Tweet içeriklerine bakıldığında; Fatih Camii'nde düzenlenen Tufan Alpayrak'ın cenaze namazına katılımı ve ailesine taziye dilekleri, cenaze namazından fotoğraflarla paylaşılmıştır. Pendik Sanayici ve İş Adamları Derneğinin düzenlediği iftar programına katılım, fotoğraf eşliğinde paylaşılmıştır. "Bildiğiniz gibi İstanbul seçimlerinde maalesef sandıkta ve sonrasında bazı usulsüzlükler, düzensizlikler ve hatalar oldu. Bununla ilgili şahsım ve partimiz itiraz süreçlerini başlattık. İlçe ve il seçim kurullarında hukuk mücadelemizi verdik", "Bugün 'biz mağdur olduk' diyenler gerçeği söylemiyor. Gerçekte mağdur olan benim. Biz gürültü, patırtı yapmadık. Biz devlet adabı görmüş insanız. Bir konu hukuka intikal ettiyse onun sonucunu sessizce beklemek gerekiyor", "Geçersiz oyların sayılması, benim oylarımın başka bir adaya yazılması gibi konulardan sadece oyların %10'u sayıldı, aradaki fark yarıdan aşağıya indi. Birbirine yakın oy almış iki aday var. Eğer yanlışlık yapıldıysa ikisine de aynı oranda oy çıkması lazım değil mi?", "Soruyorum size. Aradaki oy farkı binde bir buçuk. 850 bin oy sayıldı, benim oylarımda artma var rakibiminkinde azalma var. Kim mağdur?", "850 bin oy tekrar sayıldı ve aradaki fark 29 bin oydan 13 bin 729 oya düştü. Biz ısrarla dedik ki bu oylar yeniden sayılsın, burada çok büyük hatalar, düzensizlikler, hileler, oy hırsızlığı var fakat bu talebimiz maalesef kabul edilmedi", "Şunu adım gibi biliyorum. Eğer o oyların tamamı tekrar sayılıyorsa en az 60 bin oy farkla sandıktan birinci çıkacaktık. Hesabı belli. Yüzde 10'unda 16 bin oy eksildiyse yüzde 90'ında ne kadar oy eksilecek onun hesabını kolayca yapabilirsiniz", "Bütün bunlar sandık kurullarının, sandık başkanlarının kanunlara uymayan şekilde teşkili ile oldu. Sadece 123 tane imzasız, boş seçim sayım tutanağı var. İmzalanmamış veya bomboş ama oylar işlenmiş. Neye göre işlenmiş? Bunları da topladığımızı 42 bin oy ediyor", "Neresinden

bakarsanız bakın oy hırsızlığı açık seçik yapılmış. Bu hırsızlık YSK'de görüldü ve iptal edildi”, “Esasında YSK'ye yükleniyorlar. 'Efendim hukuk yok, YSK seçimi elimizden aldı.' Ankara'da seçim oldu, kazandınız hukuk var. Antalya'da kazandınız, hukuk var. Mersin'de, Adana'da kazandınız, hukuk var. İstanbul'da hileniz ortaya çıktı, 'hukuk yok' diye bas bas bağıriyorsunuz”, “Bu reva mıdır? Seçim kurulu, yaptığı yanlış işlerle bizi de mağdur etmiştir. Şartları tutmayan insanların yaptığı iş ve işlemler yüzünden biz de mağduriyet yaşadık ama biz seçim kurulu üyelerine çete demedik, ağzımıza gelen hakaretleri yapmadık”, “Konuşmadık, konuşmadık, ağır başlılığımızla sonucu bekledik diye iyice meydanı boş buldular. Kusura bakmasınlar. 31 Mart'ta sizlerin oylarını gasp edenlere 23 Haziran'da hesabını soracağız ve bu hesabın arkasında olacağız”, “Hayatım boyunca hiçbir zaman hak etmediğim bir işin peşinde olmadım. Siz destek oldunuz, milletim destek oldu çok büyük yetkiler verdiniz. Milletvekili, Bakan, Başbakan, Meclis Başkanı yaptınız. İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığından daha ağır sorumluluklar verdiniz”, “Ben burada da hep milletimin, vatandaşlarımızın arzu ettiği ve beklediği görevleri yaptım. Makam, mevki delisi bir insan olmadım. En büyük makamın insanların gönlündeki makam olduğuna inandım. Bugün de hala ona inanıyorum”, “Marmaray'ı, Avrasya'yı, Osmangazi Köprüsü'nü, hızlı treni, yolları, tünelleri, havalimanlarını yaparken hep kafamdaki düşünce 'halka hizmet Hakk'a hizmet' olmuştur. Bu inançla çalıştım, bundan sonra da aynı anlayış ve titizlikle milletim bana ne yetki verirse onu yapacağım” metin içerikli tweetlerin paylaşıldığı görülmektedir. Daha önce paylaştığı “Hayatım boyunca hiçbir zaman hak etmediğim bir işin peşinde olmadım. Siz destek oldunuz, milletim destek oldu çok büyük yetkiler verdiniz. Milletvekili, Bakan, Başbakan, Meclis Başkanı yaptınız. İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığından daha ağır sorumluluklar verdiniz” tweet'in link'i paylaşılmıştır. Ve son olarak; Pendik Çam Çeşme Merkez Camii'nden bir çocukla birlikte olan fotoğraf eşliğinde “.@BY, Teravîh namazında en kıymetlimiz çocuklarla” mesajı birlikte paylaşılmıştır.

10 Mayıs 2019

<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Dün geceki Teravih Namazından sonra Seda Hanım sağ olsun bizleri çaya davet etti ve seçim sonrası için sözlüştük. İnşallah 23 Haziran zaferinden sonra kendilerini ayrıca ziyaret edeceğiz."</p>  <p>01:45 - 10 May 2019</p> <p>1.530 Retweet 8.832 Beğeni</p> <p>215 1.530 8832</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>Cuma namazı sonrası basın mensuplarının gündeme ilişkin sorularını cevapladık.</p> <p>Üsküdar Hz. Ali Camii</p>  <p>00:24 - 10 May 2019</p> <p>480 Retweet 2.516 Beğeni</p> <p>48 480 2516</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Cumhur İttifakı devam ediyor. Sayın @dbdevletbahceli de İstanbul'da kampanyayı yürütecek. Biz de aynı şekilde bazı ortak programları gerçekleştireceğiz. İnşallah güzel bir sonuç elde edeceğiz."</p> <p>00:26 - 10 May 2019</p> <p>1.175 Retweet 5.278 Beğeni</p> <p>270 1.175 5278</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"YSK'nin geniş gerekçeli kararı henüz yayımlanmadı. Geniş kapsamlı kararda her şey görülecektir. Seçimlerin yenilenme kararıyla ilgili sadece kanuna uygun olmayan sandık başkanı veya memur üyesi değil, bunların görev yaptığı sandıktaki sonucu etkileyecek oy değişikliği de var."</p> <p>06:27 - 10 May 2019</p> <p>995 Retweet 3.658 Beğeni</p> <p>44 995 3658</p>
<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Büyükşehir Belediyesine oy kullanılan 123 sandıktan 22 tanesi tamamen boş, hiç oy yok, oy işlenmemiş. Geriye kalan 101 tanesinde de çeteleler ve sayım sonuç tutanağı var ama hiçbir imza yok. Dolayısıyla oradaki rakamların doğru olup olmadığını teyit edecek bir şey yok."</p> <p>00:28 - 10 May 2019</p> <p>1.569 Retweet 5.227 Beğeni</p> <p>57 1.569 5227</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Üst üste topladığınızda 123 seçim sayım sonuç tutanağı veya çetele toplam 42 bin oya tekabül ediyor. Bu ne demek oluyor? İki aday arasındaki fark 13 bin 729. 42 bin oy kaydedilmemişse, sağlıklı kayıtlara geçmemişse bu aradaki farkın üç katından fazla."</p> <p>00:28 - 10 May 2019</p> <p>1.556 Retweet 7.343 Beğeni</p> <p>388 1.556 7343</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Hem kanuna uygun olmayan görevlilerin atanması, hem de bu görevlilerin görev yaptığı sandıklarda Büyükşehir Belediyesine ait sayım sonuç tutanaklarının bu şekilde eksik olması, boş olması birleştirildiğinde; açıkça seçimin sonuçlarını etkileyecek bir durum meydana çıkıyor."</p> <p>06:29 - 10 May 2019</p> <p>1.565 Retweet 4.363 Beğeni</p> <p>87 1.565 4363</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Türkiye özgür ve demokratik bir ülke. Herkes görüşünü ortaya koyabilir. Sanatçılar bir aday etrafında ideolojik bir kümeleme yapmak yerine, görüşlerini tek tek ifade edebilirler bunda bir beis yok ama açık taraf tutmak, onların sanat kariyerine de çok büyük fayda sağlamaz."</p> <p>06:30 - 10 May 2019</p> <p>1.408 Retweet 6.948 Beğeni</p> <p>177 1.408 6948</p>
<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Sandığa gitmek, demokrasinin gereği. İstanbul'da yaşayan bütün oy verecek hemşehrilerimizin genç, kadın, erkek herkesin bu demokratik hakkı kullanmalarını önemsiyoruz. Özellikle şehrin geleceğinde "benim de sözüm var" diyen bütün İstanbulluların bu seçimde oy vermeye davet ediyoruz"</p> <p>06:30 - 10 May 2019</p> <p>2.187 Retweet 9.832 Beğeni</p> <p>386 2.187 9832</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>Bayrampaşa Halindeyiz</p>  <p>Cumhur İttifakı İstanbul Adayı Binali Yıldırım, Bayrampaşa Halinde düzenlene... TRT Haber Camii @trtabercami</p> <p>10:05 - 10 May 2019</p> <p>886 Retweet 3.897 Beğeni</p> <p>92 886 3897</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>İftarımız, Bayrampaşa Sebze ve Meyve Hali esnafımızla birlikte yaptık.</p> <p>Gece gündüz demeden vatandaşımızın ihtiyacını karşılamak için gayret gösteren hal çalışanlarımıza teşekkür ediyoruz.</p>  <p>12:34 - 10 May 2019</p> <p>496 Retweet 3.047 Beğeni</p> <p>48 496 3047</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Her gün 15 milyon İstanbullunun sebze meyve ihtiyacını karşılıyorsunuz. 571 esnaf 366 dönüm bir alanda yılda 3 milyon ton sebze meyve buradan geliyor. Halcilerin halinden anlıyoruz."</p> <p>12:34 - 10 May 2019</p> <p>928 Retweet 4.142 Beğeni</p> <p>78 928 4142</p>
<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Hal komisyoncusu; tefeci, terörist değildir. Halciler, alınının teriyle ekmeğini kazanan insanlardır. Hallerdeki çalışmaları yakından takip edeceğiz. Hal esnafını, haldeki komisyoncuları, üreticinin malının semt pazarlarına gitmesinde adeta garantör olarak görüyoruz."</p> <p>12:35 - 10 May 2019</p> <p>1.536 Retweet 7.583 Beğeni</p> <p>279 1.536 7583</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Sebze, meyve fiyatlarındaki dalgalanmaların özü, mevsim şartları, arz talep dengesinin bozulması ve tedarik sistemindeki yetersizliktir. Tarladan mal çıkıp buraya gelinceye kadar dörtte bir oranında fire veriliyor. Fire oranını düşürmemiz, saklama zamanını uzatmamız lazım."</p> <p>12:35 - 10 May 2019</p> <p>1.406 Retweet 6.743 Beğeni</p> <p>336 1.406 6743</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Çalışanların ziyaretçilerinin rahat vakit geçirebilmesi için buraya bir sosyal tesis yapılmasıyla ilgili çalışmayı sizlerle birlikte gerçekleştireceğiz. Bunun da sözünü veriyorum."</p> <p>12:35 - 10 May 2019</p> <p>1.020 Retweet 4.689 Beğeni</p> <p>57 1.020 4689</p>	<p>Binali Yıldırım İletişim Ofisi @BA_Yildirim</p> <p>"Ülkemiz ne kadar zenginleşirse, refah seviyemiz ne kadar artarsa bundan en büyük payı vatandaşımız alacaktır. Milletimizin, İstanbul'un, pazarlarımız ve hepimizin menfaatine olan işleri ortak akıl alarak görüşeceğiz ve takipçisi olacağız."</p>  <p>12:36 - 10 May 2019</p> <p>1.238 Retweet 5.483 Beğeni</p> <p>58 1.238 5483</p>



Görsel 112: Binali Yıldırım Ofisi hesabının 10.05.2019 tarihindeki tweetleri

Binali Yıldırım'ın 10 Mayıs 2019 tarihli tweetler sayfası incelendiğinde, takipçi sayısının bir önceki güne göre 5.400 kişi artışıyla 1.379.360'a yükseldiği görülmektedir. Bu tarihte günlük paylaşılan tweet sayısı incelendiğinde; 17 metin, 5 fotoğraf ve 1 link bağlantılı olarak 23 tweet paylaşıldığı görülmektedir. Toplamda bu tweetler üzerinden 163.927 beğeni, 36.417 retweet alınarak 200.344 etkileşim gerçekleştiği görülmektedir. En çok beğeniye ise 17.221 beğeni ve 3.964 retweet oranıyla: "Niye bu kadar seçimin yenilenmesinden korkuyorsun? Korkma kardeşim, bizim milletimiz ferasetlidir. Elbette hak yerini bulacaktır. Bunların peşine takılan iç ve dış mihraklara hak ettikleri en güzel cevabı yine sandıkta milletin iradesiyle vereceğiz" metin içerikli tweet olduğu görülmektedir. Bu tarihte hashtag kullanımı görülmemiştir.

Tweet içeriklerine bakıldığında, ilk olarak; önceki akşam teravih namazı sonrası vatandaşın daveti üzerine ziyarete giden Yıldırım'ın, ev halkıyla fotoğrafı eşliğinde "Dün geceki Teravih Namazından sonra Seda Hanım sağ olsun bizleri çaya davet etti ve seçim sonrası için sözleştik. İnşallah 23 Haziran zaferinden sonra kendilerini ayrıca ziyaret edeceğiz" mesajı birlikte paylaşıldığı görülür. Üsküdar Hz Ali Camii'n de Cuma namazı sonrası basın'ın sorularını cevaplaması fotoğraf eşliğinde verilmiştir. Ardından 7 tane metin içerikli tweetler paylaşıldığı görülmektedir ; "Cumhur İttifakı devam ediyor. Sayın @dbdevletbahceli de İstanbul'da kampanyayı yürütecek. Biz de aynı şekilde bazı ortak programları gerçekleştireceğiz. İnşallah güzel

bir sonuç elde edeceğiz”, “YSK'nin geniş gerekçeli kararı henüz yayımlanmadı. Geniş, kapsamlı kararda her şey görülecektir. Seçimlerin yenilenme kararıyla ilgili sadece kanuna uygun olmayan sandık başkanı veya memur üyesi değil, bunların görev yaptığı sandıktaki sonucu etkileyecek oy değişikliği de var”. “Büyükşehir Belediyesine oy kullanılan 123 sandıktan 22 tanesi tamamen boş, hiç oy yok, oy işlenmemiş. Geriye kalan 101 tanesinde de çeteleler ve sayım sonuç tutanağı var ama hiçbir imza yok. Dolayısıyla oradaki rakamların doğru olup olmadığını teyit edecek bir şey yok”. “Üst üste topladığımızda 123 seçim sayım sonuç tutanağı veya çetele toplam 42 bin oya tekbül ediyor. Bu ne demek oluyor? İki adayın arasındaki fark 13 bin 729. 42 bin oy kaydedilmemişse, sağlıklı kayıtlara geçmemişse bu aradaki farkın üç katından fazla”, “Hem kanuna uygun olmayan görevlilerin atanması, hem de bu görevlilerin görev yaptığı sandıklarda Büyükşehir Belediyesine ait sayım sonuç tutanaklarının bu şekilde eksik olması, boş olması birleştirildiğinde; açıkça seçimin sonuçlarını etkileyecek bir durum meydana çıkıyor”, “Türkiye özgür ve demokratik bir ülke. Herkes görüşünü ortaya koyabilir. Sanatçılar bir aday etrafında ideolojik bir kümelenme yapmak yerine, görüşlerini tek tek ifade edebilirler bunda bir beis yok ama açık taraf tutmak, onların sanat kariyerine de çok büyük fayda sağlamaz”, “Sandığa gitmek, demokrasinin gereği. İstanbul'da yaşayan bütün oy verecek hemşehrilerimizin genç, kadın erkek herkesin bu demokratik hakkı kullanmalarını önemsiyoruz. Özellikle şehrin geleceğinde 'benim de sözüm var' diyen bütün İstanbulluları bu seçimde oy vermeye davet ediyoruz”. Ardından; Bayrampaşa'da, sebze ve meyve hali esnafıyla iftara katılan Binali Yıldırım'ın konuşması TRT Haber kaynaklı link paylaşımına yer verildiği görülür. Sonra da, bu iftar yemeği sonrası Yıldırım'ın esnaf halkıyla bir arada fotoğraflarla “İftarımızı, Bayrampaşa Sebze ve Meyve Hali esnafımızla birlikte yaptık. Gece gündüz demeden vatandaşımızın ihtiyacını karşılamak için gayret gösteren hal çalışanlarımıza teşekkür ediyoruz” metin mesajıyla birlikte paylaşıldığı görülür. Bu paylaşımın ardından 4 adet metin mesajlarına yer verilmiştir: “Her gün 15 milyon İstanbullunun sebze meyve ihtiyacını karşılıyorsunuz. 571 esnaf 366 dönüm bir alanda yılda 3 milyon ton sebze meyve buradan geliyor. Halcilerin halinden anlıyoruz”, “Hal komisyoncusu; tefeci, terörist değildir. Halciler, alınının teriyle ekmeğini kazanan insanlardır. Hallerdeki çalışmaları yakından takip edeceğim. Hal esnafını, haldeki komisyoncuları, üreticinin malının semt pazarlarına gitmesinde adeta garantör olarak

görüyoruz”, “Sebze, meyve fiyatlarındaki dalgalanmaların özü, mevsim şartları, arz talep dengesinin bozulması ve tedarik sistemindeki yetersizliktir. Tarladan mal çıkıp buraya gelinceye kadar dörtte bir oranında fire veriliyor. Fire oranını düşürmemiz, saklama zamanını uzatmamız lazım”, “Çalışanların ziyaretçilerinin rahat vakit geçirebilmesi için buraya bir sosyal tesis yapılmasıyla ilgili çalışmayı sizlerle birlikte gerçekleştireceğiz. Bunun da sözünü veriyorum”. Bir iftar sofrasından çekilen fotoğraf ile birlikte; “Ülkemiz ne kadar zenginleşirse, refah seviyemiz ne kadar artarsa bundan en büyük payı vatandaşımız alacaktır. Milletimizin, İstanbul'un, pazarcımızın ve hepimizin menfaatine olan işleri ortak akıl olarak görüşeceğiz ve takipçisi olacağız” mesajı paylaşılmıştır. Esenler halkla buluşmadan fotoğraf paylaşımı ile birlikte “Muhteşemdin Esenler” mesajı birlikte paylaşılmıştır. Ve ardından yine 6 adet metin içerikli tweet paylaşımları görülmektedir: “Esenler’i birinci yaptınız, gönül belediyeciliğinde en yükseğe çıkardınız. Bunun için sizlere teşekkür ediyorum. [@mt_goksu](#) Başkanımıza da başarılarının devamını diliyorum. Hayırlı uğurlu olsun”, “Gençler! 31 Mart’ta bana destek verdiniz bunu biliyorum ancak sizin desteğinizi, sizin oylarınızı sandıkta iç ettiler. Bu oy hırsızlığına YSK ‘dur’ dedi. Mağdur edebiyatı yapanlara siz bakmayın, asıl mağdur olan biziz”, “Niye bu kadar seçimin yenilenmesinden korkuyorsun? Korkma kardeşim, bizim milletimiz ferasetlidir. Elbette hak yerini bulacaktır. Bunların peşine takılan iç ve dış mihraklara hak ettikleri en güzel cevabı yine sandıkta milletin iradesiyle vereceğiz”, “İstanbul bizim evimiz, işimiz, geleceğimizdir. Bu heyecan, bu aşk, bu azimle evelallah bu yanlışı 23 Haziran’da düzeltereğimize yürekten inanıyorum”, Bizim tek bir şeye ihtiyacımız var: Bir olacağız, iri olacağız, diri olacağız, kardeş olacağız, ay yıldızlı bayrağımız altında hür ve bağımsız olarak birlikte yaşayacağız”, “Önceki dönem Kağıthane Belediye Başkanımız [@Fazli_Kilic](#)’in kıymetli annesinin vefatını teessürle öğrendim. Merhumeye Allah’tan rahmet, Fazlı Bey başta olmak üzere ailesine başsağlığı ve sabır diliyorum”.

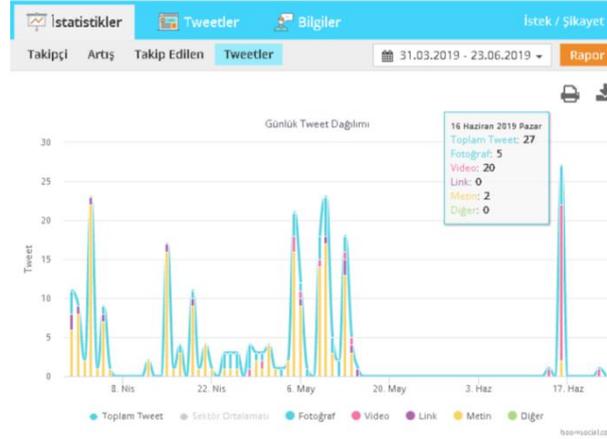
16 Haziran 2019

<p>Binali Yıldırım Beşinci Ofis @B.Yildirim · 16 Haz 2019</p> <p>"Oylarımız sayılırlarken birtakım gari ip işleri altında ve seçime girilme kararıyla, YSK'de seçimin sahibi olması sebebiyle seçimin yenilenmesine karar verildi. Biz bu seçimin yenilenmesi için çok çabaladık ama CHP bize bu konuda yardımcı olmadı ve oyların yeniden sayılmasını reddettiler."</p>  <p>13.0K Retweet · 18.6K Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım Beşinci Ofis @B.Yildirim · 16 Haz 2019</p> <p>"Önceki seçimler için gari işler ve seçime girilme kararıyla, YSK'de seçimin sahibi olması sebebiyle seçimin yenilenmesine karar verildi. Biz bu seçimin yenilenmesi için çok çabaladık ama CHP bize bu konuda yardımcı olmadı ve oyların yeniden sayılmasını reddettiler."</p>  <p>13.0K Retweet · 18.6K Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım Beşinci Ofis @B.Yildirim · 16 Haz 2019</p> <p>"Önceki seçimler için gari işler ve seçime girilme kararıyla, YSK'de seçimin sahibi olması sebebiyle seçimin yenilenmesine karar verildi. Biz bu seçimin yenilenmesi için çok çabaladık ama CHP bize bu konuda yardımcı olmadı ve oyların yeniden sayılmasını reddettiler."</p>  <p>13.0K Retweet · 18.6K Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım Beşinci Ofis @B.Yildirim · 16 Haz 2019</p> <p>"4 pusula meselesi tamamen akladı. 4 ayın pusulası var ama itiraz edilen Büyükşehir Belediye Başkanlığı oyu. Yani itiraz olan oy pusulası sayılır, işi çarpıtmanın bir anlamı yok. CHP neden Sancaktepe'de itiraz etti. Demek ki orada güşehri var. Zarf aynı sayım farklı."</p>  <p>8.70K Retweet · 18.0K Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım Beşinci Ofis @B.Yildirim · 16 Haz 2019</p> <p>"Ekrem Bey'in, 'biz yeniden sayılmasına itiraz etmedik' demesi kocaman bir yalan. Elimizde CHP'nin İl Seçim Kuruluna yaptığı müracaat var. Gece saat 22.00'de ve 5. dk içinde aldığı ret kararı var. YSK'de ret kararına uydu ve ilçeleveli sayımları devam ettirdi. Tamamını saydırmadı!"</p>  <p>11.7K Retweet · 23.9K Beğeni</p>
<p>Binali Yıldırım Beşinci Ofis @B.Yildirim · 16 Haz 2019</p> <p>"31 Mart gecesi Anadolu Ajansı ile görüşmedim, görüşmem 'görüşüm' demim. Benim em tahammül edemeyeceği şey yalandır. Her şeyi toliere edicim ama yalanı asla."</p>  <p>5.18K Retweet · 23.9K Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım Beşinci Ofis @B.Yildirim · 16 Haz 2019</p> <p>"25 yıldır AK Parti belediyeçiliği. İstanbul'a çok şey kazandı. Kişi başı 1994'te 14 TL, şimdi ise 101 TL su veriliyor. Su indirimi AK Parti'nin en önemli başarısıydı. İttifakla kabul edildi. Ekrem Bey'in önerdiği indirim tarza değil, bizim indirim tarzımız kabul gördü."</p>  <p>7.18K Retweet · 18.0K Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım Beşinci Ofis @B.Yildirim · 16 Haz 2019</p> <p>"Niye #GönüllüBelediyeçiliği kazandı? Çok açık bir şey söyleyeyim: Meclis üyeliğinin 180 tanesini kazandık. Millet İttifakı, CHP ve diğerleri 130 kazandı; 39 belediye'nin 25'ini kazandı ve nüfusun da %65'ini temsil ediyor. Ne yapacağız, seçmene kaybettik mi diyecektik?"</p>  <p>4.80K Retweet · 12.7K Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım Beşinci Ofis @B.Yildirim · 16 Haz 2019</p> <p>"Veri dediklerine aynı işleri, kopyalama aynı işleri. İstanbul'un verileri zaten bir yerde değil, iki yerde yedekleniyor. Veri kopyalama işi bir FEİO taktiğidir. FEİO bunu göçme yaptı. Organları 3 uzman getirmek de bağlı başına fecattır."</p>  <p>12.2K Retweet · 21.2K Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım Beşinci Ofis @B.Yildirim · 16 Haz 2019</p> <p>"Her seçimin sonucu kabul edilir. Seçim hukukü, demokratik bir işleme seçime itiraz hakkı. Bu hakkı kimsenin yok sayma şansı yoktur. Uydurma gerekçelerle de itiraz yapılmaz. İmzalı tutanaklarda bir sıkıntı görüyorsanız elbette ki itiraz hakkımızı kullanınız."</p>  <p>4.18K Retweet · 18.0K Beğeni</p>
<p>Binali Yıldırım Beşinci Ofis @B.Yildirim · 16 Haz 2019</p> <p>"Ekrem Bey, çarpıtma işini aliskanlık haline getirdi. Soruları aldı, dedi, almadım. 'Biri araf içinde' dedi. Sayıştay raporları yalandır. Vali'den özer dileme işi bitmiş ama basitlik diye bir icatla bulunduk. Artık milletten özür dilemeliyiz, millete yalan söylemişiz."</p>  <p>13.0K Retweet · 24.7K Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım Beşinci Ofis @B.Yildirim · 16 Haz 2019</p> <p>"Vakıflara yılda 3 milyar, 108 milyon lira para aktarıldığı Sayıştay raporunda yok. Yalan olduğu İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından defalarca açıklandı. Bütün bunların doğru olmadığı ortaya çıktı. Ben artık İstanbul'u konuşmak istiyorum."</p>  <p>4.00K Retweet · 14.0K Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım Beşinci Ofis @B.Yildirim · 16 Haz 2019</p> <p>"İstanbul'da 23 bin vakıf ve destek var. Belediyeler bu kuruluşlara nakdi destek yapamaz. Söylenen vakıflara bir kuruş yardım yapılmaz, yapılmaz."</p>  <p>4.7K Retweet · 12.7K Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım Beşinci Ofis @B.Yildirim · 16 Haz 2019</p> <p>"İnsanların yükünü hafifletecek birçok müjdemiz var. Gelecek 5 yıl içinde yatırımlarla 500 bin işi ihdim sağlamak. Tuzla'da Biyoteknoloji vadisi. Pendik'te teknoloji geliştirme merkezi kuracağız. Atatürk Havalimanı'nı Millet Bahçesi ve fuar merkezi yapacağız."</p>  <p>4.8K Retweet · 12.3K Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım Beşinci Ofis @B.Yildirim · 16 Haz 2019</p> <p>"İstanbul'da 30 mahallede 955 kreş açacağız. Ekrem Bey, Beşiktaş'ta 11 kreş vadedi, 1 tanesini yapabiliş. Önemli olan verdiğimiz vadedi yerine getirmektir. Siyasetçinin kalitesi oradan belli olur."</p>  <p>14K Retweet · 17K Beğeni</p>
<p>Binali Yıldırım Beşinci Ofis @B.Yildirim · 16 Haz 2019</p> <p>"Tuzla'da 30 mahallede 955 kreş açacağız. Ekrem Bey, Beşiktaş'ta 11 kreş vadedi, 1 tanesini yapabiliş. Önemli olan verdiğimiz vadedi yerine getirmektir. Siyasetçinin kalitesi oradan belli olur."</p>  <p>14K Retweet · 17K Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım Beşinci Ofis @B.Yildirim · 16 Haz 2019</p> <p>"Kamu adına hizmet görüyorsanız, bir memur dahi olsun mal varlığı beyanı yapmak zorundasınız. Biz mal varlığımızla geçimimizle, yaptıklarımızla her zaman hesap verdik. Bundan sonra da hem burada, hem de öbür tarafta hesap vermeye hazırız."</p>  <p>4.00K Retweet · 14.0K Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım Beşinci Ofis @B.Yildirim · 16 Haz 2019</p> <p>"Suriyeliler, öldüren kağıtları. Canlarını kurtarmak için bize sığınmış, biz de inancımız gereği mülhali ettik. Geçici koruma statüsündeler. Afın Hareketi sonrasında 500 bine yakını geri döndü. Fıratın doğusunu da temizleyince geri döneler."</p>  <p>14K Retweet · 17K Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım Beşinci Ofis @B.Yildirim · 16 Haz 2019</p> <p>"İstanbul'un 300 mahallesinde 955 kreş açacağız. Ekrem Bey, Beşiktaş'ta 11 kreş vadedi, 1 tanesini yapabiliş. Önemli olan verdiğimiz vadedi yerine getirmektir. Siyasetçinin kalitesi oradan belli olur."</p>  <p>14K Retweet · 17K Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım Beşinci Ofis @B.Yildirim · 16 Haz 2019</p> <p>"İstanbul'da 30 mahallede 955 kreş açacağız. Ekrem Bey, Beşiktaş'ta 11 kreş vadedi, 1 tanesini yapabiliş. Önemli olan verdiğimiz vadedi yerine getirmektir. Siyasetçinin kalitesi oradan belli olur."</p>  <p>14K Retweet · 17K Beğeni</p>
<p>Binali Yıldırım Beşinci Ofis @B.Yildirim · 16 Haz 2019</p> <p>"Yeşil alan bir şehir için önemli. Silivri'den Pendik'e 20 tane yeşil koridor projemizi gerçekleştireceğiz. Denenli İhya edip 37 milyon 500 bin metrekare yeşil alanı İstanbul'a kazandıracız."</p>  <p>3.0K Retweet · 12.4K Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım Beşinci Ofis @B.Yildirim · 16 Haz 2019</p> <p>"Yeşil alan bir şehir için önemli. Silivri'den Pendik'e 20 tane yeşil koridor projemizi gerçekleştireceğiz. Denenli İhya edip 37 milyon 500 bin metrekare yeşil alanı İstanbul'a kazandıracız."</p>  <p>3.0K Retweet · 12.4K Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım Beşinci Ofis @B.Yildirim · 16 Haz 2019</p> <p>"Gençler benim kankam. Gençlere 10 GB ücretsiz internet vereceğiz. Müzeler ve tiyatrolar bütün gençlere ücretsiz olacak. Spor tesislerinden ücretsiz yararlanacaklar ayrıca motosikletli gençler her iki köprüden de serbest olacak."</p>  <p>3.1K Retweet · 10.7K Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım Beşinci Ofis @B.Yildirim · 16 Haz 2019</p> <p>"Gençler benim kankam. Gençlere 10 GB ücretsiz internet vereceğiz. Müzeler ve tiyatrolar bütün gençlere ücretsiz olacak. Spor tesislerinden ücretsiz yararlanacaklar ayrıca motosikletli gençler her iki köprüden de serbest olacak."</p>  <p>3.1K Retweet · 10.7K Beğeni</p>	<p>Binali Yıldırım Beşinci Ofis @B.Yildirim · 16 Haz 2019</p> <p>"Ulaşım benim işim, tevazuyu lazım yok. Türkiye'de bu işi hallettim. 16 yıl boyunca Türkiye'nin her tarafını bölümlük yollarla donattık. Hava yolunu halkın yolu yaptık. Hızli treni getirdik. Yurdun her köşesini akil yollar ve internetle adeta ördük. İstanbul'da da hallettiçim."</p>  <p>3.0K Retweet · 10.7K Beğeni</p>

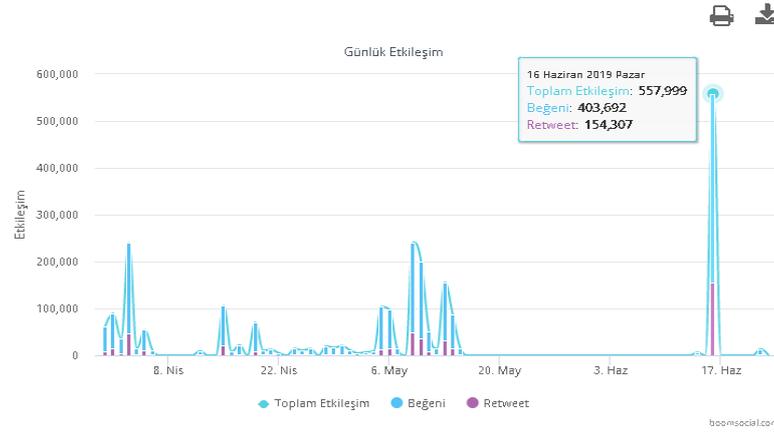


Görsel 113: Binali Yıldırım İletişim Ofisi hesabının 16 Haziran 2019 tarihindeki tweetleri

16 Haziran 2019’ da Binali Yıldırım’ın takipçi sayısının 421 kişi sayısı artışıyla 1.414.192 olduğu görülmektedir. Günlük tweet sayısına bakıldığında, önceki günlerde daha çok paylaşımı yapılan metin içeriklerinin aksine; video ağırlıkta içerikler olduğu görülmektedir. Bu tarihte, 20 video, 5 fotoğraf ve 2 metin içerikli olmak üzere 27 tweet paylaşıldığı görülmektedir. Bu tweetler toplamda, 403.692 beğeni ve 154.307 retweet olarak toplamda 557.999 etkileşim gerçekleşmiştir. Aynı zamanda bu oranlar, Binali Yıldırım İletişim Ofisi twitter hesabının 31 Mart 2016 – 23 Haziran tarihleri arasında en yüksek etkileşim miktarının olduğu gündür. Her iki seçim dönemini de kapsayan bu süreçte, en fazla video içeriği ve en fazla etkileşim oranına sahip olan gün 16 Haziran 2019 tarihi olduğu aşağıdaki grafikte görülmektedir.



Görsel 114 “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” hesabı 31 Mart 2019 – 32 Haziran 2019 tarihli günlük tweet dağılım grafiğinde 16 Haziran günü



Görsel 115 “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” hesabı 31 Mart 2019 – 32 Haziran 2019 tarihli günlük etkileşim grafiğinde 16 Haziran günü

En çok beğeni alan tweet ise; 31.658 beğeni ve 13.140 retweet miktarıyla, 16 Haziran Pazar günü rakip adayı olan Ekrem İmamoğlu ile birlikte katıldığı “İstanbul 2019 Seçim Özel” programında da dile getirdiği: “Veri yedekleme ayrı iştir, kopyalama ayrı iştir. İstanbul'un verileri zaten bir yerde değil, iki yerde yedekleniyor. Veri kopyalama işi bir FETÖ taktiğidir. FETÖ bunu geçmişte yaptı. Dışarıdan 3 uzman getirmek de başlı başına fecaattır” sözleriyle birlikte paylaşılan video içerikli tweetidir. 16 Haziran günü paylaşılan tweetlerde kullanılan hashtag'lere bakıldığında; 1 tane #İstihdamPaketi, 1 tane #AilePaketi, 1 tane #Yeşilİstanbul, 1 tane #GençlikPaketi ve 1 tane #Kolayİstanbul etiketlemesinin kullanıldığı görülmektedir.

Tweet içeriklerine bakıldığında ise 5 tweet'in seçim projelerini görsel üzerinden anlattığı ve geriye kalan 22 tweet'in ise 16 Haziran Pazar günü yayınlanmış olan ‘İstanbul 2019 Seçim Özel’ programındaki sözlerinden oluştuğu görülmektedir. 19 Haziran günü tweet içerikleri şöyledir; “Oylarınız sayılırken birtakım garip işler oldu ve seçime şaibe karıştı. YSK de seçimin sahibi olması sebebiyle seçimin yenilenmesine karar verdi. Biz bu seçimin yenilenmemesi için çok çabaladık ama CHP bize bu konuda yardımcı olmadı ve oyların yeniden sayılmasını reddettiler” sözleriyle birlikte; 6 Haziran Pazar günü yayınlanan ‘İstanbul 2019 Seçim Özel’ programında söylediği bu sözlerin videosuyla birlikte paylaşılmıştır. Yine programda dile getirdiği “Bizim tercihimiz bu seçimin yenilenmemesi yönündeydi. Oyların tamamının sayılmasına CHP karşı çıkmasaydı, İstanbulluları 23 Haziran'da yormayacaktık” sözleri, metin mesajı

şeklinde paylaşılmıştır. Yine programda dile getirdiği “Oylar sayılırken birtakım garip işler oldu, seçime şaibe karıştı. Biz bu seçimin yenilenmemesi için çok çabaladık ama CHP bize bu konuda yardımcı olmadı. Oyların %10'u sayıldı ve fark 29 binlerden 13 bin 729'a düştü. Bu da gösteriyor ki geriye kalan %90 sayılsa sonuç değişecekti” sözleri, metin mesajı şeklinde paylaşılmıştır. Yine programda dile getirdiği: “4 pusula meselesi tamamen aldatmacadır. 4 ayrı pusula var ama itiraz edilen Büyükşehir Belediye Başkanlığı oyu. Yani itiraz olan oy pusulası sayılır, işi çarpıtmanın bir anlamı yok. CHP neden Sancaktepe'de itiraz etti. Demek ki orada şüphesi var. Zarf aynı sayım farklı” sözleriyle birlikte, bu sözlerin yer aldığı video paylaşılmıştır. Yine Yıldırım'ın programda dile getirdiği “Ekrem Bey'in, 'biz yeniden sayılmasına itiraz etmedik' demesi kocaman bir yalan. Elimizde CHP'nin İl Seçim Kuruluna yaptığı müracaat var. Gece saat 22.00'de ve 5. dk içinde aldığı ret kararı var. YSK de ret kararına uydu ve ilçelerdeki sayımları devam ettirdi, tamamını saydırmadı” sözleriyle birlikte, bu sözlerin yer aldığı video paylaşılmıştır. Programda dile getirdiği “31 Mart gecesi Anadolu Ajansı ile görüşmedim, görüşsem 'görüşüm' derim. Benim en tahammül edemeyeceği şey yalandır. Her şeyi tolere ederim ama yalanı asla” sözleriyle birlikte, bu sözlerin yer aldığı video paylaşılmıştır. Yıldırım'ın, programda dile getirdiği “25 yıldır AK Parti belediyciliği, İstanbul'a çok şey kazandırdı. Kişi başı 1994'te 14 lt, şimdi ise 101 lt su veriliyor. Su indirimi AK Parti grubunun önergesiyle oylandı, ittifakla kabul edildi. Ekrem Bey'in önerdiği indirim tarzı değil, bizim indirim tarzımız kabul gördü” sözleriyle birlikte, bu sözlerin yer aldığı video paylaşılmıştır. Yıldırım'ın, programda dile getirdiği “Niye [#GönülBelediyciliği](#) kazandı? Çok açık bir şey söylüyorum: Meclis üyeliğinin 180 tanesini kazandık, Millet İttifakı, CHP ve diğerleri 130 kazanmış. 39 belediyenin 25'ini kazanmışız ve nüfusun da %65'ini teşkil ediyor. Ne yapacaktık, seçmene kaybettik mi diyecektik?” sözleriyle birlikte, bu sözlerin yer aldığı video paylaşılmıştır. Yıldırım'ın, programda İmamoğlu'na dair dile getirdiği “Veri yedekleme ayrı iştir, kopyalama ayrı iştir. İstanbul'un verileri zaten bir yerde değil, iki yerde yedekleniyor. Veri kopyalama işi bir FETÖ taktiğidir. FETÖ bunu geçmişte yaptı. Dışarıdan 3 uzman getirmek de başlı başına fecaattir” sözleriyle birlikte, bu sözlerin yer aldığı video paylaşılmıştır. Yıldırım'ın programda dile getirdiği “Her seçimin sonucu kabul edilir. Seçim hukuki, demokratik bir işlemse seçimlere itiraz haktır. Bu hakkı kimsenin yok sayma şansı yoktur. Uydurma gerekçelerle de itiraz yapmayız. İmzalı

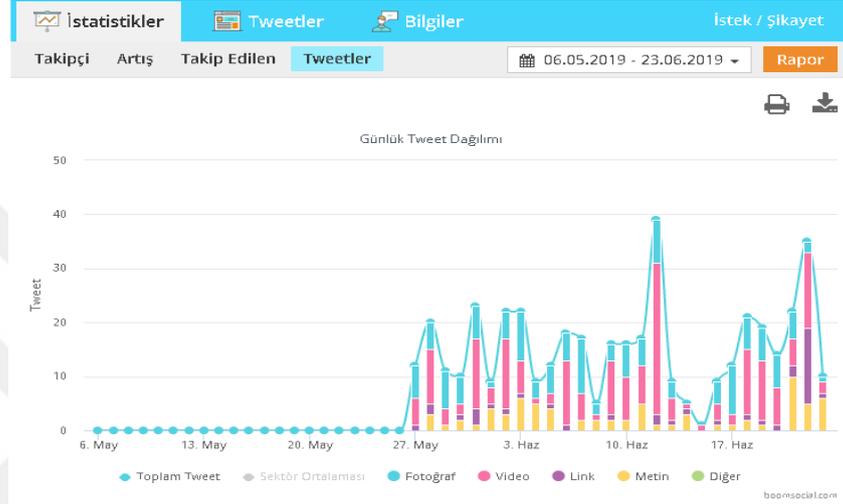
tutanaklarda bir sıkıntı görüyorsak elbette ki itiraz hakkımızı kullanırız” sözleriyle birlikte, bu sözlerin yer aldığı video paylaşılmıştır. Yıldırım’ın, programda İmamoğlu’na dair dile getirdiği “Ekrem Bey, çarpıtma işini alışkanlık haline getirdi. 'Soruları aldı' dedi, almadım. 'İBB israf içinde' dedi, Sayıştay raporları yalanladı. Vali'den özür dileyseydi iş bitmişti ama 'basitlik' diye bir icatta bulundu. Artık milletten özür dilemelidir, millete yalan söylemiştir” sözleriyle birlikte, bu sözlerin yer aldığı video paylaşılmıştır. Yıldırım’ın programda dile getirdiği “Vakıflara yılda 3 milyar 108 milyon lira para aktarıldığı Sayıştay raporunda yok. Yalan olduğu İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından defalarca açıklandı. Bütün bunların doğru olmadığı ortaya çıktı. Ben artık İstanbul'u konuşmak istiyorum” sözleriyle birlikte, bu sözlerin yer aldığı video paylaşılmıştır. Yıldırım’ın programda dile getirdiği “İstanbul'da 23 bin vakıf ve dernek var. Belediyeler bu kuruluşlara nakdi destek yapamaz. Söylenen vakıflara bir kuruluş yardım yapılmadı, yapılamaz” sözleriyle birlikte, bu sözlerin yer aldığı video paylaşılmıştır. Yıldırım’ın, programda dile getirdiği “İnsanların yükünü hafifletecek birçok müjdemiz var. Gelecek 5 yıl içinde yatırımcılarla 500 bin istihdam sağlayacağız. Tuzla'da Biyoteknoloji vadisi, Pendik'te teknoloji geliştirme merkezi kuracağız. Atatürk Havalimanı'nı Millet Bahçesi ve fuar merkezi yapacağız” seçim vaatlerini aktardığı sözleri, bu vaatlerini anlattığı video eşliğinde paylaşılmıştır. #İstihdamPaketi etiketlemesiyle; istihdamprojesinin anlatıldığı görsel paylaşılmıştır. Yıldırım’ın, programda dile getirdiği “Türkiye ve İstanbul'da hizmet yaparken insanların etnik kökenlerine ve inançlara bakmayız. Seçim biter, rozetinizi çıkartır, hizmet yaparsınız. Türkiye'nin her köşesine hizmet götürdük, İstanbul'u kendine mesken edinmiş herkese de hizmet götürmeye devam edeceğiz” sözleriyle birlikte, bu sözlerin yer aldığı video paylaşılmıştır. Yıldırım’ın, programda dile getirdiği “Kamu adına hizmet görüyorsanız, bir memur dahi olsanız mal varlığı beyanı yapmak zorundasınız. Biz; mal varlığımızla, geçmişimizle, yaptıklarımızla her zaman hesap verdik. Bundan sonra da hem burada, hem de öbür tarafta hesap vermeye hazırız” sözleriyle birlikte, bu sözlerin yer aldığı video paylaşılmıştır. Yıldırım’ın programda dile getirdiği “Suriyeliler, ölümden kaçtılar. Canlarını kurtarmak için bize sığındılar, biz de inancımız gereği misafir ettik. Geçici koruma statüsündeler. Afrin Harekatı sonrasında 500 bine yakını geri döndü, Fırat'ın doğusunu da temizleyince geri dönecekler” sözleriyle birlikte, bu sözlerin yer aldığı video paylaşılmıştır. Yıldırım’ın programda dile getirdiği “İstanbul'un 300 mahallesinde

955 kreş açacağız. Ekrem Bey, Beylikdüzü'nde 11 kreş vaadi vermiş, 1 tanesini yapabilmiş. Önemli olan verdiği vaadi yerine getirmektir, siyasetçinin kalitesi oradan belli olur” sözleri ve bu sözlerin yer aldığı video paylaşılmıştır. *#AilePaketi* etiketlemesiyle; seçim projeleri arasında olan; belirli projelerin birleşimi olarak, aileler özelinde tekrar sunulan içeriklerin görseli paylaşılmıştır. Yıldırım’ın programda seçim projelerini anlattığı “Yeşil alan bir şehir için önemli. Silivri'den Pendik'e 20 tane yeşil koridor projemizi gerçekleştireceğiz. Dereleri ihya edip 37 milyon 500 bin metrekare yeşil alanı İstanbul'a kazandıracacağız” vaatlerinin yer aldığı sözleri ve bu sözleri içeren video paylaşılmıştır. *#Yeşilİstanbul* etiketlemesiyle; Yıldırım’ın seçim projeleri arasında olan yeşil alanları çoğaltmayı amaçlayan projesinin anlatıldığı görsel paylaşılmıştır. Yıldırım’ın programda dile getirdiği “Gençler benim kankam. Gençlere 10 GB ücretsiz internet vereceğiz. Müzeler ve tiyatrolar bütün gençlere ücretsiz olacak. Spor tesislerinden ücretsiz yararlanacaklar ayrıca motosikletli geçişler her iki köprüden de serbest olacak.” sözleriyle birlikte, bu sözlerin yer aldığı video paylaşılmıştır. *#GençlikPaketi* etiketlemesiyle; Yıldırım’ın gençlere yönelik vaatlerinin anlatıldığı görsel paylaşılmıştır. Yıldırım’ın programda dile getirdiği “Ulaşım benim işim, tevazuya lüzum yok. Türkiye’de bu işi hallettim. 16 yıl boyunca Türkiye’nin her tarafını bölünmüş yollarla donattık. Hava yolunu halkın yolu yaptık. Hızlı treni getirdik. Yurdun her köşesini akıl yolları ve internetle adeta ördük. İstanbul’da da halledeceğim” sözleriyle birlikte, bu sözleri içeren video paylaşılmıştır. *#Kolayİstanbul* etiketlemesiyle, Yıldırım’ın seçim projeleri arasında olan; İstanbul’daki trafik ve ulaşım problemine dair çözümlerinin anlatıldığı vaatler, görsel üzerinden anlatımla paylaşılmıştır. Ve son olarak, Binali Yıldırım’ın programın sonunda İstanbul halkına seslenerek söylediği “16 yıl ülkeme dolu dolu hizmet yaptım, şimdi de beni Binali Yıldırım yapan, 50 yıldır yaşadığım bu şehre çok güzel hizmetler yapmaya hazırım. Daha önce yaptıklarımı yeni yapacaklarımla taçlandıracağım” sözleri ve bu sözleri içeren videonun paylaşıldığı görülmektedir.

“Binali Yıldırım” Twitter Hesabı

Aşağıda yer alan grafikte görüldüğü gibi, “Binali Yıldırım” Twitter hesabı, Binali Yıldırım’ın 27.05.2019 tarihinden itibaren aktif olduğu ve 23 Haziran 2019 Yerel Seçim Günü’ne kadar kullandığı twitter hesabıdır. Yıldırım’ın 27 Mayıs itibarıyla bu twitter hesabı üzerinden, seçmenle siyasal iletişim sağladığı görülmüştür. Aşağıdaki

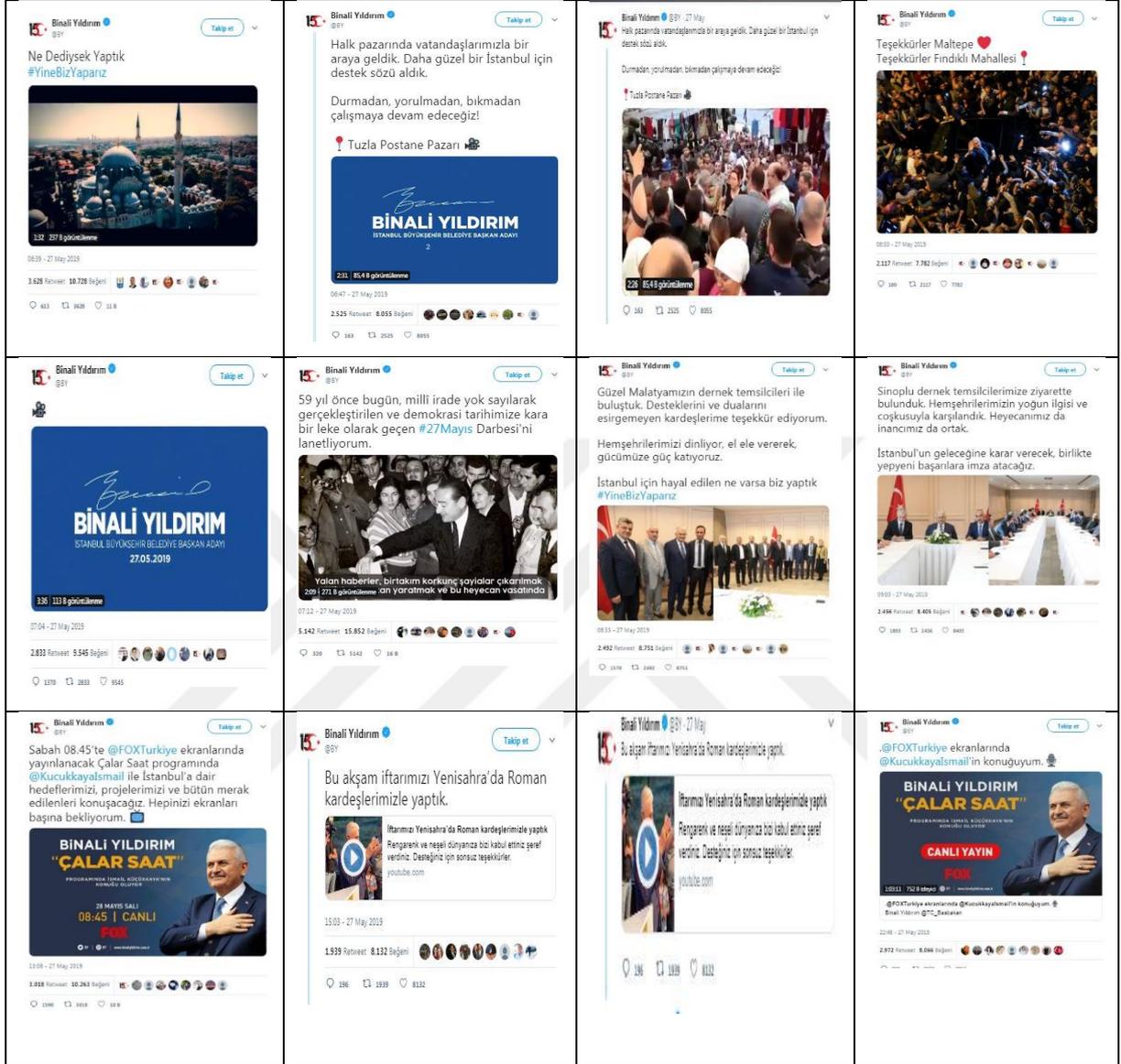
“Binali Yıldırım” hesabının günlük tweet dağılımına bakıldığında; en az 1 tane, en fazla 39 tane ve günlük ortalama 10-15 arasında tweet paylaşıldığı görülür. Paylaşılan tweetlerin çoğu diğer hesabının aksine video ağırlıklıdır. Video paylaşımından sonra fotoğraf, metin ve link içerikli tweetler gelmektedir. En az paylaşımında bulunduğu tweetlerin ise link içerikli olduğu görülür. O ile 39 arasında günlük tweet sayısı bulunmaktadır.



Görsel 116 “Binali Yıldırım” twitter hesabı 27 Mayıs- 23 Haziran arasındaki günlük tweet dağılım grafiği

Bundan sonraki adımımız yukarıdaki günlük tweet paylaşımının gösterildiği grafikte bir önceki günlerdeki tweet sayısını geçen eğrilerdeki günlerin paylaşım, beğeni ve etkileşim sayısı ele alarak tweet içeriklerini incelemek olacaktır. 27 Mayıs 2019 – 23 Mayıs 2019 tarihleri arasında “Binali Yıldırım” hesabı üzerinden; ilk paylaşım dikkate alınarak, bir önceki günlere kıyasla; en çok paylaşımında bulunulan günler olarak belirlenen: 27 Mayıs 2019, 28 Mayıs 2019, 31 Mayıs 2019 ve 12 Haziran 2019 ve 23 Haziran tarihlerindeki tweetler üzerinden paylaşım, beğeni ve etkileşim sayısı ele alarak tweet içeriklerinin incelenmesi yapılacaktır.

27 Mayıs 2019



Görsel 117: "Binali Yıldırım" twitter hesabı 27.05.2019 tarihindeki tweetleri

27 Mayıs 2019 tarihinde, Yıldırım'ın takipçi sayısına bakıldığında 1.654.652 olduğu görülmektedir. Bu tarihte paylaşılan tweet sayısı, 6 fotoğraf, 5 video ve 1 link olmak üzere toplamda 12'dir. Tweetler üzerindeki etkileşim miktarının ise 115.715 beğeni, 34.185 retweet olmak üzere 149.900 olduğu görülmektedir. Binali Yıldırım'ın en çok beğeni alan tweetine bakıldığında, 15.857 beğeni ve 5.146 retweet miktarlarıyla; "59 yıl önce bugün, millî irade yok sayılarak gerçekleştirilen ve demokrasi tarihimize kara bir leke olarak geçen #27Mayıs Darbesi'ni lanetliyorum" mesajıyla birlikte, Adnan Menderes'in, 27 Mayıs olaylarına dair, kendi sesiyle verilen açıklamalardan oluşan

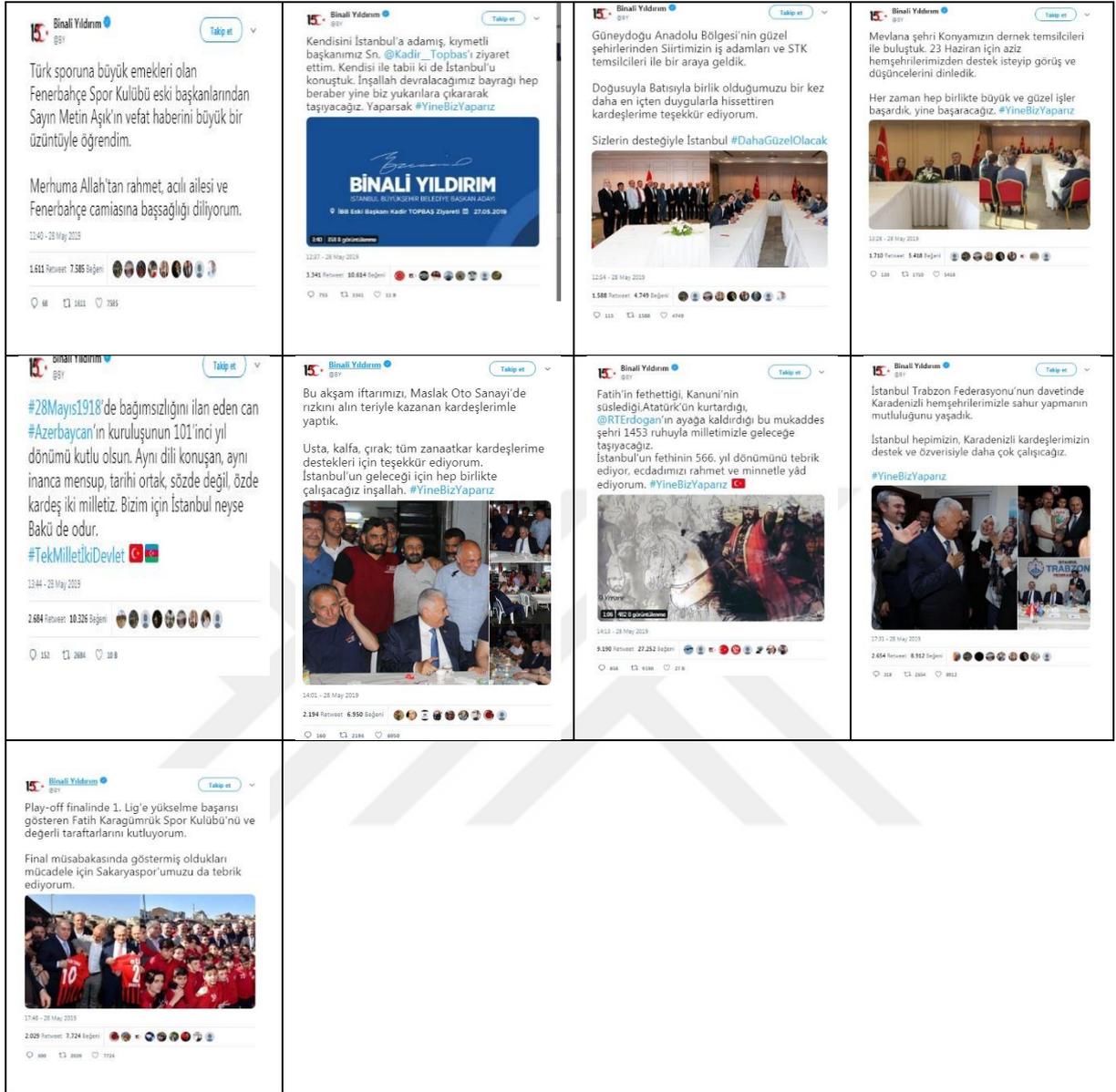
video olduğu gör÷lmektedir. 27 Mayıs 2019 tarihinde kullanılan etiketlere bakıldığında; 2 tane [#YineBizYaparız](#) ve 1 tane [#27Mayıs](#) etiketlemeleri kullanıldığını gör÷lmektedir.

Tweet içeriklerine bakıldığında; İlk olarak, [<D#YineBizYaparız](#) etiketlemesiyle; “Ne Dediyssek Yaptık” mesajı eşliğinde, Binali Yıldırım’ın kendi seslendirmesiyle, İstanbul’a AKP tarafından 16 yıldır yapılmış olan hizmetlerin anlatıldığı seçim kampanya videosu’nun paylaşıldığı görülür. “Halk pazarında vatandaşlarımızla bir araya geldik. Daha güzel bir İstanbul için destek sözü aldık. Durmadan, yorulmadan, bıkmadan çalışmaya devam edeceğiz!” mesajıyla birlikte, Binali Yıldırım’ın ,Tuzla Postane Pazarı ziyaret videosu paylaşılmıştır. Yine, Tuzla Postane Pazarı’ndan fotoğraflar paylaşılmıştır. “Teşekkürler Maltepe. Teşekkürler Fındıklı Mahallesi” mesajıyla birlikte, Yıldırım’ın, Fındık Mahallesinde, aracıyla halkın içinden el sallayan fotoğrafı paylaşılmıştır. Yıldırım’ın bir salonda, seçimle ilgili konuşma yaptığı link paylaşılmıştır. Ardından, [#27Mayıs](#) etiketlemesiyle; en çok etkileşim alan “59 yıl önce bugün, millî irade yok sayılarak gerçekleştirilen ve demokrasi tarihimize kara bir leke olarak geçen [#27Mayıs](#) Darbesi’ni lanetliyorum” mesajıyla birlikte, Adnan Menderes’in, 27 Mayıs olaylarına dair, kendi sesiyle verilen açıklamalardan oluşan video bağlantılı tweet paylaşılmıştır. Malatya Derneği temsilci ve başkanlarıyla buluşma fotoğrafları verilerek “Güzel Malatyamızın dernek temsilcileri ile buluştuk. Desteklerini ve dualarını esirgemeyen kardeşlerime teşekkür ediyorum. Hemşehrilerimizi dinliyor, el ele vererek, gücümüze güç katıyoruz. İstanbul için hayal edilen ne varsa biz yaptık [#YineBizYaparız](#)” mesajıyla birlikte paylaşılmıştır. Sinoplu dernek temsilci ziyaretinden fotoğraf ile birlikte “Sinoplu dernek temsilcilerimize ziyarette bulunduk. Hemşehrilerimizin yoğun ilgisi ve coşkusuyla karşılandık. Heyecanımız da inancımız da ortak. İstanbul’un geleceğine karar verecek, birlikte yepyeni başarılarla imza atacağız” mesajı birlikte paylaşılmıştır. “Sabah 08.45’te [@FOXTurkiye](#) ekranlarında yayınlanacak Çalar Saat programında [@KucukkayaIsmail](#) ile İstanbul’a dair hedeflerimizi, projelerimizi ve bütün merak edilenleri konuşacağız. Hepinizi ekranları başına bekliyorum” mesajıyla birlikte, program bilgisini içeren fotoğraf paylaşılmıştır. “Bu akşam iftarımızı Yenisahra’da Roman kardeşlerimizle yaptık” mesajı ve iftardan video ile birlikte paylaşılmıştır. Yenisahra’ da Roman halkı ziyaret videosuyla birlikte “Rengarenk ve neşeli dünyanıza bizi kabul ettiniz, şeref verdiniz. Desteğiniz için sonsuz teşekkürler” mesajı paylaşılmıştır. Yıldırım’ın

Yenisahra'da Roman halkıyla içiçe olan fotoğrafı paylaşarak "Ben de sizi seviyorum" mesajı paylaşılmıştır. Ve son olarak, FOX ekranlarında İsmail Küçükkaya'nın 'Çalar Saat' programından video paylaşılmıştır.

28 Mayıs 2019

<p>Binali Yıldırım @BY1</p> <p>Tabip et</p> <p>@FOXTurkiye ekranlarında @Kucukkayaismail'in hazırladığı Çalar Saat programına konuk oldum. Siz sevgili İstanbullular için müjdelermizi açıkladım. İstanbullu kardeşlerim için her şeyin en iyisini #YineBizYaparız</p> <p>00:55 - 28 May 2019</p> <p>1.612 Retweet 5.520 Beğeni</p> <p>157 1462 5821</p>	<p>Binali Yıldırım @BY1</p> <p>Tabip et</p> <p>Bu şehrin bütün paydaşlarıyla; yaşlılarıyla, kadınlarıyla, gençleriyle, emeklileriyle, çalışanlarıyla, işverenleriyle, sanat çevresi ve akademisyenleriyle herkesle toplanacağız, görüşlerini alacağız. "Beni seçtiniz, kimse bir şey sormasın" anlayışıyla hareket etmeyeceğiz.</p> <p>BINALI YILDIRIM ÇALAR SAAT'İN KONUSU</p> <p>00:58 - 28 May 2019</p> <p>4.739 Retweet 13.401 Beğeni</p> <p>760 4739 13.401</p>	<p>Binali Yıldırım @BY1</p> <p>Tabip et</p> <p>İstanbul'un sokakları gece de gündüz gibi ışık ışıl olacak. İstanbul'un 70 bin sokağı var; hepsine kamera koyup ışıklandırma yapacağız. #YineBizYaparız</p> <p>BINALI YILDIRIM ÇALAR SAAT'İN KONUSU</p> <p>00:59 - 28 May 2019</p> <p>4.823 Retweet 13.595 Beğeni</p> <p>888 4823 13.595</p>	<p>Binali Yıldırım @BY1</p> <p>Tabip et</p> <p>İstanbul'daki 300 bin çift tekerlekli araç yani motosiklet. 15 Temmuz Şehitler Köprüsü ve Fatih Sultan Mehmet Köprüsü'nden ücretsiz geçecek. #YineBizYaparız</p> <p>BINALI YILDIRIM ÇALAR SAAT'İN KONUSU</p> <p>01:00 - 28 May 2019</p> <p>4.943 Retweet 12.631 Beğeni</p> <p>888 4943 12.631</p>
<p>Binali Yıldırım @BY1</p> <p>Tabip et</p> <p>Doğal gazı yüzde 10 indirim yapacağız. Bununla ilgili çalışmalar yapıyorum. Ayrıca, sosyal destek alan 80 bin ailenin doğal gaz faturasının 50 lirasını biz karşılayacağız. #YineBizYaparız</p> <p>BINALI YILDIRIM ÇALAR SAAT'İN KONUSU</p> <p>01:04 - 28 May 2019</p> <p>6.281 Retweet 17.303 Beğeni</p> <p>618 6281 17.303</p>	<p>Binali Yıldırım @BY1</p> <p>Tabip et</p> <p>Liseyi bitirmiş ancak üniversiteyi kazanamamış öğrenciler de indirimli ulaşımdan faydalanacak ve bir yıl boyunca 40 TL'ye seyahat edecekler. #YineBizYaparız</p> <p>BINALI YILDIRIM ÇALAR SAAT'İN KONUSU</p> <p>01:07 - 28 May 2019</p> <p>4.909 Retweet 14.228 Beğeni</p> <p>600 4909 14.228</p>	<p>Binali Yıldırım @BY1</p> <p>Tabip et</p> <p>Haydi gençler spora. Gençlerimiz, Büyükşehir ve ilçe belediyelerinin spor tesislerinden ücretsiz yararlanacaklar. #YineBizYaparız</p> <p>BINALI YILDIRIM ÇALAR SAAT'İN KONUSU</p> <p>01:08 - 28 May 2019</p> <p>5.260 Retweet 14.508 Beğeni</p> <p>600 5260 14.508</p>	<p>Binali Yıldırım @BY1</p> <p>Tabip et</p> <p>Sahurumuzun bereketini bu gece minibüs şoförleri kardeşlerimizle paylaştık.</p> <p>Hep birlikte kazanmak için çıktığımız yolda bizleri gönlünden sahiplenen hemşehrilerime teşekkür ediyorum.</p> <p>Sizlerin desteği ve duaları ile 16 sendir İstanbul'a aklıla hizmetkarlık yaptık. #YineBizYaparız</p> <p>BINALI YILDIRIM ÇALAR SAAT'İN KONUSU</p> <p>01:08 - 28 May 2019</p> <p>2.180 Retweet 6.800 Beğeni</p> <p>388 2180 6.800</p>
<p>Binali Yıldırım @BY1</p> <p>Tabip et</p> <p>Bugün @FOXTurkiye'de açıkladığım müjdelere</p> <ul style="list-style-type: none">70 bin sokağa kamera ve ışıklandırmaMotosikletlere ücretsiz köprü geçişiDoğal gazı %10 indirimÜniversiteye hazırlananlara da indirimli ulaşımGençlere ücretsiz spor imkanı <p>Yayının tamamı</p> <p>BINALI YILDIRIM ÇALAR SAAT'İN KONUSU</p> <p>01:08 - 28 May 2019</p> <p>4.942 Retweet 12.381 Beğeni</p> <p>167 4942 12.381</p>	<p>Binali Yıldırım @BY1</p> <p>Tabip et</p> <p>24 Haziran ve 31 Mart seçimlerinde Cumhuriyet İttifakı saflarında yer alan Alperenleri ziyaret ettik.</p> <p>Evvelinde beraber yol yürüdüğümüz kardeşlerimizle, bu seçimde de aynı şekilde ülkemiz ve milletimiz için en iyisini yapmak adına beraber yürüyeceğiz.</p> <p>BBP İstanbul İl Başkanlığı</p> <p>BINALI YILDIRIM İSTANBUL BEYKÖŞEHİR BELEDİYE BAŞKANI ADAMI BBP İstanbul İl Başkanlığı 28.05.2019</p> <p>BINALI YILDIRIM ÇALAR SAAT'İN KONUSU</p> <p>01:09 - 28 May 2019</p> <p>3.169 Retweet 9.778 Beğeni</p> <p>300 3169 9.778</p>	<p>Binali Yıldırım @BY1 28 May</p> <p>24 Haziran ve 31 Mart seçimlerinde Cumhuriyet İttifakı saflarında yer alan Alperenleri ziyaret ettik.</p> <p>Evvelinde beraber yol yürüdüğümüz kardeşlerimizle, bu seçimde de aynı şekilde ülkemiz ve milletimiz için en iyisini yapmak adına beraber yürüyeceğiz.</p> <p>BBP İstanbul İl Başkanlığı</p> <p>BINALI YILDIRIM ÇALAR SAAT'İN KONUSU</p> <p>01:09 - 28 May 2019</p> <p>3.169 Retweet 9.778 Beğeni</p> <p>300 3169 9.778</p>	<p>Binali Yıldırım @BY1</p> <p>Tabip et</p> <p>BINALI YILDIRIM ÇALAR SAAT'İN KONUSU</p> <p>01:09 - 28 May 2019</p> <p>1.330 Retweet 4.141 Beğeni</p> <p>61 1330 4.141</p>



Görsel 118: “Binali Yıldırım” twitter hesabı 28.05.2019 tarihindeki tweetler

Binali Yıldırım’ın, 28 Mayıs 2019 tarihinde takipçi sayısına bakıldığında 1.674.503 olduğu görülmektedir. Günlük tweet sayısı ise, 12 video, 5 fotoğraf, 3 metin ve 1 link bağlantılı olarak 21 olduğu görülmektedir. 28 Mayıs günlük etkileşim miktarına bakıldığında, 214.982 beğeni, 73.174 retweet olarak toplamda 288.156 etkileşim gerçekleştiği görülmektedir. En çok beğeni alan paylaşımına bakıldığında ise; 27.253 beğeni ve 9.194 retweet olarak: “Fatih’in fethettiği, Kanuni’nin süslediği, Atatürk’ün kurtardığı, @RTErdogan’in ayağa kaldırdığı bu mukaddes şehri 1453 ruhuyla milletimizle geleceğe taşıyacağız. İstanbul’un fethinin 566. yıl dönümünü

tebrik ediyor, ecdadımızı rahmet ve minnetle yâd ediyorum” başlığı altında, Fatih Sultan Mehmet’i ve İstanbul’u öven bir video içerikli tweet olduğu görülmektedir. Bu tarihte kullanılan twitter etiketlerine bakıldığında; 13 tane *#YineBizYaparız*, 1 tane *#28Mayıs*, 1 tane *#Azerbaycan*, 1 tane *#TekMilletİkiDevlet* ve 1 tane de *#DahaGüzelOlacak* etiketlemeleriyle toplamda 16 hashtag kullanıldığı görülmektedir.

Tweet içeriklerine bakıldığında; Önceki gün FOX TV kanalında, İsmail Küçükkaya’nın sunduğu Çalar Saat programına katıldığına dair bilgiyi “[@FOXTurkiye](#)ekranlarında [@KucukkayaIsmail](#)’in hazırladığı Çalar Saat programına konuk oldum. Siz sevgili İstanbullular için müjdelerimizi açıkladım. İstanbullu kardeşlerim için her şeyin en iyisini *#YineBizYaparız*” metin mesajıyla başlattığı görülür. Yine, Binali Yıldırım’ın Çalar Saat programındaki “Bu şehrin bütün paydaşlarıyla; yaşlılarıyla, kadınlarıyla, gençleriyle, emeklileriyle, çalışanlarıyla, işvereniyle, sanat çevresi ve akademisyenleriyle herkesle toplanacağız, görüşlerini alacağız. "Beni seçtiniz, kimse bir şey sormasın" anlayışıyla hareket etmeyeceğiz” sözleriyle birlikte, bu sözleri içeren video paylaşılmıştır. Yıldırım’ın, Çalar Saat programında ulaşımaya dair projelerini anlattığı: “İstanbul’da şu anda 233 km raylı sistem var, bunu 518 km’ye çıkartacağız. Üçüncü Köprü’den geçecek İncirli-Gayrettepe-Söğütluçeşme raylı sistem hattına başlanacak. Raylı sistemin, metroların toplam ulaşım içerisinde payı yüzde 48’e çıkarılacak” sözleriyle birlikte, bu sözleri içeren videonun *#YineBizYaparız* hastag’ı ile paylaşıldığı görülür. Yıldırım’ın, Çalar Saat programında projelerini anlattığı: “İstanbul’un sokakları gece de gündüz gibi ışık ışıll olacak. İstanbul’un 70 bin sokağı var; hepsine kamera koyup ışıklandırma yapacağız” sözleriyle birlikte, bu sözlerin yer aldığı videonun *#YineBizYaparız* hashtag’i ile paylaşıldığı görülür. Yine, Yıldırım’ın Çalar Saat programında projelerini anlattığı “İstanbul’daki 300 bin çift tekerlekli araç yani motosiklet, 15 Temmuz Şehitler Köprüsü ve Fatih Sultan Mehmet Köprüsü’nden ücretsiz geçecek” sözleriyle birlikte, bu sözlerini içeren videonun *#YineBizYaparız* hashtag’ ı ve 1 link olmak üzere toplamda 21 tweet paylaşıldığı görülmüştür.. Yıldırım’ın, programda projelerini anlattığı; “Doğal gaz yüzde 10 indirim yapacağız. Bununla ilgili çalışmalar yaptırıyorum. Ayrıca, sosyal destek alan 80 bin ailenin doğal gaz faturasının 50 lirasını biz karşılayacağız” sözleriyle ve bu sözleri içeren videonun *#YineBizYaparız*hashtag’ı ile paylaşıldığı görülür. Yıldırım’ın, Çalar Saat adlı programda projelerini anlattığı; “Liseyi bitirmiş

ancak üniversiteyi kazanamamış öğrenciler de indirimli ulaşımdan faydalanacak ve bir yıl boyunca 40 TL'ye seyahat edecekler” sözleri ve bu sözleri içeren videosu *#YineBizYaparız* hashtag’ı ile birlikte paylaşılmıştır. Yıldırım’ın, Çalar Saat adlı programda projelerini dile getirdiği “Haydi gençler spora. Gençlerimiz, Büyükşehir ve ilçe belediyelerinin spor tesislerinden ücretsiz yararlanacaklar” sözleri ve bu sözleri içeren videosu *#YineBizYaparız* hashtag’ı ile birlikte paylaşılmıştır. Minübüs şoför’leri ile bulunduğu bir organizasyondan bir fotoğraf ile birlikte “Sahurumuzun bereketini bu gece minibüs şoförü kardeşlerimle paylaştık. Hep birlikte kazanmak için çıktığımız bu yolda bizleri gönülden sahiplenen hemşehrilerime teşekkür ediyorum. Sizlerin desteği ve duaları ile 16 senedir İstanbul'a aşkla hizmetkarlık yaptık” sözleri paylaşılmıştır. Çalar Saat programında projelerinin bazılarını “70 bin sokağa kamera ve ışıklandırma. Motorsikletlere ücretsiz köprü geçişi. Doğal gaza %10 indirim. Üniversiteye hazırlananlara da indirimli ulaşım, Gençlere ücretsiz spor imkanı” şeklinde sıralayarak; Çalar Saat programının tamamını içeren video eşliğiyle birlikte paylaşıldığı görülür. BBP İl Başkanlığı ziyareti sırasında; “24 Haziran ve 31 Mart seçimlerinde Cumhur İttifakı saflarında yer alan Alperenleri ziyaret ettik. Evvelinde beraber yol yürüdüğümüz kardeşlerimizle, bu seçimde de aynı şekilde ülkemiz ve milletimiz için en iyisini yapmak adına beraber yürüyeceğiz.” Sözleri ve bu sözleri içeren videonun birlikte paylaşıldığı görülmüştür. Ardından BBP’ de yaptığı konuşmanın fotoğrafı paylaşılmıştır. Fenerbahçe Spor Kulübü eski Başkanlarından ‘Metin Aşık’ ın ölümüne dair taziye mesajları içeren, metin içerikli tweet paylaşılmıştır. Yıldırım’ın, eski İstanbul Belediye Başkanı olan Kadir Topbaş’ı ziyaret ettiği video ve Kendisini İstanbul’a adanmış, kıymetli başkanımız Sn. [@Kadir_Topbas](#)’ı ziyaret ettim. Kendisi ile tabii ki de İstanbul’u konuştuk. İnşallah devralacağımız bayrağı hep beraber yine biz yukarılara çıkararak taşıyacağız.” Sözleriyle birlikte, *#YaparsakYineBizYaparız* hashtag’ı ile birlikte paylaşılmıştır. Siirtli iş adamları ve STK temsilcileriyle biraraya geldiği fotoğraf ve “Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nin güzel şehirlerinden Siirtimizin iş adamları ve STK temsilcileri ile bir araya geldik. Doğusuyla Batısıyla birlik olduğumuzu bir kez daha en içten duygularla hissettiren kardeşlerime teşekkür ediyorum” mesajı, *#HerŞeyDahaGüzelOlacak* hashtag’ı ile birlikte paylaşılmıştır. Yıldırım’ın, Konya Dernek Temsilcileriyle bir arada fotoğrafı ve “Mevlana şehri Konyamızın dernek temsilcileri ile buluştuk. 23 Haziran için aziz hemşehrilerimizden destek isteyip görüş

ve düşüncelerini dinledik. Her zaman hep birlikte büyük ve güzel işler başardık, yine başaracağız” mesajı, #YineBizYaparız hashtag’ı ile birlikte paylaşılmıştır. Azerbaycan’ın bağımsızlık gününe dair kutlama mesajı, #28Mayıs, #Azerbaycan ve #TekMilletİkiDevlet hashtagleri ile birlikte paylaşılmıştır. Yıldırım’ın, Maslak Oto Sanayi işçileri ile birlikte fotoğrafı ve “Bu akşam iftarımızı, Maslak Oto Sanayi’de rızkını alın teriyle kazanan kardeşlerimle yaptık. Usta, kalfa, çırak; tüm zanaatkar kardeşlerime destekleri için teşekkür ediyorum. İstanbul’un geleceği için hep birlikte çalışacağız inşallah” mesajı, #YineBizYaparız hashtag’ı ile birlikte paylaşılmıştır. Daha sonra, en çok beğeni alan: ““Fatih’in fethettiği, Kanuni’nin süslediği, Atatürk’ün kurtardığı, @RTErdogan’ın ayağa kaldırdığı bu mukaddes şehri 1453 ruhuyla milletimizle geleceğe taşıyacağız. İstanbul’un fethinin 566. yıl dönümünü tebrik ediyor, ecdadımızı rahmet ve minnetle yâd ediyorum” başlığı altında, Fatih Sultan Mehmet’i ve İstanbul’u öven bir video içerikli tweet’in paylaşıldığı görülür. Yıldırım’ın, İstanbul Trabzon Federasyonu ziyaretinden fotoğraf ile “İstanbul Trabzon Federasyonu’nun davetinde Karadenizli hemşehrilerimizle sahur yapmanın mutluluğunu yaşadık. İstanbul hepimizin, Karadenizli kardeşlerimizin destek ve özverisiyle daha çok çalışacağız” mesajı, #YineBizYaparız hastag’ı ile birlikte paylaşılmıştır. Ve son olarak; Yıldırım’ın, Fatih Karagümrük Spor kulübüyle bir arada fotoğraf ile “Play-off finalinde 1. Lig’e yükselme başarısı gösteren Fatih Karagümrük Spor Kulübü’nü ve değerli taraftarlarını kutluyorum. Final müsabakasında göstermiş oldukları mücadele için Sakaryaspor’umuzu da tebrik ediyorum” mesajıyla birlikte paylaşıldığı görülmüştür.

31 Mayıs 2019



Ramazan bereketi 38. Kitap Fuarına yansım. Fuarların sayısını arttıracak, geleceğimizin her yerine kitap evleri, gençlik merkezleri, şehir kütüphaneleri açacağız. Kitapları sevmek, sağırların ve dilsizlerin için. binaliyildirim.com.tr/kampaynalar/ya...



2:30 368 görüntülenme

118 169 5261

Ramazan Bayramı'nı memleketlerinde sevdikleriyle geçirecek kardeşlerimizden ricam, trafik kurallarına uyunlar. Yolların kralı değil, kuralı olduğunu asla unutmayınlar.



0:39 556 görüntülenme

10:51 - 31 May 2019

2.289 Retweet 7.689 Beğeni

184 2288 7689

Ramazan Bayramı'nı memleketlerinde sevdikleriyle geçirecek kardeşlerimizden ricam, trafik kurallarına uyunlar. Yolların kralı değil, kuralı olduğunu asla unutmayınlar.



0:38 556 görüntülenme

104 2288 7689

Mahmutpaşa deyince aklı; bayram heyecanı, sevindirilecek çocuklar gelir. Bayram bereketi, neşesi İstanbul'un esnafının üzerinden eksik olmasın.



222 678 görüntülenme

20:19 - 31 May 2019

2.532 Retweet 8.546 Beğeni

388 2332 8164

Mahmutpaşa deyince aklı; bayram heyecanı, sevindirilecek çocuklar gelir. Bayram bereketi, neşesi İstanbul'un esnafının üzerinden eksik olmasın.



220 678 görüntülenme

189 2532 8546

Bir yanda #topaldursununoglu Binali, bir yanda da Dursun emmi.



0:22 113 görüntülenme

10:50 - 31 May 2019

2.485 Retweet 9.377 Beğeni

204 2365 9977

Bir yerde Cumhur İttifakı, bir yerde Millet İttifakı var. Millet İttifakı'nın paydaşlarına baktığımızda Türkiye'nin bekasına karşı fikirleri olan bir terör örgütünün arka bahçesi olmuş bir siyasi parti görüyoruz. Bekâ meselesi buradan çıkıyor.

Allah zihin açıklığı versin!

BBG Beyaz Masa @bbgbeazmasa (Duyuru)

2 Haziran Cumartesi 'Üstüne Geçmiş Sıra' dolayısıyla belgesinin gösterilen öğrencilerimiz ve senai görevlilerimiz İETT Şehit Hatvan İstasyonu, Metro...

209 2365 1118

@tv5televizyonu ekranlarında @mstfilyilmaz06'nın konuşuyum.



11:55 - 31 May 2019

5.888 Retweet 4.654 Beğeni

343 2338 4854

@tv5televizyonu'nda @mstfilyilmaz06'nın hazırlayıp sunduğu #SeçimÖzel programına konuk oldum. İstanbul'a dair projelerimizin yanı sıra; iç siyaseti, dış politikayı ve hayat hikayemimi konuşma fırsatı bulduk. Beni bu yayında yalnız bırakmayan siz değerli hemşehrilerime teşekkürler.



14:57 - 31 May 2019

1.024 Retweet 3.080 Beğeni

12 2324 3888

Bu seçimin en büyük özelliği olgulardan daha ziyade algılarla kampanya sürecinin ilerlemesi. Bu da benim hakkımda ihdas edilen bir algıdır. Beni istemediğim bir görevle zorla kimsi getiremez. İnsan bir şey istemezse, içine sinmezse o işi yapamaz, ki yapsa da o işten haz duyamaz.



14:59 - 31 May 2019

2.269 Retweet 6.013 Beğeni

99 2326 6013

Bir yerde Cumhur İttifakı, bir yerde Millet İttifakı var. Millet İttifakı'nın paydaşlarına baktığımızda Türkiye'nin bekasına karşı fikirleri olan bir terör örgütünün arka bahçesi olmuş bir siyasi parti görüyoruz. Bekâ meselesi buradan çıkıyor.



15:00 - 31 May 2019

2.097 Retweet 5.940 Beğeni

128 2387 3463

HDP'yi Kürt vatandaşlarımızı karıştırmamak lazım. Her Kürt HDP'li değildir. Kürtlerden Doğu ve Güneydoğu insanından AK Parti'ye çok destek var. Ülkemizin bütün etnik farklılıklarıyla millet şuru içerisinde beraber yaşamayı anlamamız lazım.



15:05 - 31 May 2019

2.034 Retweet 5.780 Beğeni

262 2338 4168

Ben siyasete geleceği olan Necmettin Erbakan hocam ile başladım. Kimsin bu davayı kendi tekelinde görmesin. Saadet Partili kardeşlerim kime oy vereceklerine karar verecek. Yöneticiler düzeyinde sert, maksadını aşan söylemler olabiliyor ama biz İstanbul'u konuşacağız.



15:10 - 31 May 2019

2.585 Retweet 7.902 Beğeni

168 2388 7982

İnşallah biz İstanbul'a gelince rozetimizi bir kenara çıkaracağız. "Saadet Partili'ye, CHP'li'ye hizmet yok, AK Partili'ye var" gibi bir anlayışı asla ve asla kabul etmeyeceğiz.

#YineBizYaparız



15:11 - 31 May 2019

2.300 Retweet 7.742 Beğeni

274 2390 7742

İstanbul'u yatırımcılar için cazip hale getireceğiz. Katma değeri yüksek, akıl terini esas alan; yazılımları, kodlamayı, yapay zekayı, biyoteknolojiyle yerli ilaç gibi katma değeri yüksek ürünleri üretecek yerler kuracağız.

#YineBizYaparız



15:13 - 31 May 2019

1.928 Retweet 5.667 Beğeni

142 2328 5667

Doğal gazı yüzde 10 indirim yapacağız. Her mahalleye mutlaka en az bir tane kreş açacağız. Ayrıca, çocuklarımızı yetiştiren öğretmenlerimiz de toplu ulaşımdan ücretsiz yararlanacak. #YineBizYaparız



15:14 - 31 May 2019

3.278 Retweet 10.899 Beğeni

448 2428 1116



Görsel 119: “Binali Yıldırım” twitter hesabı 31.05.2019 tarihindeki tweetler

31 Mayıs 2019 tarihinde, Yıldırım’ın takipçi sayısına bakıldığında, bir önceki güne göre 6.236 kişi sayısı artışıyla, 1.689.051 olduğu görülmektedir. Bu tarihte paylaşılan tweet sayısı, 13 video, 5 fotoğraf, 3 metin ve 1 link olmak üzere toplamda 22’dir. Bu tweetler üzerindeki günlük etkileşim miktarının ise; 174.964 beğeni ve 52.027 retweet olmak üzere 226.991 etkileşim gerçekleştiği görülmektedir. Binali Yıldırım’ın en çok beğeni alan tweetine bakıldığında ise; 11.027 beğeni ve 2.994 retweet oranıyla: İBB Beyaz Masa’nın 1 Haziran tarihinde yapılacak olan LGSSınavı için sınava girecek öğrenci ve görevlilere belediyeye ait ulaşım araçlarının ücretsiz olacağı tweet’i ‘retweet’ yapılarak; “Sevgili öğrenciler, emeklerinizin karşılığını alma vakti geldi. Liselere Giriş Sınavında hepinize başarılar diliyorum. Allah zihin açıklığı versin” mesajıyla birlikte paylaşılan mesajı olduğu görülür. 27 Mayıs 2019 tarihinde kullanılan etiketlere bakıldığında; 2 tane #YineBizYaparız ve 1 tane #27Mayıs etiketlemeleri kullanıldığı görülmektedir

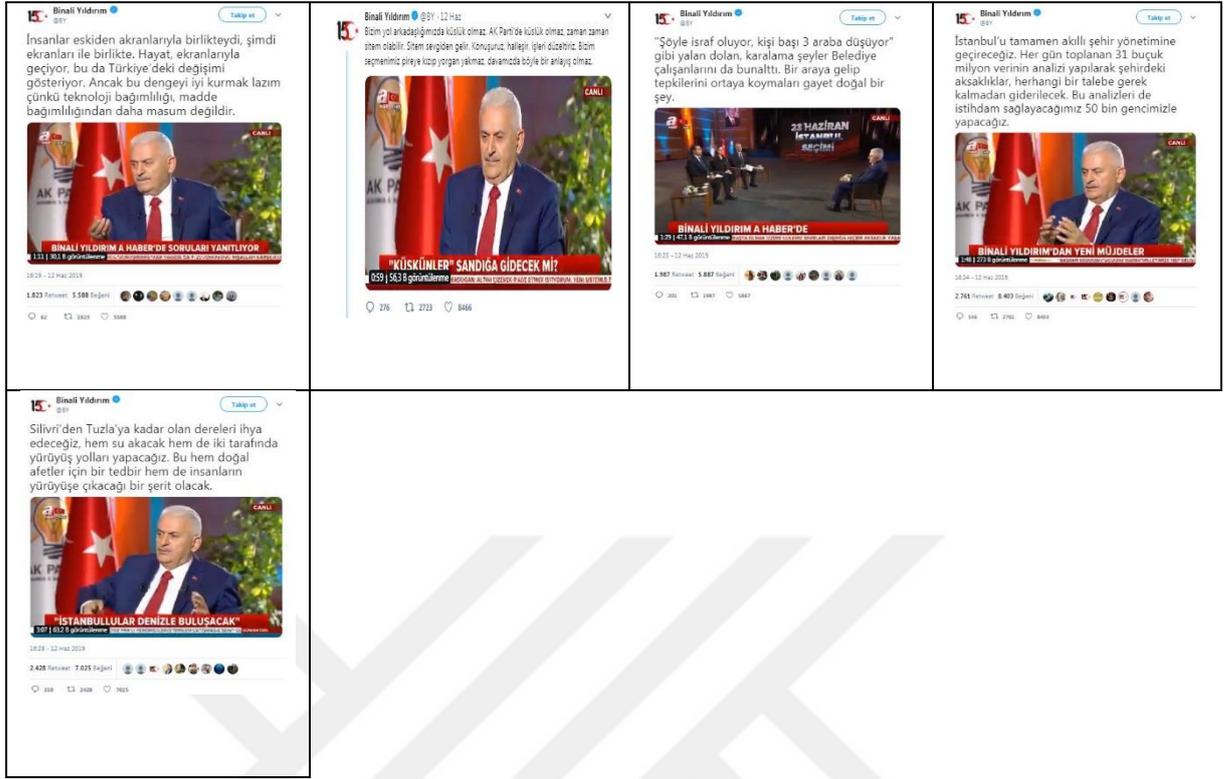
31 Mayıs günü tweet içeriklerine bakıldığında; İBB Beyaz Masa’nın 1 Haziran tarihinde yapılacak olan LGSSınavı için sınava girecek öğrenci ve görevlilere belediyeye ait ulaşım araçlarının ücretsiz olacağı tweet’i ‘retweet’ yapılarak; “Sevgili öğrenciler, emeklerinizin karşılığını alma vakti geldi. Liselere Giriş Sınavında hepinize başarılar diliyorum. Allah zihin açıklığı versin” mesajıyla birlikte paylaşıldığı görülür. Yıldırım’ın, Sultanahmet’de Cuma namazı fotoğrafıyla birlikte “Bu cuma namazımızı Sultanahmet’in manevi ikliminde kılmak nasip oldu. Bizleri Leyle-i Kadrimize erdiren Mevla’ya şükürler olsun. Rabbim birlik ve beraberliğimizi daim etsin inşallah” dileklerini birlikte paylaşmıştır. Binali Yıldırım’ın, masa başında ak parti gençlik

kollarıyla görüntülü konuştuğu video ile birlikte “Kankalarım, [@akgencistanbul](#)’um. Allah sizlerle olan muhabbetimizi arttırsın. Enerjiniz bana hem güç hem güven veriyor” mesajının birlikte paylaşıldığı görülür. Yıldırım’ın 38. İstanbul Kitap Fuarından videosuyla birlikte “Ramazanın bereketi 38. Kitap Fuarı’na yansımış. Fuarların sayısını arttıracak, şehrimizin her yerine kitap evleri, gençlik merkezleri, şehir kütüphaneleri açacağız. Kitapsız yaşamak, sağır, kör ve dilsiz yaşamaktır. Kültür, sanat dolu İstanbul için: <https://binaliyildirim.com.tr/kampanyalar/yasayan/...>” mesajının birlikte paylaşıldığı ve aynı zamanda bu tweet ile; bu alanla ilgili projelerini anlatan bir link’e yönlendirdiği görülür. Ardından, yine kitap fuarından bir genç kadınla birlikte fotoğrafı paylaşılmıştır. “Ramazan Bayramı’nı memleketlerinde sevdikleriyle geçirecek kardeşlerimden ricam, trafik kurallarına uyunlar. Yolların kralı değil, kuralı olduğunu asla unutmasınlar” mesajı Ve yine “Trafik Kurallarına Uyalım” mesajıyla birlikte, trafik kurallarını hatırlatan görsel paylaşılmıştır. “Mahmutpaşa deyince akla; bayram heyecanı, sevindirilecek çocuklar gelir. Bayram bereketi, neşesi İstanbulumun esnafının üzerinden eksik olmasın” mesajıyla birlikte; Yıldırım’ın, Mahmutpaşa esnaf ziyaretini içeren videosu paylaşılmıştır. Yine, Mahmutpaşa esnaf ziyaretleri sırasındaki halkla fotoğrafları paylaşılmıştır. Yıldırım’ın kitap fuarı ziyareti sırasında, Dursun adlı vatandaşla diyalogunun yer aldığı video ile birlikte “Bir yanda [#topaldursununoğlu](#) Binali, bir yanda da Dursun emmi” mesajı paylaşılmıştır. “Bu gece sahurda davullarımızı çalmama konusunda Sn. Valimiz [@yerlikayaali34](#) ile anlaştık.Sağ olsun bizi kırmadı. Yarın LGS’ye girecek kardeşlerimiz güzel bir uyku çeksin. Tekrar sınava girecek tüm öğrencilerimize başarılar diliyorum” metin mesajı paylaşılmıştır. TV5 ekranlarında yayınlanan ‘Seçim Özel’ programının konuğu olduğunu duyurulmuş ve programdan video paylaşmıştır. Yine, aynı programdan fotoğraf ile birlikte “[@tv5televizyonu](#)’nda [@mstfilyilmaz06](#)’nın hazırlayıp sunduğu [#SeçimÖzel](#) programına konuk oldum. İstanbul'a dair projelerimizin yanı sıra; iç siyaseti, dış politikayı ve hayat hikayemi konuşma fırsat bulduk. Beni bu yayında yalnız bırakmayan siz değerli hemşehrilerime teşekkürler” mesajı birlikte paylaşılmıştır. Aynı programda dile getirdiği: “Bu seçimin en büyük özelliği olgulardan daha ziyade algılarla kampanya sürecinin ilerlemesi. Bu da benim hakkımda ihdas edilen bir algıdır. Beni istemediğim bir göreve zorla kimse getiremez. İnsan bir şey istemezse, içine sinmezse o işi yapamaz, ki yapsa da o işten haz duyamaz” sözleri ve bu sözleri içeren video birlikte

paylaşmıştır. Aynı programda dile getirdiği: “Bir yerde Cumhur İttifakı, bir yerde Millet İttifakı var. Millet İttifakı'nın paydaşlarına baktığımızda Türkiye'nin bekasına karşı fikirleri olan bir terör örgütünün arka bahçesi olmuş bir siyasi parti görüyoruz. Beka meselesi buradan çıkıyor” sözleri ve bu sözlerin yer aldığı video birlikte paylaşılmıştır. Aynı programda dile getirdiği “HDP'yi Kürt vatandaşlarımızla karıştırmamak lazım. Her Kürt HDP'li değildir. Kürtlerden Doğu ve Güneydoğu insanından AK Parti'ye çok destek var. Ülkemizin bütün etnik farklılıklarıyla millet şuuru içerisinde beraber yaşamayı anlamamız lazım” sözleri ve bu sözleri içeren video birlikte paylaşılmıştır. Aynı programda dile getirdiği: “Ben siyasete geleceği olan Necmettin Erbakan hocam ile başladım. Kimse bu davayı kendi tekelinde görmesin. Saadet Partili kardeşlerim kime oy vereceklerine karar verecek. Yöneticiler düzeyinde sert, maksadını aşan söylemler olabilir ama biz İstanbul'u konuşacağız” sözleri ve bu sözlerin yer aldığı video birlikte paylaşılmıştır. Aynı programda dile getirdiği “İnşallah biz İstanbul'a gelince rozetimizi bir kenara çıkaracağız. "Saadet Partili'ye, CHP'liye hizmet yok, AK Partili'ye var" gibi bir anlayışı asla ve asla kabul etmeyeceğiz” sözleri ve bu sözlerin yer aldığı video #YineBizYaparız etiketiyle birlikte paylaşılmıştır. Aynı programda dile getirdiği “İstanbul'u yatırımcılar için cazip hale getireceğiz. Katma değeri yüksek, akıl terini esas alan; yazılımları, kodlamayı, yapay zekayı, biyoteknolojiyle yerli ilaç gibi katma değeri yüksek ürünleri üretecek yerler kuracağız” sözleri ve bu sözlerin yer aldığı video #YineBizYaparız etiketiyle birlikte paylaşılmıştır. Yıldırım'ın, aynı programda dile getirdiği “Doğal gaza yüzde 10 indirim yapacağız. Her mahalleye mutlaka en az bir tane kreş açacağız. Ayrıca, çocuklarımızı yetiştiren öğretmenlerimiz de toplu ulaşımdan ücretsiz yararlanacak” sözleri ve bu sözlerin yer aldığı video #YineBizYaparız etiketiyle birlikte paylaşılmıştır. Esenlerde düzenlenen, “100 Bin Hatim, 100 Bin Dua” Konseptiyle Geleneksel Kadir Gecesi Programında, R.T. Erdoğan'ın konuşmasının yer aldığı video paylaşılmıştır. Ve son olarak, Binali Yıldırım'ın, “ 100 Bin Hatim, 100 Bin Dua” etkinliğindeki fotoğrafı ve “Ömrünü milletimize hizmete adanmış, Cumhurbaşkanımız [@RTErdogan](#) ile “10 bin hatim, 100 bin dua” Kadir Gecesi programında vatandaşlarımızla bir araya geldik. Rabbim bu gece hurmetine okunan hatimleri kabul etsin” mesajının birlikte paylaşıldığı görülmektedir.

12 Haziran 2019

<p>Binali Yıldırım @BY1</p> <p>Kafkasya'nın güzel insanları Çerkes kardeşlerim hoşgeldiniz, sefalar getiriniz.</p> <p>Çerkes dostlarının selamını ve desteğini getiren temsilcilere teşekkür ediyorum. Bütün Adigelere selam olsun.</p>  <p>09:00 - 12 Haz 2019</p> <p>2.321 Retweet 7.819 Beğeni</p> <p>364 13 2251 1888</p>	<p>Binali Yıldırım @BY1</p> <p>Türk sanayisinin, dünya ölçeğinde gelişmesine büyük katkıları olan İstanbul Sanayi Odası ile toplantımızda, İstanbul ekonomisinin geleceği için atacağımız adımları değerlendirdik.</p> <p>İSO Yönetim Kurulu Başkanı @erdal_bahcivan'a teşekkür ediyorum.</p>  <p>06:15 - 12 Haz 2019</p> <p>1.867 Retweet 5.649 Beğeni</p> <p>208 13 1887 5649</p>	<p>Binali Yıldırım @BY1 · 12 Haz</p> <p>Türk sanayisinin dünya ölçeğinde gelişmesine büyük katkıları olan İstanbul Sanayi Odası ile toplantımızda, İstanbul ekonomisinin geleceği için atacağımız adımları değerlendirdik.</p> <p>İSO Yönetim Kurulu Başkanı @erdal_bahcivan'a teşekkür ediyorum.</p>  <p>06:15 - 12 Haz 2019</p> <p>2.377 Retweet 3813 Beğeni</p> <p>308 13 1887 5649</p>	<p>Binali Yıldırım @BY1</p> <p>Doğal gazı bütün evlerde yıl boyu %10 indirimli kullandıracağız. #YineBizYapınız</p>  <p>020 363 Beğeni</p> <p>09:01 - 12 Haz 2019</p> <p>3.423 Retweet 11.825 Beğeni</p> <p>1808 13 3629 1218</p>
<p>Binali Yıldırım @BY1</p> <p>Her yıl 100.000 olmak üzere 5 yılda toplam 500.000 İstanbullu hemşehrimize iş fırsatı sunacağız. Ekonominin kalbi İstanbul'da atacak. #YineBizYapınız</p>  <p>020 363 Beğeni</p> <p>09:01 - 12 Haz 2019</p> <p>3.967 Retweet 12.964 Beğeni</p> <p>3803 13 3967 1319</p>	<p>Binali Yıldırım @BY1</p> <p>İstanbul hikayemi, İstanbul hayalimi ve yerel seçim sürecini @haberturkTV'den @kubrapc'a anlattım. Keyifli bir food için herkes çayını yanına alsın. Başlıyoruz. 🍵</p>  <p>09:10 - 12 Haz 2019</p> <p>3.156 Retweet 9.964 Beğeni</p> <p>342 13 3156 9964</p>	<p>Binali Yıldırım @BY1 · 12 Haz</p> <p>Tarabapı'nda büyük bir paganiyola ve servde ile başlayıp İstanbul hikayem.</p>  <p>09:10 - 12 Haz 2019</p> <p>210 363 Beğeni</p> <p>35 13 631 1491</p>	<p>Binali Yıldırım @BY1 · 12 Haz</p> <p>İstanbul'un sonu sokak bizim...</p> <p>İstanbul'da, Çiçek Pasajı'nda gazete satanım gülmeyi unuttum.</p>  <p>09:10 - 12 Haz 2019</p> <p>150 363 Beğeni</p> <p>35 13 631 1389</p>
<p>Binali Yıldırım @BY1 · 12 Haz</p> <p>İstanbul'un en taze zambı bile bir örne bedeldir. Halkın her tarafı bir başta güzellik bu yerdir.</p>  <p>09:10 - 12 Haz 2019</p> <p>152 363 Beğeni</p> <p>11 13 384 1389</p>	<p>Binali Yıldırım @BY1 · 12 Haz</p> <p>İstanbul kurtuluşta oturulken genellikle hafta sonu olduğunda pikniğin keyifli u. Kuzey Ormanları'nın olduğu yerleri tercih ederdik ve tabii ki Emrigan'ı da.</p>  <p>09:10 - 12 Haz 2019</p> <p>154 363 Beğeni</p> <p>25 13 342 1342</p>	<p>Binali Yıldırım @BY1</p> <p>Kitapsız hayat; kör, sağır, dilsiz yaşamaya benzer.</p> <p>Kitap, insanı daha munis hale getiriyor.</p>  <p>09:18 - 12 Haz 2019</p> <p>690 Retweet 1.453 Beğeni</p> <p>21 13 490 1453</p>	<p>Binali Yıldırım @BY1 · 12 Haz</p> <p>Genellikle yeni türler dinlerim. Türkler tavandır ama saray müdini de çözebilirim.</p>  <p>09:20 - 12 Haz 2019</p> <p>127 363 Beğeni</p> <p>12 13 488 1310</p>
<p>Binali Yıldırım @BY1</p> <p>Ev işleri konusunda iyi ütü yaparım, dikmiş dikiş yapabilirim. Son zamanlarda yapamamam da yemek yapmayı severim.</p> <p>Çok iyi Karniyarik, Arnavut Çiğeri yaparım. Her türlü yemeği yapabilirim. 🍴</p>  <p>09:21 - 12 Haz 2019</p> <p>1.815 Retweet 2.694 Beğeni</p> <p>47 13 1815 2894</p>	<p>Binali Yıldırım @BY1</p> <p>Adaylığı gönülsüzdü diyenler, çok günahımı alıyolar.</p> <p>Gönülüm yoksa beni bir şeye kimse razı edemez. Belediye Başkanlığı'nı istedim ve güzel işler yapacağıma inanıyorum.</p>  <p>09:21 - 12 Haz 2019</p> <p>821 Retweet 1.759 Beğeni</p> <p>29 13 821 1759</p>	<p>Binali Yıldırım @BY1</p> <p>TEM Otoyolu'nun altıyla Marmaray aramızdaki bölgede İstanbul nüfusunun %85'i yaşıyor. Çok dar bir alanda yoğun nüfus söz konusu. Biz bu bölgede 233 km'lik metro hattını, 5 yıl içerisinde 518 km'ye çıkaracağız.</p>  <p>09:20 - 12 Haz 2019</p> <p>755 Retweet 1.556 Beğeni</p> <p>49 13 755 1556</p>	<p>Binali Yıldırım @BY1</p> <p>Metrobus sayısı 2 yılda %50 artıracak. Akıllı ulaşım sistemleriyle sürdürülebilir metrobuslerin, duraklara gelme ve ayrılmaya süreleri aynı olacak ve dolayısıyla, geç geldi erken geldi, orada yığılma var gibi meseleler ortadan kalkmış olacak.</p>  <p>09:20 - 12 Haz 2019</p> <p>766 Retweet 1.445 Beğeni</p> <p>14 13 766 1445</p>



Görsel 120 "Binali Yıldırım" twitter hesabı 12.06.2019 tarihindeki tweetler

12 Haziran 2019 tarihinde, Yıldırım'ın takipçi sayısına bakıldığında, bir önceki güne göre 7.425 kişi sayısı artışıyla, 1.740.968 olduğu görülmektedir. Bu tarihte paylaşılan tweet sayısı, 26 video, 8 fotoğraf, 2 link ve 1 metin içerikli tweet olmak üzere, toplamda 37'dir. Bu weetler üzerindeki günlük etkileşim miktarına bakıldığında; 226.689 beğeni ve 73.619 retweet olmak üzere 300.308 etkileşim gerçekleştiği görülmektedir. Binali Yıldırım'ın en çok beğeni alan tweetine bakıldığında ise; 7.838 beğeni ve 2.121 retweet oranıyla: Binali Yıldırım ve ziyarete bulunan çerkez temsilcilerle bir arada olduğu fotoğraflar ve "Kafkasya'nın güzel insanları Çerkes kardeşlerim hoşgeldiniz, sefalar getirdiniz. Çerkes dostlarımların selamını ve desteğini getiren temsilcilere teşekkür ediyorum. Bütün Adigelere selam olsun" sözlerinin birlikte paylaşıldığı tweet'i olduğu görülür. 12 Haziran 2019 tarihinde 3 tane #YineBizYaparızetiketlemesi kullanıldığı görülmektedir.

12 Haziran weet içeriklerine bakıldığında ise, ilk olarak; en çok beğeni alan: Binali Yıldırım ve ziyarete bulunan çerkez temsilcilerle bir arada olduğu fotoğraflar ve "Kafkasya'nın güzel insanları Çerkes kardeşlerim hoşgeldiniz, sefalar getirdiniz. Çerkes dostlarımların selamını ve desteğini getiren temsilcilere teşekkür ediyorum. Bütün Adigelere selam olsun" birlikte paylaşıldığı tweet yer aldığı görülür. Ardından: İstanbul

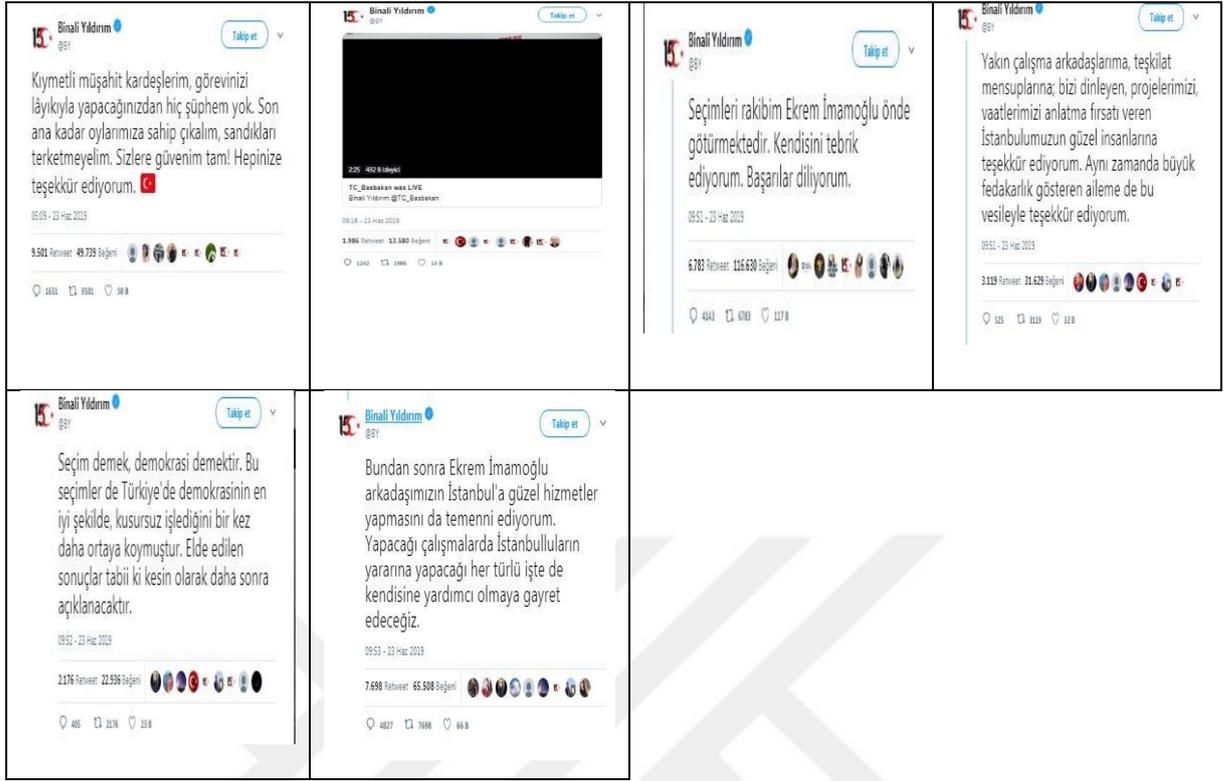
Sanayi Odası Toplantısı'nda konuşan Yıldırım'ın sözlerini içeren video ile birlikte "Türk sanayisinin, dünya ölçeğinde gelişmesine büyük katkıları olan İstanbul Sanayi Odası ile toplantımızda, İstanbul ekonomisinin geleceği için atacağımız adımları değerlendirdik. İSO Yönetim Kurulu Başkanı [@erdal_bahcivan](#)'a teşekkür ediyorum" mesajı birlikte paylaşılmıştır. Ardından Yönetim Kurulundak isimlerle tokalaşan fotoğraf paylaşılmıştır. #YineBizYaparız etiketlemesiyle, Yıldırım'ın doğalgaz'a indirim vaat'ini anlattığı video ve "Doğal gazı bütün evlerde yıl boyu %10 indirimli kullandıracamız" mesajıyla birlikte paylaşılmıştır. #YineBizYaparız etiketlemesiyle, Yıldırım'ın iş fırsatı sağlayan seçim projesini anlatan videosu, "Her yıl 100.000 olmak üzere 5 yılda toplam 500.000 İstanbullu hemşehrimize iş fırsatı sunacağız. Ekonominin kalbi İstanbul'da atacak" mesajıyla birlikte paylaşılmıştır. HaberTürk kanalında Kübra Par'ın sunacağı program öncesi, Binali Yıldırım ve ailesinin fotoğraflarıyla birlikte "İstanbul hikayemi, İstanbul hayalimi ve yerel seçim sürecini [@haberturkTV](#)'den [@kubrapc](#)'a anlattım. Keyifli bir flood için herkes çayını yanına alsın. Başlıyoruz" mesajıyla birlikte paylaşılmıştır. Kübra Par'ın sunduğu programda dile getirdiği "Tarlabası'nda, büyük bir şaşkınlıkla ve sevda ile başlayan İstanbul hikayem..." sözleri ve bu sözleri içeren video birlikte paylaşılmıştır. Aynı programda dile getirdiği: "İstanbul'u sokak sokak bilirim... İstiklal'de, Çiçek Pasajı'nda gazete sattığım günleri unutamıyorum" sözleri ve bu sözleri içeren video birlikte paylaşılmıştır. Aynı programda dile getirdiği: "İstanbul'un en sade semti bile bir ömre bedeldir. Hakikaten her tarafı bir başka güzeldir bu şehrin" sözleri ve bu sözleri içeren video birlikte paylaşılmıştır. Aynı programda dile getirdiği: "İstanbul Kurtuluş'ta otururken genellikle hafta sonu olduğunda piknik için Kilyos'u, Kuzey Ormanları'nın olduğu yerleri tercih ederdik ve tabii ki Emirgan'ı da..." sözleri ve bu sözleri içeren video birlikte paylaşılmıştır. Aynı programda dile getirdiği: "Kitapsız hayat; kör, sağır, dilsiz yaşamaya benzer. Kitap, insanı daha munis hale getiriyor" sözleri ve bu sözleri içeren video birlikte paylaşılmıştır. Aynı programda dile getirdiği: "Genellikle yanık türküler dinlerim. Türküler favorimdir ama sanat müziğini de çok severim" sözleri ve bu sözleri içeren video birlikte paylaşılmıştır. Aynı programda dile getirdiği: "Ev işleri konusunda iyi ütü yaparım, dikiş dikebilirim. Son zamanlarda yapamasam da yemek yapmayı severim. Çok iyi Karnıyarık, Arnavut Ciğeri yaparım. Her türlü yemeği yapabilirim" sözleri ve sözleri içeren video birlikte paylaşılmıştır. Aynı programda dile getirdiği:

“Adaylığı gönülsüzdü diyenler, çok günahımı alıyorlar. Gönüm yoksa beni bir şeye kimse razı edemez. Belediye Başkanlığını istedim ve güzel işler yapacağıma inanıyorum” sözleri ve bu sözleri içeren video birlikte paylaşılmıştır. Aynı programda dile getirdiği: “TEM Otoyolu'nun altıyla Marmaray arasındaki bölgede İstanbul nüfusunun %85'i yaşıyor. Çok dar bir alanda yoğun nüfus söz konusu. Biz bu bölgede 233 km'lik metro hattını, 5 yıl içerisinde 518 km'ye çıkaracağız” sözleri ve bu sözleri içeren video birlikte paylaşılmıştır. Aynı programda dile getirdiği: “Metrobüs sayısını 2 yılda %50 arttıracamız. Akıllı ulaşım sistemleriyle sürücüsüz metrobüslerin, duraklara gelme ve ayrılma süreleri aynı olacak ve dolayısıyla, geç geldi erken geldi, orada yığılma var gibi meseleler ortadan kalkmış olacak” sözleri ve bu sözleri içeren video birlikte paylaşılmıştır. Aynı programda dile getirdiği: “Dedem beni Galatasaray Lisesi'nin orada Hamidiye Çeşmesi'ne gönderirdi, bidonlarla su taşırdım. Biz de bugün, 900'ün üzerinde çeşmeyi yeniden ihya edeceğiz” sözleri ve bu sözleri içeren video birlikte paylaşılmıştır. Aynı programda dile getirdiği: “TV programı konusunda işte efendim, şununla çıkacaktık da bununla çıktık; şöyle oldu da böyle oldu gibi bahanelere sığınmalarını arzu etmiyorum. Onun için bütün mecralara açığım, kimi seçerseniz seçin dedim” sözleri ve bu sözleri içeren video birlikte paylaşılmıştır. Aynı programda dile getirdiği: “Ben rozetimi seçim zamanı takarım, seçimden sonra rozetim bulunmaz. Benim için siyaset insana hizmetten geçer. Siyasetin başarısı da memnun olmayanların, memnun edilmesidir. Hizmet bütün İstanbullulara verilecek. Bize oy veren, vermeyen ayrımı yapmayacağız” sözleri ve bu sözleri içeren video birlikte paylaşılmıştır. Aynı programda dile getirdiği: “İstanbuluların hizmetine ikisi Avrupa biri Asya yakasında olmak üzere 3 farklı noktada yeni halk plajları sunacağız” sözleri ve bu sözleri içeren video birlikte paylaşılmıştır. Aynı programda dile getirdiği: “Kararsız seçmenimize tavsiyem; adayların geçmişlerine, şimdiki hallerine ve vizyonlarına bakıp kararlarını vermeleridir. Ben iddialıyım. 16 yıldır memleketimin her köşesine hizmet götürdüm. Beni Binali Yıldırım yapan bu şehre borcumu en güzel şekilde ödeyeceğim” sözleri ve bu sözleri içeren video birlikte paylaşılmıştır. İstanbul Havalimanı'nda açılışı yapılan ‘Taksiciler Kooperatifi’ ve Yıldırım'ın burada yaptığı konuşma videosuyla birlikte, “İstanbul Havalimanı'nda açılışını gerçekleştirdiğimiz Taksiciler Kooperatifi hayırlı uğurlu olsun. Müşteri beklemez. İstanbul için durmak yok, yola devam” mesajı birlikte paylaşılmıştır. Ardından açılıştan fotoğraflar paylaşılmıştır. Yıldırım'ın, Şanlıurfa'da

yer alan ‘Badıllı Aşireti’ ziyaretinden fotoğraflar, “Siyasi hayatım boyunca destekleriyle yanımda olan Badıllı Aşireti’nin İstanbul Belediye Başkanlığı adaylığım sürecinde de yanımda olduklarını bilmek gurur verici. Teşekkür ederim kıymetli hemşehrilerim” mesajı ile birlikte paylaşılmıştır. Yıldırım’ın, Doğu ve Güneydoğu’daki kanaat önderleriyle bir aradayken yaptığı konuşma videosu; “İrfan ve ikram sahibi Doğu ve Güneydoğulu kanaat önderlerimizle, kadim devlet geleneğimiz ve geleceğimiz üzerine sohbet ettik. İstanbul’un meselesinin yurdun meselesi olduğunu biliyoruz. Derdimiz İstanbul, dermanımız da İstanbullu da” mesajıyla birlikte paylaşılmıştır. Yıldırım’ın, Doğu ve Güneydoğu kanaat önderleriyle birlikte fotoğraflar paylaşılmıştır. Ahaber ve ATV ortak canlı yayını programı “23 Haziran İstanbul Seçimi” programından fotoğraf ile “[@Ahaber](#)&[@atvcomtr](#) ortak canlı yayınında seçim sürecinden, vaadlere kadar birçok önemli konuyu masaya yatırdık. Program boyunca ekranları başında varlığını hissettiren tüm hemşehrilerime teşekkür ediyorum” mesajı birlikte paylaşılmıştır. Ve son olarak; Yıldırım’ın aynı programda dile getirdiği: “Silivri’den Tuzla’ya kadar olan dereleri ihya edeceğiz, hem su akacak hem de iki tarafında yürüyüş yolları yapacağız. Bu hem doğal afetler için bir tedbir hem de insanların yürüyüşe çıkacağı bir şerit olacak” sözleri ve bu sözleri içeren video birlikte paylaşıldığı görülmektedir.

23 Haziran 2019: Yerel Seçim





Görsel 121 "Binali Yıldırım" twitter hesabı 23.06.2019 tweetleri

23 Haziran 2019 Yerel Seçimlerin olduğu gün Binali Yıldırım'ın takipçi sayısının, günlük % 0.817 oranında artışla ve 7.698 kişi sayısındaki artışla, 1.831.648'e ulaştığı görülmektedir. Yeni seçim dönemi başlangıcı olarak alınan 6 Mayıs tarihinden bu yana, en yüksek takipçi sayısına ulaşıldığı gündür. 23 Haziran yerel seçim günü, Binali Yıldırım'ın günlük tweet sayısına bakıldığında; 6 metin, 2 video, 1 fotoğraf ve 1 link bağlantılı olmak üzere, toplamda 10 paylaşımında bulunduğu görünür. Bu tweetler üzerinden toplamda; 355.448 beğeni, 41.915 retweet olarak; toplamda 397.363 etkileşim gerçekleştiği görülmektedir.

Bu tarihte, en çok beğeni alan tweet'e bakıldığında; 116.631 eğeni ve 6.783 retweet oarnıyla, seçimi önde götüren İmamoğlu'na; "Seçimleri rakibim Ekrem İmamoğlu önde götürmektedir. Kendisini tebrik ediyorum. Başarılar diliyorum" şeklindeki metin mesajı olduğu görülmektedir. İkinci en yüksek etkileşimi alan ise; 65.508 beğeni ve 7.698 retweet oranıyla; 23 Haziran seçim sonuçlarının ardından, seçimi kazana İmamoğlu'ya güzel dileklerde bulunduğu "Bundan sonra Ekrem İmamoğlu arkadaşımızın İstanbul'a güzel hizmetler yapmasını da temenni ediyorum. Yapacağı çalışmalarda İstanbulluların yararına yapacağı her türlü işte de

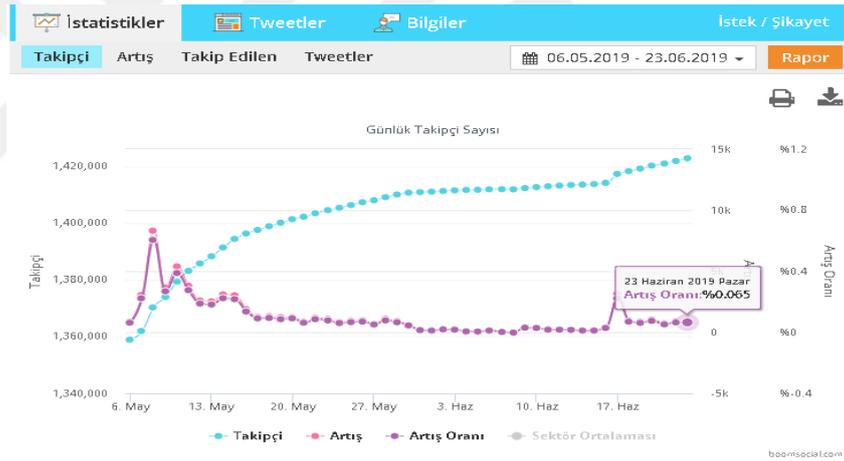
kendisine yardımcı olmaya gayret edeceğiz” sözlerinin, metin mesajı olarak paylaştığı tweet olduğu görülmektedir. Bu tarihteki twitter paylaşımları incelendiğinde, herhangi bir twitter etiketlemesi kullanılmadığı görülmüştür.

Twitter içeriklerine bakıldığında; Binali Yıldırım’ın 23 Haziran seçim günü: “İstanbul halkının verdiği kararın başımız gözumüz üzerinde yeri var. Mutlaka en doğru kararı İstanbullular vermiş olacak, buna yürekten inanıyorum” sözleri ve bu sözlerinin yer aldığı basın açıklaması videosu birlikte paylaşılmıştır. Binali Yıldırım’ın 23 Haziran seçim günü, eşi Semiha Hanım ve torunuyla birlikte, oy kullanırken ki fotoğrafları ve “İstanbul'un bir dünya şehri olması için bugüne kadar ülke genelinde edindiğimiz tecrübeleri uygulamak için seçimler önemli bir fırsat. Rabbim İstanbulumuz için, ülkemiz için bu seçimleri hayırlı ve uğurlu kılsın” mesajı birlikte paylaşılmıştır. “Seçim kampanyası sırasında rakipler arasında veya vatandaşlarımızdan da kırgınlıklar olabilir. Bugün artık kırgınlıkları bırakmak, geleceğe odaklanma zamanıdır. Bilerek veya bilmeyerek eğer bir İstanbullu kardeşimize, rakiplere bir yanlış yaptıysak helallik istiyorum” metin mesajı paylaşılmıştır. Binali Yıldırım’ın, eşi ve torunuyla birlikte oy kullanma anlarının yer aldığı basına yansıyan video ile “İstanbul seçimi, hayırlı ve uğurlu olsun” mesajı birlikte paylaşılmıştır. “Kıymetli müşahit kardeşlerim, görevinizi lâıyıkıyla yapacağınızdan hiç şüphem yok. Son ana kadar oylarımıza sahip çıkalım, sandıkları terketmeyelim. Sizlere güvenim tam! Hepinize teşekkür ediyorum” metin mesajı paylaşılmıştır. Seçim sonucuna dair basın açıklamalarını içeren bir link paylaşılmıştır. “Seçimleri rakibim Ekrem İmamoğlu önde götürmektedir. Kendisini tebrik ediyorum. Başarılar diliyorum” metin mesajı paylaşılmıştır. “Yakın çalışma arkadaşlarıma, teşkilat mensuplarına; bizi dinleyen, projelerimizi, vaatlerimizi anlatma fırsatı veren İstanbulumuzun güzel insanlarına teşekkür ediyorum. Aynı zamanda büyük fedakarlık gösteren aileme de bu vesileyle teşekkür ediyorum” metin mesajı paylaşılmıştır. “Seçim demek, demokrasi demektir. Bu seçimler de Türkiye’de demokrasinin en iyi şekilde, kusursuz işlediğini bir kez daha ortaya koymuştur. Elde edilen sonuçlar tabii ki kesin olarak daha sonra açıklanacaktır” metin mesajı paylaşılmıştır. Ve son olarak: “Bundan sonra Ekrem İmamoğlu arkadaşımızın İstanbul’a güzel hizmetler yapmasını da temenni ediyorum. Yapacağı çalışmalarda İstanbulluların yararına yapacağı her türlü işte de kendisine yardımcı olmaya gayret edeceğiz” metin mesajı paylaşıldığı görülmektedir.

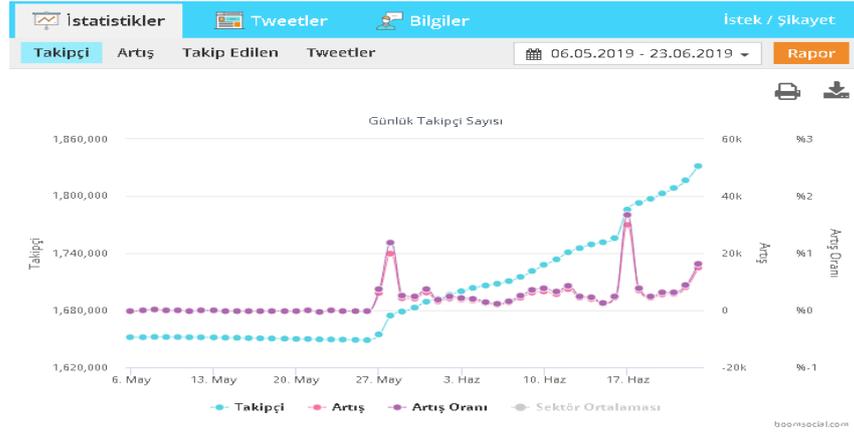
4.2.2 Yeni Seçim Dönemi (6 Mayıs 2019 -23 Haziran 2019) Genel Twitter İncelemesi

4.2.2.1 Takipçi Sayısı

Yeni Seçim Döneminin başladığı 6 Mayıs 2019 tarihinden,23 HaziranYerel Seçimlerin yapıldığı tarihe kadar, Binali Yıldırım'ın, “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” twitter hesabında; takipçi sayısının düzenli olarak yavaş bir şekilde arttığı aşağıdaki garfikteki soldan sağa yükselmekte olan açık mavi çizgiden görünmektedir. 6 Mayıs 2019’da 1.358.909 takipçisi varken; 23 Haziran günü bu sayı 1.422.857’ye yükselmiştir. Takipçi artış oranına baktığımızda ise; artış oranlarının ilk ve son gün aynı olduğu görülür. 6 Mayıs 2019 ve 23 Haziran 2019 tarihlerinin her iki gününde de takipçi sayısındaki artış % 0.065’dir.



Görsel 122 “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” twitter hesabının takipçi oranları



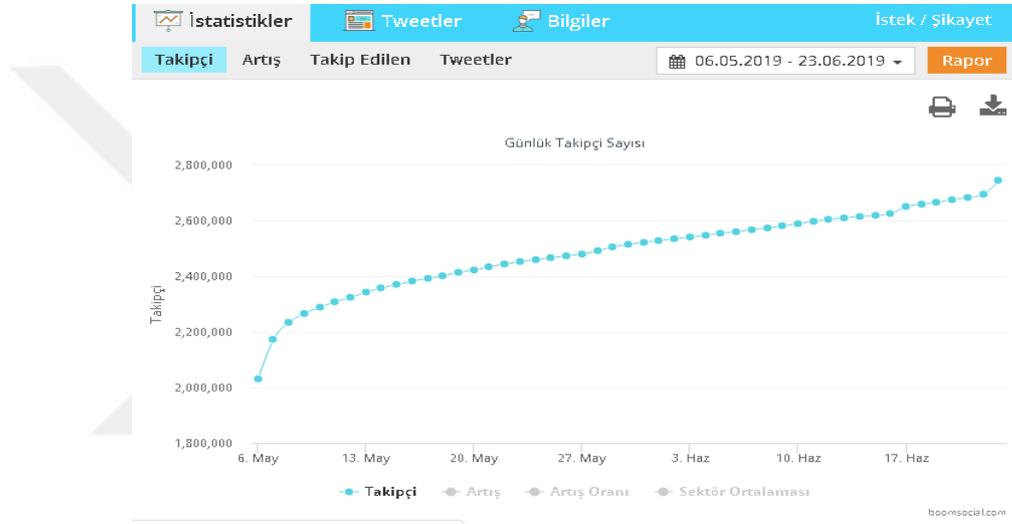
Görsel 123: “Binali Yıldırım” twitter hesabının takipçi oranları

6 Mayıs 2019 tarihinden, 23 Haziran 2019 Yerel Seçimlerin yapıldığı tarihe kadar, Binali Yıldırım’ın, “Binali Yıldırım” twitter hesabına bakıldığında ise; takipçi sayısının ve oranlarının belirli günler belirgin bir şekilde yükseldiği görülmektedir:

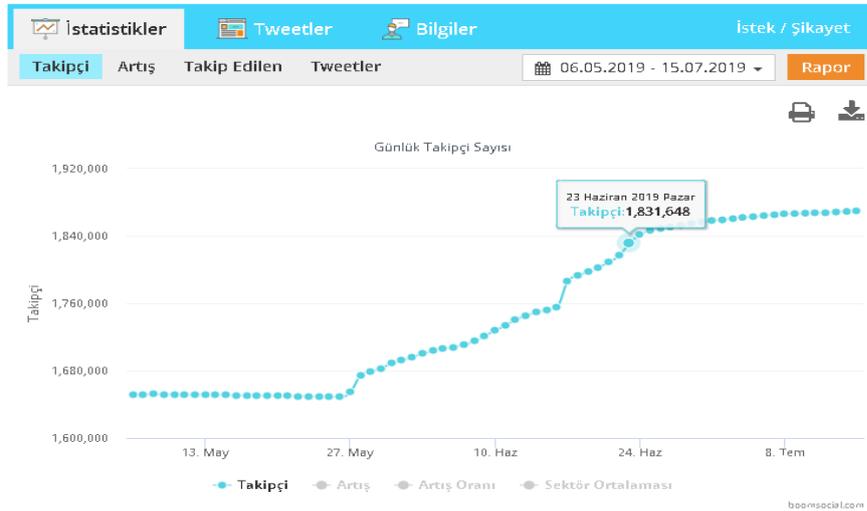
- 26 Mayıs tarihinde uzun süredir kullanmadığı twitter hesabı aktif hale gelmekte ve takipçi sayısı 1.654.652 iken 27 Mayıs günü 1.674.503’ yükselmektedir. 26 Mayıs tarihinde takipçi artış oranı -315 kişi ile %-0.019’dır. 27 Mayıs gününe bakıldığında ise; 6.033 yeni takipçi eklenerek, %0.365 oranında takipçi sayısı artışı görülür.
- Diğer bir yükseliş oranı: 27 Mayıs – 28 Mayıs günleri arasında görülmektedir. 27 Mayıs tarihinde 1.654.503 takipçi varken; 28 Mayıs günü bu sayı 1.674.503’e yükseldiği görülür. 28 Mayıs günü, Binali Yıldırım’ın hesabına; %1.185 oranında artışla, 19.851 yeni takipçi eklendiği görülür. 28 Mayıs 1.358.909 takipçisi varken; 23 Haziran günü bu sayı 1.422.857’ye yükseldiği görülmektedir.
- 29 Mayıs itibariyle, 17 Hazirana kadar belirgin bir yükseliş olmadan devam etmektedir. 16 Haziran – 17 Haziran arasında ise; en yüksek takipçi sayısı artışı yaşandığı gündür. 16 Haziran günü 1.755.914 takipçi varken; 17 Haziran günü, 29.952 yeni takipçi sayısı ile 1.785.866’ya ulaşıldığı görülür. 17 Haziran günü, “Binali Yıldırım” twitter hesabı takipçi sayısındaki artış ise

%1.677'dir. Bu tarihlerdeki belirgin yükselişlerle birlikte, takipçi sayısı 18 Mayıs itibariyle düzenli aralıkla yükselerek devam etmiştir.

Takipçi sayısındaki artışlara bakıldığında, 6 Mayıs 2019 ile 23 Haziran 2019 tarihleri arasında belirgin bir artış yaşanmadığı görülmektedir. 6 Mayıs günü takipçi sayısı 1.358.909 iken; 23 Haziran günü 1.422.857'ye ulaşmıştır. Binali Yıldırım'ın "Binali Yıldırım İletişim Ofisi" twitter hesabında, arttırdığı takipçi sayısının 63.948 olduğu görülmektedir.



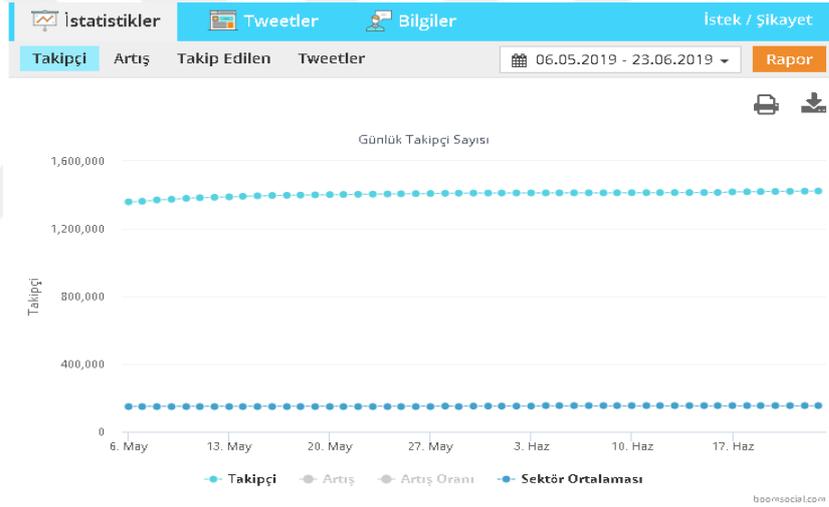
Görsel 124: "Binali Yıldırım İletişim Ofisi" twitter hesabının, 6 Mayıs-23 Haziran 2019 tarihleri arasındaki takipçi sayısı grafiği



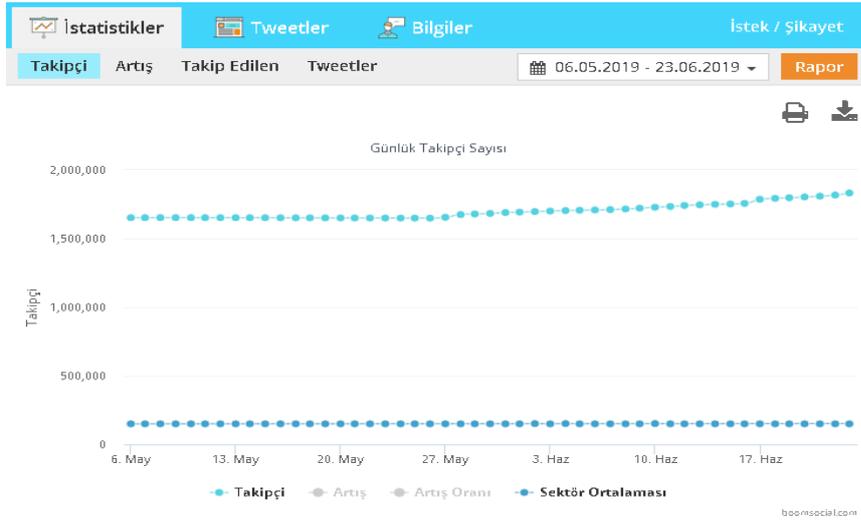
Görsel 125: “Binali Yıldırım” twitter hesabının, 6 Mayıs-23 Haziran 2019 tarihleri arasındaki takipçi sayısı grafiği

“Binali Yıldırım” hesabına bakıldığında, 28 Mayıs 2019 ve 17 Haziran 2019 tarihleri dışında belirgin artış yaşanmadığı görülmektedir. 6 Mayıs günü takipçi sayısı 1.651.718 iken; 23 Haziran günü 1.831.648’e ulaşmıştır. Özellikle 23 Haziran 2019 seçimleri sonrasında takipçi sayısının aynı doğrultuda devam ettiği görülmektedir.

Sektör ortalaması olarak gösterilen sayı “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” twitter hesabında; 152.015’dir. Binali Yıldırım zaten bu sayının üstünde başladığı; ancak seçim süreci boyunca takipçi sayısında belirgin bir yükseliş olmadığı aşağıdaki takipçi sayısı ve sektör ortalamasını gösteren grafikten anlaşılmaktadır.



Görsel 126: “BinaliYıldırım İletişim Ofisi” twitter hesabı 06.05.2019-23.06.2019 tarihleri arasındaki günlük takipçi sayısı ve sektör ortalaması.

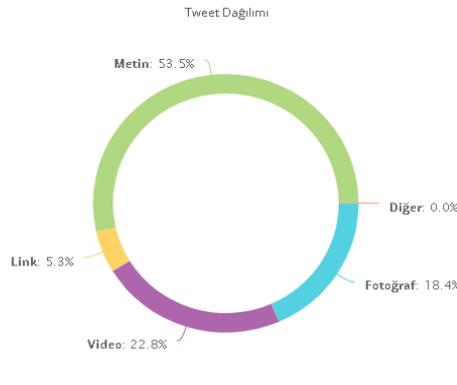


Görsel 127: “Binali Yıldırım” twitter hesabı 06.05.2019-23.06.2019 tarihleri arasındaki günlük takipçi sayısı ve sektör ortalaması.

Sektör ortalaması olarak gösterilen sayı “Binali Yıldırım” twitter hesabında; 151.447’dir. Binali Yıldırım zaten bu sayının üstünde başladığı; ancak seçim süreci boyunca takipçi sayısında belirgin bir yükseliş olmadığı yukarıdaki takipçi sayısı ve sektör ortalamasını gösteren grafikten anlaşılmaktadır.

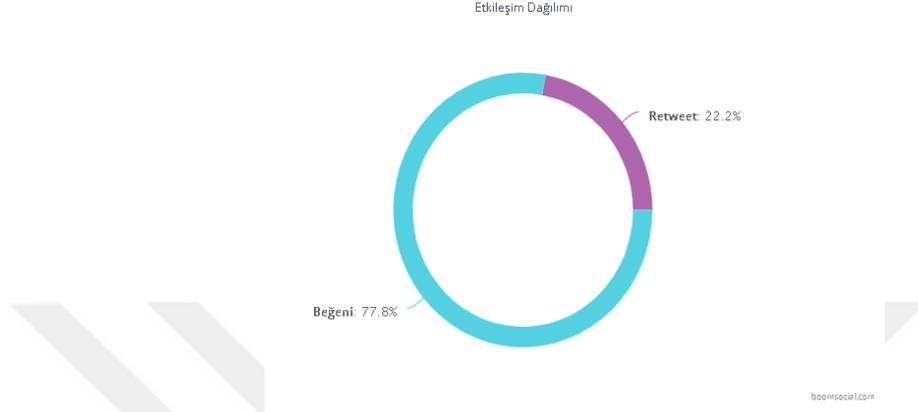
4.2.2.2 Günlük Etkileşim

6 Mayıs 2019 - 23 Haziran 2019 tarihleri arasında paylaşılan tweetlerin yüzdeleri dağılımına bakıldığında; bunların % 53.5 sinin metin, % 22.8 video, % 18.4 fotoğraf ve % 5.3 link bağlantılı tweetler olduğu aşağıda görülmektedir.



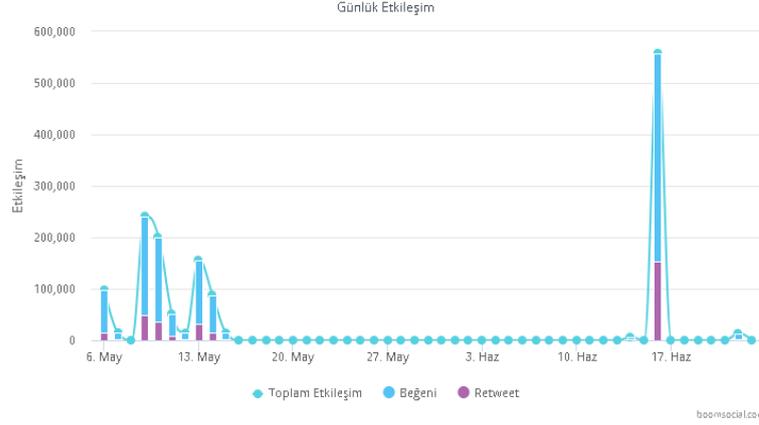
Görsel 128: “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” twitter hesabı 06.05.2019-23.06.2019 tarihleri arası tweet dağılımı

Binali Yıldırım'ın, ikinci yerel seçim çalışmalarını kapsayan 6 Mayıs 2019 – 23 Haziran 2019 tarihleri arasında paylaşılan tweetlerin etkileşim oranına bakıldığında; % 77,8 beğeni ve %22,2 oranında retweet aldığı görülmektedir.



Görsel 129: “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” twitter hesabı 06.05.2019-23.06.2019 tarihleri arası etkileşim dağılımı

Günlük etkileşim oranlarına bakıldığında, en düşük sayı 14 Haziran 2019 tarihindedir. Bu tarihte sadece 1 video paylaşılmış, günün sonunda ise bu tweet 4.508 beğeni, 1.535 retweet olarak 6.043 etkileşim gerçekleşmiştir. Yeni seçim dönemini kapsayan; 6 Mayıs - 23 Haziran günleri arasında, “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” twitter hesabının kullanıldığı gün sayısı sadece 12 olduğu ve seçim döneminde bu hesabını aktif kullanmadığı görülmektedir.



Görsel 130: “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” twitter hesabı 06.05.2019-23.06.2019 tarihleri arası etkileşim miktarları

4.2.2.3 En Çok Beğeni Alanlar

“Binali Yıldırım İletişim Ofisi” Twitter Hesabı

1.) 14 Mayıs 2019: Binali Yıldırım’ın en çok beğeni alan tweet’i: “Üsküdar’da kankalarımınla beraberiz...” metin yazısıyla birlikte , iftar sofrasından gençlerle birlikte, gençlerle birlikte yer aldığı video içerikli paylaşımıdır. Tweet’in, 33.054 beğeni ve 7.161 retweet aldığı görülmektedir.



Görsel 131: “Binalli Yıldırım İletişim Ofisi” hesabı en çok beğeni alan tweeti

2.) 16 Haziran 2019: Binali Yıldırım ve Ekrem İmamoğlu’nun birlikte katıldığı, İsmail Küçükkaya’nın sunduğu “2019 Seçim Özel” programında, Binali Yıldırım’ın programda dile getirdiği: “Veri yedekleme ayrı iştir, kopyalama ayrı iştir. İstanbul’un

verileri zaten bir yerde değil, iki yerde yedekleniyor. Veri kopyalama işi bir FETÖ taktiğidir. FETÖ bunu geçmişte yaptı. Dışarıdan 3 uzman getirmek de başlı başına fecaattir” sözleri ve bu sözlerin yer aldığı programın videosunun birlikte paylaşıldığı tweet’i, ikinci en yüksek beğeni alan paylaşımıdır. Tweet’in, 31.625 beğeni ve 13.130 retweet aldığı görülmektedir..



Görsel 132: “Binalli Yıldırım İletişim Ofisi” hesabı en çok beğeni alan 2. tweeti

3.)16 Haziran 2019: Binali Yıldırım ve Ekrem İmamoğlu’nun birlikte katıldığı, İsmail Küçükkaya’nın sunduğu “İstanbul’un 300 mahallesinde 955 kreş açacağız. Ekrem Bey, Beylikdüzü’nde 11 kreş vaadi vermiş, 1 tanesini yapabilmiş. Önemli olan verdiğin vaadi yerine getirmektir, siyasetçinin kalitesi oradan belli olur” sözleri ve bu sözlerin yer aldığı programın videosunun birlikte paylaşıldığı tweet’i, üçüncü en yüksek beğeni alan paylaşımıdır. Tweet’in 26.747 beğeni ve 8.730 retweet aldığı görülür. Ancak etkileşim miktarı 35.477’dir ; dördüncü en çok beğeni alan tweet’i; beğeni oranı düşük olsa da, retweet oranı, bu tweet’e göre daha yüksek olduğundan etkileşim miktarı daha fazladır.



Görsel 133: "Binalli Yıldırım İletişim Ofisi" hesabı en çok beğeni alan 3. tweeti

4.) 16 Haziran 2019: Binali Yıldırım ve Ekrem İmamoğlu'nun birlikte katıldığı, İsmail Küçükkaya'nın sunduğu "Ekrem Bey, çarpıtma işini alışkanlık haline getirdi. 'Soruları aldı' dedi, almadım. 'İBB israf içinde' dedi, Sayıştay raporları yalanladı. Vali'den özür dileseydi iş bitmişti ama 'basitlik' diye bir icatta bulundu. Artık milletten özür dilemelidir, millete yalan söylemiştir" sözleri ve bu sözlerin yer aldığı programın videosunun birlikte paylaşıldığı tweet'i, dördüncü en yüksek beğeni alan paylaşımımızdır. Tweet'in 26.262 beğeni ve 9.855 retweet aldığı görülür. Etkileşim oranı 36.117 olduğundan dolayı; üçüncü sıradaki en çok beğeni alan tweet'den daha az beğeni olsa bile, retweet oranının daha yüksek olmasından dolayı etkileşim oranı daha yüksektir.



Görsel 134: "Binalli Yıldırım İletişim Ofisi" hesabı en çok beğeni alan 4. tweeti

5.)16 Haziran 2019: Binali Yıldırım ve Ekrem İmamoğlu'nun birlikte katıldığı, İsmail Küçükkaya'nın sunduğu "İstanbul'un 300 mahallesinde 955 kreş açacağız. Ekrem Bey, Beylikdüzü'nde 11 kreş vaadi vermiş, 1 tanesini yapabilmiş. Önemli olan verdiğin vaadi yerine getirmektir, siyasetçinin kalitesi oradan belli olur" sözleri ve bu sözlerin yer aldığı programın videosunun birlikte paylaşıldığı tweet'i, beşinci en yüksek beğeni alan paylaşımdır. Tweet'in 26.262 beğeni ve 9.855 retweet aldığı görülür.



Görsel 135: "Binalli Yıldırım İletişim Ofisi" hesabı en çok beğeni alan 5. tweeti

"Binali Yıldırım" Twitter Hesabı

1.) 23 Haziran 2019: Binali Yıldırım'ın 23 Haziran yerel seçim günü: "Seçimleri rakibim Ekrem İmamoğlu önde götürmektedir. Kendisini tebrik ediyorum. Başarılar diliyorum" şeklinde paylaştığı metin içerikli tweet'i nin; 116.580 beğeni ve 6.774 retweet oranıyla en fazla beğeni alan paylaşımı olduğu görülmüştür.



Görsel 136: “Binalli Yıldırım” hesabı en çok beğeni alan tweeti

2.) 16 Haziran 2019: Binali Yıldırım ve Ekrem İmamoğlu'nun katıldığı, İsmail Küçükkaya'nın sunduğu “Seçim 2019 İstanbul” yayını sonrası, Yıldırım'ın “Ekrem Bey çok şey anlattı da, ne yapacağını söylemeyi unuttu” metin içerikli tweet'i nin; 116.580 beğeni ve 6.774 retweet oranıyla, en çok beğenilen ikinci paylaşımı olduğu görülmüştür.



Görsel 137: “Binalli Yıldırım” hesabı en çok beğeni alan 2. tweeti

3.) 23 Haziran 2019: Seçim sonuçlarının resmi olmayan sonuçlandığı 23 Haziran günü; “Bundan sonra Ekrem İmamoğlu arkadaşımızın İstanbul'a güzel hizmetler yapmasını da temenni ediyorum. Yapacağı çalışmalarda İstanbulluların yararına yapacağı her türlü

işte de kendisine yardımcı olmaya gayret edeceğiz” metin içerikli tweet’in; 65.488 beğeni ve 7.698 retweet oranıyla, en çok beğenilen üçüncü paylaşımı olduğu görünmektedir.



Görsel 138: “Binali Yıldırım” hesabı en çok beğeni alan 3. tweeti

4.) 18 Haziran 2019: “Yıllardır ülkem için aşmadık dağ, sermedik yol, atmadık köprü bırakmadım. Aldığım her görevi koltuk sevdası ile değil, millet aşkı ve görev bilinciyle yerine getirdim. Şimdi gayem İstanbul, derdim İstanbul, hayalim İstanbul. Bu saatten sonra [#İşEhlininKararMilletin](#)” metin mesajıyla birlikte; bu sözlerin geçtiği, 23 Haziran seçim reklam filmi tweet’i; 62.966 beğeni ve 15.243 retweet oranlarıyla, en fazla beğeni alan dördüncü paylaşımı olduğu görülmüştür.



Görsel 139: “Binalli Yıldırım” hesabı en çok beğeni alan 4. tweeti

5.)3 Haziran 2019: 23 Haziran seçim dönemi için hazırlanmış olan reklam filmi ile birlikte “Biz ne yaptıysak milletimizin, hayatı bayram tadında yaşaması için yaptık. Millet aşkıyla çalışırız, [#YineBizYaparız](#) Ramazan Bayramımız mübarek olsun” metin mesajı birlikte paylaşılarak; Ramazan Bayramı kutlama tweeti, 56.004 beğeni ve 10.878 retweet oranıyla; en fazla beğeni oranına sahip beşinci paylaşım olduğu görülmektedir.



Görsel 140: “Binali Yıldırım” hesabı en çok beğeni alan 5. tweeti

4.2.3 Seçim Çalışmaları Boyunca Twitter Üzerindeki Paylaşımlar Dikkate Alınarak Yapılan Kelime Analiz Çalışması

Bu bölümde YSK tarafından seçimlerinin yenileceğinin açıklandığı 06.05.2019 tarihinden seçimlerin yapıldığı 23.06.2019 tarihleri arasındaki twitter paylaşımları dikkate alınarak bir kelime analiz çalışması yapılacaktır.

“Binali Yıldırım” Twitter hesabına Nvivo 12 Plus programı yoluyla içerik taraması yapıldığında ortaya aşağıdaki gibi kelime bulutları çıkmaktadır. Buradaki kelime bulutları, Yıldırım’ın 06.05.2019 –23.06.2019 tarihleri arasındaki “Binali Yıldırım” twitter hesabındaki paylaşımlarında en çok kullandığı kelimeleri

Word	Length	Count	Weighted Percentage (%)
istanbul	8	65	0,64
#yinebizyapınız	15	60	0,59
ediyorum	8	49	0,48
jaha	4	47	0,46
güzel	5	43	0,42
teşekkür	8	43	0,42
olsun	5	38	0,37
olan	4	32	0,31
jiliyorom	9	29	0,29
icretsiz	8	27	0,27
ortak	5	25	0,25
pütün	5	23	0,23
büyük	5	22	0,22

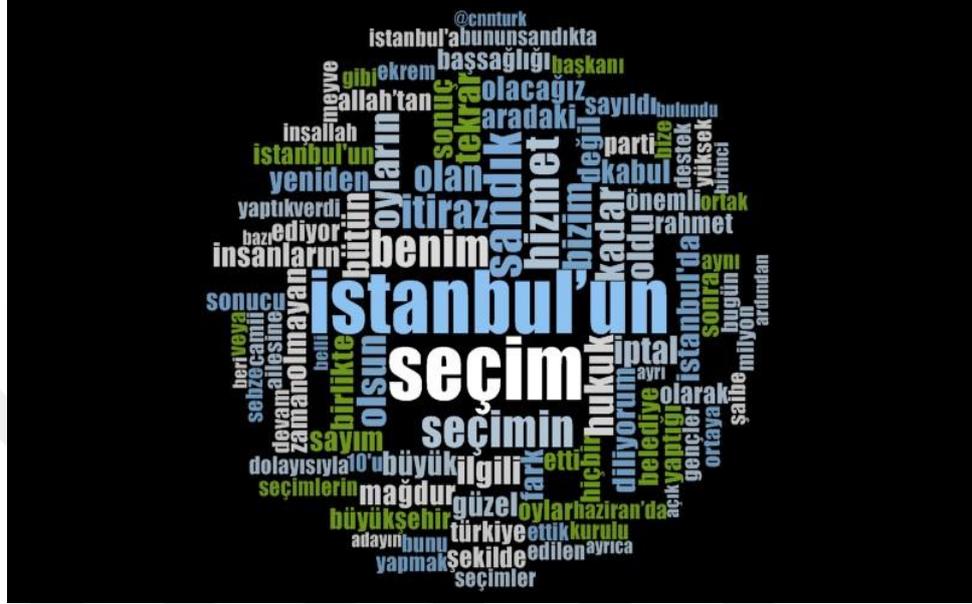
Görsel 142: Nvivo 12 Plus programından elde edilen “Binali Yıldırım” twitter hesabı en çok kullanılan kelime listesi

Binali Yıldırım’ın, “Binali Yıldırım” Twitter hesabındaki paylaşımları üzerinden 06.05.2019 – 23.06.2019 tarihleri arasında 1’ den fazla kullandığı kelime sayısının 1156 olduğu görülmüştür. En sık kullandığı kelimelerin ilk 5’i şu şekildedir:

1. İstanbul: 65 kere kullanılmıştır.
2. #yinebizyapınız: 60 kere kullanılmıştır.
3. ediyorum: 49 kere kullanılmıştır.
4. güzel:43 kere kullanılmıştır.
5. teşekkür: 43 kere kullanılmıştır.

Aynı şekilde; “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” Twitter hesabına da, Nvivo 12 Plus programı yoluyla içerik taraması yapıldığında ortaya aşağıdaki gibi kelime bulutları çıkmaktadır. Buradaki kelime bulutları, “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” Twitter hesabındaki paylaşımlar üzerinden 06.05.2019 –23.06.2019 tarihleri arasında en çok kullandığı kelimeleri göstermektedir. Kelime bulutlarına 2019, twitter, için ve http gibi kelimelerin bir anlam ifade etmeyeceği ve twitter paylaşımlarında yer aldıkları için çalışmanın daha net olması yönünden dahil edilmemiştir. Kelime bulutu içinde en çok

kullanılan kelimeler büyük puntuyla gösterilirken, kullanım miktarı azaldıkça kelimelerin puntosu da küçülmektedir. Buradaki kelimelerin ortak özelliği hepsinin 1'den fazla kullanılmış olmasıdır.



Görsel 143Nvivo 12 Plus programından elde edilen Binali Yıldırım İletişim Ofisi kelime bulutu

Kelime bulutuna baktığımızda #istanbul kelimesinin ortada ve daha büyük puntolu olduğunu görürüz. Bunun dışında göze çarpan kelimeler; seçim, sandık, hizmet ve itiraz gibi kelimeler olduğu görülmektedir.

Word	Length	Count	Weighted Percentage (%)	Similar Words
istanbul'un	11	18	0,60	istanbul, istanbul'da, istanbul'u, istanbul'un
seçim	5	18	0,60	seçim, seçime
sandık	6	11	0,36	sandık
benim	5	10	0,33	benim, benim
hizmet	6	10	0,33	hizmet, hizmet'
seçimin	7	10	0,33	seçimin
itiraz	6	9	0,30	itiraz
bizim	5	8	0,26	bizim
hukuk	5	8	0,26	hukuk, 'hukuk
kadar	5	8	0,26	kadar
olan	4	8	0,26	olan
olsun	5	8	0,26	olsun
oyların	7	8	0,26	oyların

Görsel 144 Nvivo 12 Plus programından elde edilen Binali Yıldırım İletişim Ofisi'nin kelime listesi

“Binali Yıldırım İletişim Ofisi” Twitter paylaşımlarında, 06.05.2019 – 23.06.2019 tarihleri arasında 1’ den fazla kullandığı kelime sayısının 654 olduğu görülmüştür. En sık kullandığı kelimelerin ilk 5’i şu şekildedir:

1. İstanbul: 18 kere kullanılmıştır.
2. seçim: 18 kere kullanılmıştır.
3. sandık: 11 kere kullanılmıştır.
4. benim, hizmet, seçimin: 10 kere kullanılmıştır.
5. itiraz: 9 kere kullanılmıştır.

4.3 6 MAYIS – 23 HAZİRAN EKREM İMAMOĞLU VE BİNALİ YILDIRIM'IN GENEL TWİTTER KARŞILAŞTIRMASI

4.3.1 Takipçi Sayıları

- Ekrem İmamoğlu ve Binali Yıldırım'ın 6 Mayıs 2019 ile 23 Haziran 2019 Yerel Seçimlerin yapıldığı güne kadar, takipçi sayıları düzenli olarak artmıştır. Ancak ikisi arasında belirgin artış oranı vardır.

Ekrem İmamoğlu'nun 6 Mayıs'da, 2.031.320 takipçisi varken; 23 Haziran gününde bu sayı; 2.744.734'e yükselmiştir. Binali Yıldırımın ise kullandığı her iki twitter hesabına bakıldığında; “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” Twitter hesabında 6 Mayıs günü takipçi sayısı 1.358.909 iken 23 Haziran günü bu sayı 1.422.857'ye yükselmiştir. “Binali Yıldırım” Twitter hesabında ise 6 Mayıs günü takipçi sayısı 1.651.718 iken 23 Haziran günü bu sayının 1.831.648'e yükseldiği görülmüştür.

- Adayların takipçi oranı bazında sektör ortalamaları(152.767) kıyaslandığında, Ekrem İmamoğlu bu ortalamanın çok üstünde başladığı ve arttırarak devam ettiği görülür. Binali Yıldırım zaten adaylığını açıkladığı tarihte de, bu oranın üzerinde (1.202.606) takipçi sayısı ile başlamıştır. Yeni seçim dönemi sürecinde de, kullandığı her iki hesaptaki takipçi sayıları ile sektör ortalamasının üzerinde başlamıştır ve arttırarak devam etmiştir.

Twitter'ın sektör ortalaması olarak gösterilen sayı 152.767'dir. İmamoğlu, yeni seçim döneminde bu ortalamanın çok üzerinde(2.031.320) bir takipçi sayısı ile başlamış ve 23 Haziran gününe kadar düzenli olarak arttırdığı görülmüştür. Binali Yıldırım'ın kullandığı her iki Twitter hesabına bakıldığında ise; sektör ortalamasının üzerinde bir takipçi sayısı ile yeni seçim sürecine başladığı ve düzenli olarak 23 Haziran gününe kadar arttırdığı görülmektedir. .

- Adayların, bir buçuk aylık olan; yeni seçim dönem sonundaki takipçi artış oranlarına bakıldığında, adayların 31 Mart dönemine göre daha az takipçi oranları yaşandığı görülür. Ekrem İmamoğlu'nun takipçi artış oranı, Binali Yıldırım'ın

kullandığı Twitter hesaplarına göre artış oranlarının daha fazla olduğu görülmektedir.

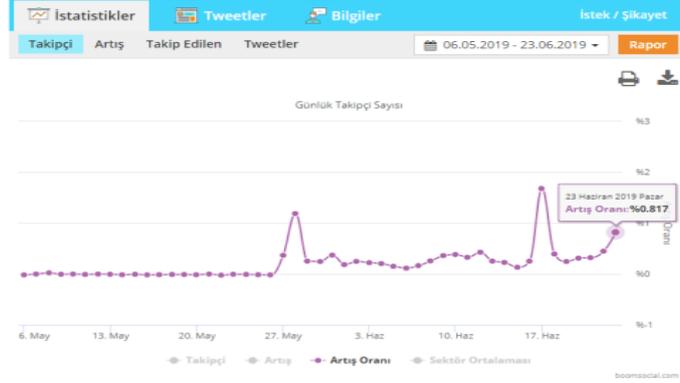
Ekrem İmamoğlu' nun 23 Haziran seçim dönemi boyunca, Twitter hesabı takipçi artış oranlarında en yüksek oran; %6.529 ile 7 Mayıs günü yaşanmıştır. Ve 23 Haziran günü takipçi artış oranı %1.817 olduğu görülür. “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” Twitter hesabında en yüksek takipçi oranı; %0.607 ile 8 Mayıs günü olduğu ve 23 Haziran günü bu oranın %0.065 olduğu görülmektedir. “Binali Yıldırım” Twitter hesabına bakıldığında ise; en yüksek takipçi oranı 17 Haziran günüdür. 17 Haziran günü %1.677 iken; 23 Haziran günü %0.871 olduğu görülmektedir.



Görsel 145 Ekrem İmamoğlu 6 Mayıs 2019-23 Haziran 2019 tarihleri arasındaki Twitter takipçi artış oranı



Görsel 146 “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” Twitter hesabı 6 Mayıs 2019-23 Haziran 2019 tarihleri arası takipçi artış oranı

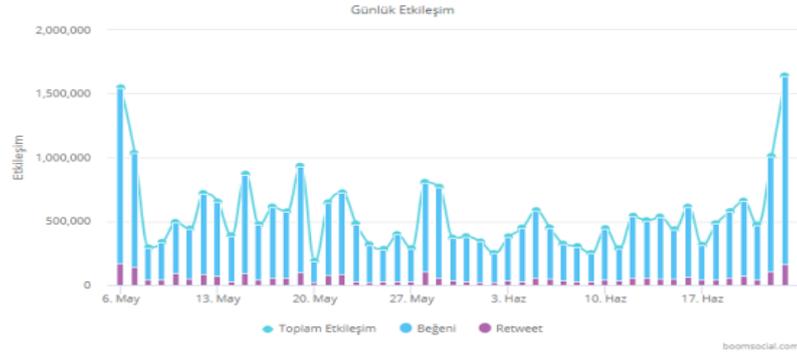


Görsel 147 “Binali Yıldırım” Twitter hesabı 6 Mayıs 2019-23 Haziran 2019 tarihleri arası takipçi artış oranı

4.3.2 Günlük Etkileşim Oranları

Adayların günlük etkileşim oranlarına bakıldığında, Ekrem İmamoğlu'nun en yüksek etkileşim miktarı 23 Haziran 2019 tarihindedir. Bu tarihte, 8 link, 4 fotoğraf içerikli 12 tweet paylaşılmış; günün sonunda bu tweetler üzerinden 1.478.592 beğeni, 160.622 retweet olarak 1.639.214 etkileşim gerçekleşmiştir.

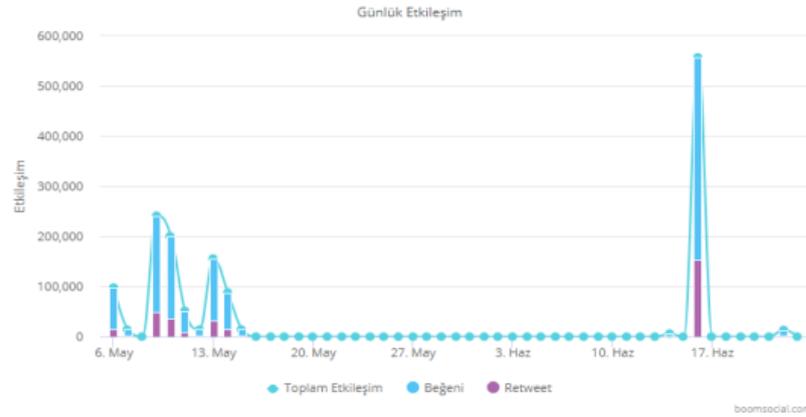
İmamoğlu'nun en düşük etkileşim oranı ise; 20 Mayıs 2019 tarihindedir. Bu tarihte 1 video, 1 link ve 1 fotoğraf içerikli 3 tweet paylaşılmış; günün sonunda bu tweetler üzerinden 164.382 beğeni, 19.996 retweet olarak 184.378 etkileşim gerçekleşmiştir.



GörSEL 148 Ekrem İmamoğlu Twitter hesabı 6 Mayıs 2019-23 Haziran 2019 tarihleri arası günlük etkileşim oranı

Yeni seçim sürecinde, hiç paylaşımında bulunmadığı gün bulunmamaktadır. Adayın, seçim çalışmaları boyunca twitter'ı etkin bir şekilde kullandığı görülmektedir.

“Binali Yıldırım İletişim Ofisi” Twitter hesabının en yüksek etkileşim oranlarına bakıldığında ise, 16 Haziran 2019 tarihindedir. Bu tarihte, 20 video, 5 fotoğraf ve 2 metin paylaşılmış, günün sonunda ise bu tweetler 403.246 beğeni, 154.142 retweet olarak 557.388 etkileşim gerçekleşmiştir

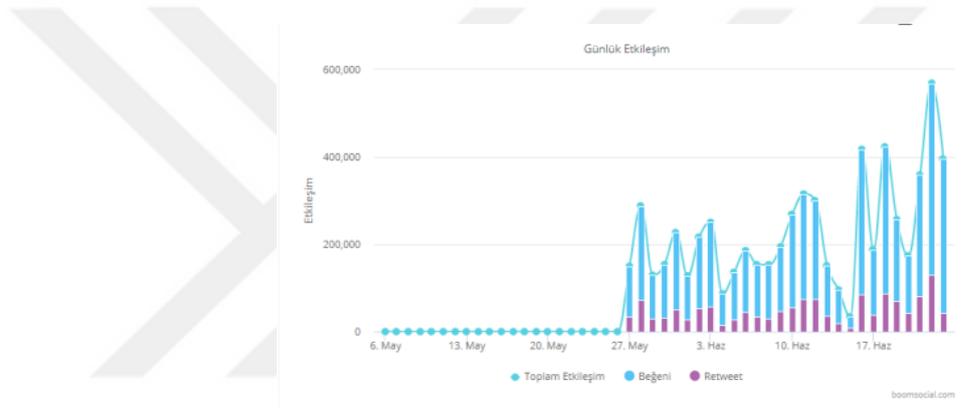


GörSEL 149 “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” Twitter hesabı 6 Mayıs 2019-23 Haziran 2019 tarihleri arası günlük etkileşim oranı

“Binali Yıldırım İletişim Ofisi” Twitter Hesabında en düşük etkileşim miktarı 14 Haziran 2019 tarihindedir. Bu tarihte sadece 1 video paylaşılmış, günün sonunda ise bu tweetin, 4.508 beğeni, 1.535 retweet olarak 6.043 etkileşim gerçekleştirdiği görülür.

Yeni seçim döneminde bu hesabın sadece 12 gün kullanıldığı görülmektedir. 15 Mayıs'dan 14 Haziran'a kadar hiç paylaşımda bulunulmamış; 14 Haziran'dan 22 Hazirana kadar ise hiç paylaşımda bulunmadığı görülmektedir. Bu Twitter hesabını 15 Mayıs'dan sonra aktif kullanmadığı açıkça görülür.

“Binali Yıldırım” Twitter hesabının en yüksek etkileşim oranlarına bakıldığında ise, 22 Haziran 2019 tarihindedir. Bu tarihte, 14 video, 14 link, 5 metin ve 2 fotoğraf bağlantılı olarak toplamda 35 tweet paylaşılmış; günün sonunda ise bu tweetler üzerinden 440.083 beğeni, 128.939 retweet olarak 569.022 etkileşim gerçekleşmiştir.



Görsel 150 “Binali Yıldırım” Twitter hesabı 6 Mayıs 2019-23 Haziran 2019 tarihleri arası günlük etkileşim oranı

“Binali Yıldırım” Twitter Hesabında en düşük etkileşim miktarı 15 Haziran 2019 tarihindedir. Bu tarihte sadece 1 video paylaşılmış; günün sonunda ise bu tweet üzerinden 21.186 beğeni, 8.620 retweet olarak 33.806 etkileşim gerçekleşmiştir.

“Binali Yıldırım” Twitter hesabının, 27 Mayıs gününden 23 Haziran seçim gününe kadar aktif bir şekilde kullanıldığı görülmektedir. 27 Mayıs 2019 tarihinden önce, yeni seçim döneminde bu hesabını kullanmadığı ve 27 Mayıs gününden, 23 Haziran gününe kadar hiç paylaşım yapmadığı gün görülmektedir.

4.3.3 Adayların En Çok Beğeni Alan Paylaşımları

23.06.2019 seçim günü:Çocukların sevgisi, gençlerin coşkusu, anaların duasıyla kazandık. Bir çift mavi gözün ışığında, bundan böyle [#HerŞeyÇokGüzelOlacak](#)” tweetiyle 307.950 beğeni, 40.926 retweet almıştır.



Görsel 151: 23 Haziran dönemi Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğeni alan tweeti

“Binali Yıldırım İletişim Ofisi” Twitter hesabının en çok beğeni alan tweet’i: 14 Mayıs 2019 tarihinde: “Üsküdar’da kankalarımınla beraberiz...” metin yazısıyla birlikte , iftar sofrasından gençlerle birlikte, gençlerle birlikte yer aldığı video içerikli paylaşımı olduğu görülür. Tweet’in, 33.054 beğeni ve 7.161 retweet aldığı görülmektedir.



Görsel 152: 23 Haziran seçim dönemi “Binalli Yıldırım İletişim Ofisi” hesabı en çok beğeni alan tweeti

“Binali Yıldırım” Twitter hesabında en çok beğeni alan paylaşımına bakıldığında: 23 Haziran yerel seçim günü: “Seçimleri rakibim Ekrem İmamoğlu önde götürmektedir. Kendisini tebrik ediyorum. Başarılar diliyorum” şeklinde paylaştığı metin içerikli

22 Mayıs tarihinde ise, yol haritasının açıklandığı video ile Ekrem İmamoğlu, #HerŞeyÇokGüzelOlacak vurdusuyla coşkulu konuşması ile projelerini anlatan paylaşıma yer verdiği görülmüştür. Bu vaatler incelendiğinde, 31 Mart dönemindeki vaatlerin yenilendiği görülmektedir. Ancak; bu seçim sürecinde seçim iptal sürecinin gerekçelerinin açıklanmasını sık sık sorgulayarak; adalet anlayışını ortaya koyarak, İstanbul yönetiminde 39 belediyenin eşit ve adil bir şekilde yönetim anlayışını vurgulamıştır. Özellikle, 18 günlük görev sürecinde, öğrenci aylık akbillerine ve 19 Mayıs Bayramında ulaşımın ücretsiz olmasını sağladıklarını söyleyerek; yeni seçim sürecinde suya getirecekleri %40 indirimini vurguladığı görülür. bu tarihten itibaren yeni vaatler yenilenmiştir. İstanbul'daki israf düzeninin düzeltilmesi gerektiği en sık paylaşılan vaatler arasındadır. İstanbul Belediyesindeki israf düzenine son verilip; İBB'deki istihdam hedefinin 200 bine çıkartılacağı vaatine yer verilmiştir. Kentsel dönüşüm sorunları, engelli vatandaşların yaşamını kolaylaştırma, tarım alanlarını genişletme, yeşil alanları çoğaltma, geçim sıkıntısı yaşayan ailelere destek gibi projelerin vaatleri yenilenmiştir.

“Binali Yıldırım İletişim Ofisi” Twitter hesabındaki yeni seçim dönemi vaatleri incelendiğinde; Öncelikli olarak Binali Yıldırım'ın seçim süreci iptali, gerekçeleri ve mağdur edebiyatı yapıldığı söylemlerinin uzunca yer aldığı görülür. Ekrem İmamoğluna göre daha proje odaklı seçim vaatlerini yürüten bir kampanyayı bu seçim sürecinde de gerçekleştirdiği görülmüştür. Ulaşımında raylı sistem ağlarını çoğaltma, trafik sorununu azaltma, Aile Paketi, Yeşil İstanbul, gençlere 10 GB ücretsiz internet vaatlerinin yenilendiği görülmüştür. Ayrıca, çoğu twitter paylaşımların, İsmail Küçükkaya'nın sunduğu “İstanbul 2019 Seçim Özel” program içeriğindeki paylaşımları gibi; katıldığı TV programlarının içeriğinden oluştuğu da görülmüştür.

“Binali Yıldırım” Twitter hesabındaki yeni seçim süreci vaatleri incelendiğinde ise; 31 Mart seçim süreçlerindeki projeleri tekrarlanmıştır. Bunun yanında; gençlere yönelik vaatlerin paylaşımının çoğaldığı görülmektedir. Gençlere yönelik 10 GB ücretsiz internet, ulaşım indirimleri, müze ve şehir tiyatrolarına ücretsiz giriş, belediye spor tesislerinde ücretsiz spor, aylık toplu ulaşım'ın 40 TL olacağı ve İstanbul'un e-spor oyunlarının baş şehri olacağı gibi vaatler sıklık kazanmıştır. Doğalgaz ücretlerinde %10 indirim yer almıştır. Ailelere özel indirim paketleri sıklık kazanmıştır. Ayrıca seçimden

bir gün önce; 22 Haziran günü, ilçelere özel ihtiyaçlara yönelik projelerin paylaşıldığı görülmüştür.

23 Haziran seçim süreçlerinde her iki ittifak adayı, 31 Martta ki vaatlerini yenilemiştir. İmamoğlu, 23 Haziran seçim süreçlerinin adil olmamasına vurgu yaparken; Yıldırım ise mağdur edebiyatı yapıldığını ve asıl mağdur olunan'ın kendisi olduğunu vurgulamış ve YSK'ya yaptıkları seçim itirazlarının sebeplerini açıklamıştır. Binali Yıldırım, tecrübelerine dayanarak ulaşım, şehircilik, proje odaklı paylaşımları ağır basarken; Ekrem İmamoğlu'nun, önceki dönemde yapılan eksiklikler üzerinden yapılmaması ve yapılması gerekenlere vurgu yaparak, daha çok mevcut ekonomik durumun eleştirisine dayanarak; halka ulaşım ve su faturalarında indirim, işsizlik ve istihdam çözümleri gibi vaatlere ağırlık vermiştir. Yıldırım'ın paylaşımları incelendiğinde; katıldığı TV programlarından alıntılar sıklık kazanırken, İmamoğlu 23 Haziran seçim dönemlerinde başış kampanyası başlatarak, çeşitli belediye başkanlarıyla birlikte mitinglere ağırlık verdiği görülmüştür. Binali Yıldırım'ın, 23 Haziran seçim sürecinde “kankalarım” adını verdiği gençlere ve akparti gençlik kollarının çalışmalarına ağırlık vermesi; seçimde genç kesime yönelik çalışmaların yoğunlaştırıldığının da göstergesidir.

4.3.5 Adayların Seçim Kampanyaları Boyunca En Çok Kullandıkları Kelimeler

Ekrem İmamoğlu'nun 06.05.2019 – 23.06.2019 tarihleri arasında 1' den fazla kullandığı kelime sayısının 917 olduğu görülmüştür. En sık kullandığı kelimelerin ilk 5'i şu şekildedir:

1. #herşeyçokgüzeloalacaktwitter etiketlemesi en sık kullandığı kelimedir:162 kere kullanmıştır.
2. Teşekkürler: 41 kere kullanılmıştır.
3. İstanbul: 31 kere kullanılmıştır.
4. Bugün: 30 kere kullanılmıştır.
5. Güzel ve Milyon : 28 kere kullanılmıştır.

“Binali Yıldırım İletişim Ofisi” Twitter paylaşımlarında, 06.05.2019 – 23.06.2019 tarihleri arasında 1' den fazla kullandığı kelime sayısının 654 olduğu görülmüştür. En sık kullandığı kelimelerin ilk 5'i şu şekildedir:

1. İstanbul: 18 kere kullanılmıştır.

2. seçim: 18 kere kullanılmıştır.
3. sandık: 11 kere kullanılmıştır.
4. benim, hizmet, seçimin:10 kere kullanılmıştır.
5. itiraz: 9 kere kullanılmıştır.

“Binali Yıldırım” Twitter hesabındaki paylaşımları üzerinden 06.05.2019 – 23.06.2019 tarihleri arasında 1’ den fazla kullandığı kelime sayısının 1156 olduğu görülmüştür. En sık kullandığı kelimelerin ilk 5’i şu şekildedir:

1. İstanbul: 65 kere kullanılmıştır.
2. #yinebizyaparız: 60 kere kullanılmıştır.
3. ediyorum: 49 kere kullanılmıştır.
4. güzel:43 kere kullanılmıştır.
5. teşekkür: 43 kere kullanılmıştır.

- Ekrem İmamoğlu, yeni seçim kampanyasını; baştan sona #HerŞeyGüzelOlacak söylemi üzerine kurmuştur (31 Mart seçim döneminde; #İmamoğluVarsaÇözümVar söylemini kullanmıştı daha çok). Burada ki seçim söylem projesi 31 Mart seçim dönemlerinde daha çok tutulması ve daha çok Hashtag almasına bağlanabilir. 31Mart seçimlerinde #İmamoğluVarsaÇözümVar ve sonuna doğru da #HerŞeyÇokGüzelOlacak hashtag’ı kullanılmıştı. Ancak; hashtag olarak girildiğinde #HerŞeyÇokGüzelOlacak söyleminin seçmen tarafından daha çok kabul görüldüğü görülecektir. Dolayısıyla; 23 Haziran seçim çalışmalarının genelinde #HerŞeyÇokGüzelOlacak hashtag’i nin kullanılmasının sebebi olarak düşünülebilir. Neredeyse her paylaşılan tweet’de #HerŞeyÇokGüzelOlacak etiketlenmesi yapıldığı için, en çok kullanılan kelimelerin ilk sırasında yer almaktadır. Yeni seçim döneminde, 31Mart seçim sonucundan elde edilen başarı ve seçmen kitlesinden gelen yoğun sevgi gösterilerinin tematik olarak sık işlenmesinden dolayı; seçmene katıldığı miting ve bu sevgi gösterilerini içeren paylaşımlar üzerinden sıklıkla “teşekkür” ettiğinden dolayı; en çok kullanılan ikinci kelime arasındadır. “İstanbul” kelimesi, İstanbul için yapacağı projeleri anlatırken sıklıkla kullandığı için üçüncü sırada yer akmaktadır. “Bugün” ve “güzel” kelimelerinin yeni seçim dönemi boyunca 28 kere kullanıldığı

görülmektedir. Günlük paylaşımlarında İmamoğlu genelde; “bugün... ziyaret ettik”; “Bugün... bu ilçe de buradayız” şeklinde paylaşımlar yapıldığı ve günlük aktif bir şekilde twitter kullanıldığı için; “bugün” kelimesi en çok kullanılan kelimeler arasındadır. Paylaşımlarda “güzel” sıfatını bir çok şey de kullandığı ve “güzel olacak” söylemini de sıklıkla dile getirdiği için en çok kullanılan kelimeler arasında “güzel” ve “olacak” da yer almaktadır. Twitter üzerindeki paylaşımlar dikkate alınarak söyleyebiliriz ki; millet ittifakı adayı olarak, 23 Haziran seçim kampanyası süresince; İstanbul için “umut”, “her şeyin güzel olacağı”, “tüm İstanbul’u kucaklayan” siyasal söylemlerle birlikte; seçmenden gelen pozitif enerjinin sıklıkla vurgulanmasıyla; minnet duygusuna, seçmeni önemseyen, dinleyen ve seçmene değer veren bir imaj kullandığı görülmektedir. En çok kullandığı diğer kelimelerin; “hemşerilerimizle”, “olacak”, “beraber”, “birlikte” şeklinde devam etmesi de, seçmeni önemseyen; pozitif ve birleştirici bir dil kullandığının göstergesidir.

- Binali Yıldırım’ın kullandığı Twitter hesaplarından; “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” hesabında, 23 Haziran seçim sürecinin sadece ilk haftalarında aktif kullanıldığı için; genel temanın “seçime itiraz” süreçleri ve sebepleriyle ilgili olduğu, en çok kullanılan kelimeler üzerinden de görülmektedir: “İstanbul”, “seçim”, “sandık”,... “itiraz”. 15 Mayıs gününden itibaren, yeni seçim döneminde Yıldırım’ın, “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” Twitter hesabını bırakarak; kendi Twitter hesabına geçtiği görülmektedir. Kendi kullandığı “Binali Yıldırım” hesabının daha aktif ve samimi bir dille kullandığı da ayrıca görülmektedir. “Binali Yıldırım” hesabında; İstanbul’a dair çalışmalarını, projelerini sıklıkla anlattığı için, en çok kullandığı kelime “İstanbul” dur. Seçim çalışmalarında birden fazla hashtag kullanmıştır, ancak; en fazla #yinebizyapınız söylemi üzerine seçim projelerini anlattığı için ikinci sırada #yinebizyapınız hashtag’ı yer almaktadır. “teşekkür” ve “tebrik” mesajları diğer sık kullandığı içeriklerdir. Bu sebeple; en fazla kullandığı kelimeler arasında “teşekkür”, “tebrik” ve “ediyorum” kelimeleri yer almaktadır. En çok kullanılan kelimeler bakılarak; Binali Yıldırım’ın 23 Haziran seçim sürecinde; İstanbul’a yapılan hizmetler örnek gösterilerek; “yine biz yaparız” söylemi ve Yıldırım’ın tecrübesinin, deneyiminin belediyeçilik anlayışında önemli olduğu vurgusu

yapılmıştır. Siyasal iletişim aracı olarak sosyal medya kullanımında; düzenli paylaşım ve samimi bir dil kullanımı, seçmen üzerindeki geri dönüşümleri daha olumlu etkilediği için; resmi twitter hesabı bırakılarak; bireysel twitter hesabı üzerinden çalışmaların yürütüldüğü yorumu yapılabilmektedir.

4.4 31 MART ve 23 HAZİRAN SEÇİM DÖNEMLERİNİN “ADAYLARIN SİYASAL İLETİŞİM ARACI OLARAK SOSYAL MEDYA KULLANIMLARI AÇISINDAN” KARŞILAŞTIRILMASI

Takipçi Sayıları

- Ekrem İmamoğlu'nun Twitter hesabı üzerindeki takipçi sayıları, 31 Mart ve 23 Haziran seçim dönemleri boyunca düzenli olarak artmıştır. Ancak; 31 Mart döneminde bu artış daha belirgindir.

Ekrem İmamoğlu adaylığını açıkladığı 18 Aralık'da, 127.447 takipçisi varken 31 Mart gününe kadar olan üç aylık süre sonunda bu sayı; 31 Mart günü bu sayı 382.279'a yükselmiştir. Yeni seçim döneminin başladığı 6 Mayıs'da, 2.031.320 takipçisi varken; 23 Haziran gününde bu sayı; 2.744.734'e yükselmiştir. 31 Mart döneminde başladığı takipçi sayısının iki katı kadar bir yükselişle, 254.832'lik bir fark görülürken; 23 Haziran döneminde, 713.414'lük bir fark görülmektedir. Burada ele alınan seçim süreçlerindeki farkın da etkisini göz ardı etmemek gerklidir. Çünkü 31 Mart seçim süreci üç aylık bir dönemi kapsarken; 23 Haziran seçim süreci bir buçuk aylık bir süreci kapsamaktadır.

- Binali Yıldırım 31 Mart seçim döneminde, seçim çalışmalarını “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” olarak tek Twitter hesabından yürütürken; 23 Haziran seçim döneminde ise; 6 Mayıs – 23 Haziran dönemi sadece 12 gün kullanılan bu hesap üzerinden, 27 Mayıs gününden itibaren düzenli olarak paylaşımında bulunduğu “Binali Yıldırım” Twitter hesabı üzerinden yürütüldüğü görülmüştür. Bu sebeple, Binali Yıldırım'ın ikinci dönem çalışmaları, her iki hesap ele alınarak değerlendirilmiştir.

Binali Yıldırım'ın ise adaylığını açıkladığı 29 Aralık 2018'de, "Binali Yıldırım İletişim Ofisi" Twitter hesabında, 1.202.606 takipçisi varken 31 Mart günü bu sayı 1.277.697 yükselmiştir. 23 Haziran seçim döneminin başladığı 6 Mayıs günü "Binali Yıldırım İletişim Ofisi" Twitter hesabında takipçi sayısı 1.358.909 iken 23 Haziran günü bu sayı 1.422.857'ye yükselmiştir. Diğer Twitter hesabı olan "Binali Yıldırım" hesabında ise 6 Mayıs günü takipçi sayısı 1.651.718 iken 23 Haziran günü bu sayının 1.831.648'e yükseldiği görülmüştür. Yıldırım'ın, 31 Mart seçim süreci boyunca takipçi sayısındaki fark 75.091 iken; 23 Haziran dönemi, 31 Mart dönemiyle aynı kullandığı hesap olan "Binali Yıldırım İletişim Ofisi" takipçi sayısı 63.948' lik bir artış yaşanmıştır. 23 Haziran seçim sürecinde kullandığı diğer Twitter hesabında ki takipçi sayısında ise 179.930'luk bir artış olduğu görülmüştür.

Her iki aday'ın Twitter takipçi oranlarında bir kıyaslama yapılacak olursa; adaylar arasında büyük fark olduğu görülmektedir. İmamoğlu'nun 31 Mart seçim döneminde takipçi sayısındaki artışın, Yıldırım'ın takipçi sayısındaki artıştan üç kat daha fazla olduğu görülmektedir. 23 Haziran döneminde ise; Ekrem İmamoğlu'nun tek hesabı ve Binali Yıldırım'ın kullandığı her iki hesap üzerinden toplam sonuç çıkarılıp değerlendirildiğinde bile; Ekrem İmamoğlu tek kullandığı Twitter hesabıyla, Binali Yıldırım'ın her iki hesaptaki takipçi sayısındaki artışlar toplandığı durumda bile üç katına yakın bir sonuç çıktığı görülmektedir. Burada İmamoğlu'nun, her iki seçim dönemi boyunca sosyal medya'yı ve siyasal temalarda daha sık kullanılan Twitter'ı istikrarlı ve başarılı bir şekilde kullandığı ve bu kullanımın seçmen üzerinde etkisinin olumlu olduğu sonucunu ortaya çıkartırken; Binali Yıldırım'ın Twitter hesapları üzerindeki düzensiz kullanımlar, takipçi sayısındaki artışlar ve daha formal dille içerik oluşturulması gibi sebepler birlikte değerlendirildiğinde, seçmen üzerinde etkili bir sonuç elde edilemediğini göstermektedir.

Etkileşim Oranları

Adayların günlük etkileşim oranlarına bakıldığında; 31 Mart seçim sürecinde Ekrem İmamoğlu'nun en düşük etkileşim miktarı 26 Ocak 2019 tarihindedir. Bu tarihte, 1 fotoğraf içerikli 10 video bağlantılı 11 tweet paylaşılmış, günün sonunda bu tweetler 4.463 beğeni, 6.463 retweet olarak 5.139 etkileşim gerçekleşmiştir. En yüksek etkileşim

miktarının ise seçim günü olan 31 Mart 2019 tarihinde gerçekleştiği görülür. Bu tarihte, 4 fotoğraf ve 8 link olmak üzere 12 paylaşım yapılmış, günün sonunda bu tweetler üzerinden 836.470 beğeni, 128.916 retweet alınarak; toplamda 965.386 etkileşim gerçekleştiği görülmektedir. 31 Mart seçim sürecinde, hiç paylaşımında bulunmadığı gün sayısı 3 olup: 22 Aralık 2018, 5 Ocak 2019 ve 26 Ocak 2019 tarihleridir. Bu günler dışında seçim çalışmaları boyunca twitter'ı etkin bir şekilde kullanmıştır.

İmamoğlu'nun 23 Haziran seçim sürecindeki etkileşim miktarlarına bakıldığında; en düşük etkileşim miktarının 20 Mayıs 2019 tarihinde olduğu görülür. Bu tarihte 1 video, 1 link ve 1 fotoğraf içerikli 3 tweet paylaşılmış; günün sonunda bu tweetler üzerinden 164.382 beğeni, 19.996 retweet olarak 184.378 etkileşim gerçekleşmiştir. En yüksek etkileşim miktarı ise yine seçim günü olan 23 Haziran 2019 tarihindedir. Bu tarihte, 8 link, 4 fotoğraf içerikli 12 tweet paylaşılmış; günün sonunda bu tweetler üzerinden 1.478.592 beğeni, 160.622 retweet olarak 1.639.214 etkileşim gerçekleşmiştir. 23 Haziran seçim sürecinde, hiç paylaşımında bulunmadığı gün bulunmamaktadır. Adayın, seçim çalışmaları boyunca twitter'ı etkin bir şekilde kullandığı görülmektedir.

Binali Yıldırım'ın günlük etkileşim oranlarına bakıldığında; 31 Mart seçim dönemi boyunca en düşük sayı 22 Ocak 2019 tarihindedir. Bu tarihte sadece 1 fotoğraf paylaşılmış, günün sonunda ise bu tweet 1.911 beğeni, 348 retweet olarak 2.259 etkileşim gerçekleşmiştir. En yüksek etkileşim miktarının görüldüğü gün ise, 27 Mart 2019 tarihidir. Bu tarihte, 12 fotoğraf, 10 metin, 6 video ve 1 link içerikli toplamda 29 tweet paylaşılmıştır. Bu tweetler üzerinden, 78.475 beğeni, 19.680 retweet alınarak, toplamda 98.155 etkileşim gerçekleştiği görülmüştür. 31 Mart seçim sürecinde, hiç paylaşımında bulunmadığı gün sayısı 10 olup: 1 Ocak 2019, 6 Ocak 2019, 12 Ocak 2019, 14 Ocak 2019, 15 Ocak 2019, 17 Ocak 2019, 21 Ocak 2019, 24 Ocak 2019, 25 Ocak 2019 ve 4 Şubat 2019 tarihleridir. Bu günler dışında seçim çalışmaları boyunca twitter'ı etkin bir şekilde kullanmıştır.

Yıldırım'ın 23 Haziran seçim sürecindeki etkileşim miktarlarına bakıldığında; "Binali Yıldırım İletişim Ofisi" en düşük etkileşim miktarı 14 Haziran 2019 tarihindedir. Bu tarihte sadece 1 video paylaşılmış, günün sonunda ise bu tweetin, 4.508 beğeni, 1.535 retweet olarak 6.043 etkileşim gerçekleştirdiği görülür. En yüksek etkileşim miktarı ise 16 Haziran 2019 tarihinde görülmektedir. Bu tarihte, 20 video, 5

fotoğraf ve 2 metin paylaşılmış, günün sonunda ise bu tweetler 403.246 beğeni, 154.142 retweet olarak 557.388 etkileşim gerçekleşmiştir. 23 Haziran seçim döneminde bu hesabın sadece 12 gün kullanılmıştır.

“Binali Yıldırım” Twitter hesabının 23 Haziran seçim sürecindeki Hesabında en düşük etkileşim miktarı 14 Haziran 2019 tarihindedir. Bu tarihte sadece 1 video paylaşılmış, günün sonunda ise bu tweetin, 4.508 beğeni, 1.535 retweet olarak 6.043 etkileşim gerçekleştirdiği görülür. En yüksek etkileşim oranlarına bakıldığında ise, 22 Haziran 2019 tarihinde olduğu görülür. Bu tarihte, 14 video, 14 link, 5 metin ve 2 fotoğraf bağlantılı olarak toplamda 35 tweet paylaşılmış; günün sonunda ise bu tweetler üzerinden 440.083 beğeni, 128.939 retweet olarak toplamda 569.022 etkileşim gerçekleştiği görülmüştür. Yıldırım, bu hesabını 27 Mayıs gününde aktif bir şekilde kullanmaya başladığı ve bu hesap üzerinden; 23 Haziran seçim gününe kadar hiç paylaşımında bulunmadığı gün sayısının olmadığı görülmüştür.

Her iki adayın etkileşim miktarları üzerinden bir kıyaslama yapıldığında; 31 Mart seçim sürecinde Ekrem İmamoğlu'nun en düşük etkileşim miktarının 5.139 iken; en yüksek etkileşim miktarının 965.386 olduğu görülmüştür. Binali Yıldırım'ın 31 Mart seçim sürecinde ise, en düşük etkileşim miktarı 2.259 iken; en yüksek etkileşim miktarının 98.155 olduğu görülmüştür.

23 Haziran seçim sürecinde adayların etkileşim miktarlarına bakıldığında ise; Ekrem İmamoğlu'nun en düşük etkileşim miktarı; 184.378 iken; en yüksek etkileşim miktarının 1.639.214 olduğu görülmüştür. 23 Haziran seçim sürecinde Binali Yıldırım'ın ise en düşük etkileşim miktarı “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” hesabında 6.043 iken; en yüksek etkileşim miktarının 557.388'dir. “Binali Yıldırım” hesabında en düşük etkileşim miktarı 6.043 iken; en yüksek oranın 569.022 olduğu görülmüştür.

Her iki ittifak adaylarının etkileşim miktarlarının 23 Haziran seçim döneminde, 31 Mart seçim dönemine göre daha fazla olduğu görülmüştür. İki arasında bir kıyaslama yapılacak olursa; 31 Mart dönemi Ekrem İmamoğlunun en düşük etkileşim miktarı, Binali Yıldırım'ın en düşük etkileşim miktarının iki katından daha fazla iken; en yüksek etkileşim oranları arasındaki farkın ise; Yıldırım'a göre İmamoğlu'nun dokuz kattan daha fazla olduğu görülmektedir. Adayların twitter paylaşımları üzerinden yapılan incelemede; takipçi sayıları arasındaki farkın, etkileşim miktarları arasındaki farkla doğru orantılı olduğunu göstermektedir. 23 Haziran sürecinde ise, adayların

etkileşim oranları arasındaki farkın daha belirgin olduğu ortadadır. Yeni seçim sürecinde Binali Yıldırım'ın kullandığı her iki twitter hesabına bakıldığında oranların birbirine yakın olduğu görülür. Ekrem İmamoğlu ile etkileşim miktarı arasındaki farkın 31 Mart seçim sürecine göre daha belirgin olduğu da ortaya çıkmıştır.

En Çok Beğeni Alan Paylaşımlar

31 Mart seçim döneminde Ekrem İmamoğlunun en çok beğeni ve etkileşim alan paylaşımı 31.03.2019 seçim gününde gerçekleşmiştir. “Kimsenin hakkını yemem, kimseye de hakkımı yedirmem. Yüksek Seçim Kurulu'nu ve Anadolu Ajansı'nı şeffaf, adil ve dürüst olmaya, manipülasyonlara bulaşmamaya davet ediyorum. Kimse sandıklardan ayrılmasın, tüm oyların takipçiyiz” tweetiyle 116.928 beğeni, 19.719 retweet aldığı görülmüştür.



Görsel 155: 31 Mart Dönemi Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğenilen tweeti

23 Haziran seçim sürecinde ise; 23.06.2019 seçim günü: “Çocukların sevgisi, gençlerin coşkusu, anaların duasıyla kazandık. Bir çift mavi gözün ışığında, bundan böyle [#HerŞeyÇokGüzelOlacak](#)” tweetiyle 307.950 beğeni, 40.926 retweet aldığı görülmüştür.



Görsel 156: 23 Haziran dönemi Ekrem İmamoğlu'nun en çok beğeni alan tweeti

Ekrem İmamoğlu'nun her iki seçim dönemi için en çok beğeni alan paylaşım oranlarına bakıldığında; 23 Haziran dönemi en çok beğeni alan tweeti'nin, 31 Mart döneminde en çok beğeni alan tweet'e göre üç kat daha fazla olduğu ve retweet miktarının da iki kat daha fazla bir orana sahip olduğu görülmektedir.

31 Mart seçim sürecinde Binali Yıldırım'ın ise en çok beğeni ve etkileşim alan tweeti 27 Mart 2019 tarihinde gerçekleşmiştir. "Gelin hep birlikte İstanbul için aşkla, şevkle çalışmaya devam edelim.." metin yazısıyla birlikte yer alan reklam filmi, en beğeni ve etkileşim alan tweet'i olduğu görülür. Tweet'in 36.365 beğeni ve 5.294 retweet aldığı görülmüştür.



Görsel 157: 31 Mart dönemi Binali Yıldırım'ın en çok beğenilen tweeti

23 Haziran seçim sürecinde "Binali Yıldırım İletişim Ofisi" Twitter hesabının en çok beğeni alan tweet'i: 14 Mayıs 2019 tarihinde: "Üsküdar'da kankalarımla

beraberiz...” metin yazısıyla birlikte , iftar sofrasından gençlerle birlikte, gençlerle birlikte yer aldığı video içerikli paylaşımı olduğu görülür. Tweet’in, 33.054 beğeni ve 7.161 retweet aldığı görülmektedir.



Görsel 158: 23 Haziran dönemi “Binalli Yıldırım İletişim Ofisi” hesabı en çok beğeni alan tweeti

Yine 23 Haziran seçim sürecinde 27 Mayıs’tan itibaren aktif kullandığı “Binali Yıldırım” Twitter hesabında en çok beğeni alan paylaşıma bakıldığında: 23 Haziran yerel seçim günü: “Seçimleri rakibim Ekrem İmamoğlu önde götürmektedir. Kendisini tebrik ediyorum. Başarılar diliyorum” şeklinde paylaştığı metin içerikli tweet’i nin; 116.580 beğeni ve 6.774 retweet oranıyla en fazla beğeni alan paylaşımı olduğu görülmüştür.



Görsel 159: 23 Haziran dönemi “Binalli Yıldırım” hesabı en çok beğeni alan tweeti

Binali Yıldırım’ın her iki seçim dönemi için en çok beğeni alan paylaşımlarına bakıldığında; 23 Haziran seçim sürecinde “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” Twitter hesabındaki en çok beğeni miktarınının 31 Mart seçim süreciyle Gözle görülür bir fark

olmadığı görülür. “Binali Yıldırım” Twitter hesabındaki en çok beğeni alan paylaşım miktarında ise 31 Mart dönemine göre üç katına yakın bir yükseliş görülmektedir. Bu paylaşımın içeriğine bakıldığında; Ekrem İmamoğlu’nu 23 Haziran seçim sonuçlarında önde götüren İmamoğlu’nu tebrik mesajı olduğu dikkat çekicidir. Aynı tweet’in, retweet miktarına bakıldığında ise; her iki dönem de kullanılan hesaplarda en çok beğeni alan paylaşımlardaki retweet miktarıyla nerdeyse aynı miktarlarda olduğu görülmektedir. Yıldırım’ın tek yükseliş de olan beğeni miktarı, 23 Haziran günü İmamoğlu’nu tebrik ettiği paylaşım olduğu görülmüştür.

Her iki seçim sürecinde ittifak adayların en çok beğeni alan paylaşımlarında bir kıyaslama yapılacak olursa; İmamoğlu, 23 Haziran seçim sürecinde takipçi ve etkileşim miktarlarında olduğu gibi; en çok beğeni miktarını da yükselttiği görülmüştür. Binali Yıldırım’ın ise 23 Haziran’ da “Binali Yıldırım” Twitter hesabındaki en çok beğeni aldığı miktardaki yükseliş dışında, 31 Mart’a göre, belirgin bir yükseliş görülmemiştir.

Adayların Seçim Kampanyaları Boyunca En Çok Kullandıkları Kelimeler ve Kampanya ‘Haghtag’leri

Ekrem İmamoğlu adaylığını açıkladığı 18.12.2018 tarihi ve seçim günü 31.03.2019 tarihleri arasında 1’ den fazla kullandığı kelime sayısının 1001 olduğu görülür. En sık kullandığı kelimeler: 362 kere “#imamoğluvarsaçözümvar”, 115 kere “belediye”, 103 kere “İstanbul”, 100 kere “başkan”, 90 kere “adayımız”, 77 kere “beraber”, 66 kere “yeni”, 63 kere “bugün”, 61 kere “güzel”, 58 kere “teşekkür” kelimelerin kullanıldığı görülmektedir. İlk beş’i şu şekildedir:

1. #imamoğluvarsaçözümvar
2. Belediye
3. İstanbul
4. Başkan
5. Adayımız

İmamoğlu’nun 31 Mart seçim süreci boyunca, yanlış yazıldığı için NvivoPlus programındaki alt katogorilerdeki sıralardaki kullanımlarıyla birlikte toplamda; 416 kere [#imamoğluvarsaçözümvar](#) slogonunu kullandığını ve 14 kere de

[#birliktekazanacağız](#) sloganı kullandığı görülür. 31 Mart seçim döneminde seçmene sunduğu anahtar kelime “#imamoğluvarsaçözümvar” olduğu ve istikrarlı bir şekilde kullanıldığı görülmüştür.

Binali Yıldırım’ın ise 31 Mart süreci boyunca; adaylığını açıkladığı 29.12.2018 tarihi ve 31.03.2019 yerel seçim tarihleri arasında 1’ den fazla kullandığı kelime sayısının 2869 olduğu görülür. En sık kullandığı kelimeler: 275 kere “İstanbul”, 164 kere “belediye”, 146 kere “başkan”, 145 kere “daha” (‘zarf’ olduğu için aşağıdaki sıralamaya dahil edilmedi), 126 kere “#belediyeişigönülüşi” hashtag’ı, 125 kere “binali” ve “yıldırım” gibi kelimelerin kullanıldığı görülmektedir. İlk beş’i şu şekildedir:

1. İstanbul
2. Belediye
3. Başkan
4. #belediyeişigönülüşi
5. Binali ve Yıldırım

Yıldırım’ın 31 Mart seçim çalışmalarında, 126 kere [#belediyeişigönülüşi](#), 32 kere [#gönülbelediyeciliği](#), 20 kere [#cumhuttitfakı](#) ve 11 kere [#yıldırımhızırıladeva](#) sloganlarını kullandığı görülür. Binali Yıldırım’ın hashtag kullanım oranının İmamoğlu’na göre daha sık olduğu görülür. Seçim çalışmaları boyunca gittiği mitingleri yansıtan ilçeleri ve önemli günleri belirten hashtag’leri sıklıkla kullandığı görülmüştür. Ayrıca, cumhur ittifakı hashtag’i nin kullanımı da dikkat çekicidir.

31 Mart seçim süreci için her iki ittifk adayının en çok kullandıkları kelimeler kıyaslandıklarında ilk beş’in neredeyse aynı olduğu görülmektedir. Ancak, Yıldırım’ın, İmamoğlu’na göre bir den fazla kullandığı kelime sayısının iki katına yakın fazla olduğu görülür. Seçim kampanyasında kullanılan söylem de İmamoğlu’nun tek söylem üzerine inşa ettiği ve istikrarlı bir şekilde kullandığı görülür. Her iki aday seçim kampanyalarında kullandıkları söylem dışında, önemli gün ve mitinglerde de hangtag kullanmıştır. 31 Mart seçim sürecinde Yıldırım’ın, kelime ve hangtag kullanım sayısı daha fazla; İmamoğlu’nun tek veya iki tane olmak üzere daha az ve istikrarlı kullandığı görülmüştür.

Ekrem İmamoğlu'nun seçim süreci olan 06.05.2019 – 23.06.2019 tarihleri arasında 1' den fazla kullandığı kelime sayısının 917 olduğu görülmüştür. En sık kullandığı kelimelere bakıldığında; 162 kere kullanılan #herşeyçokgüzelolacak etiketlemesinin en sık kullanılan kelime olduğu görülür. “Teşekkürler” 41 kere, “İstanbul” 31 kere, “bugün” 30 kere, “güzel” ve “milyon” kelimeleri ise 28 kere kullanıldığı görülmektedir. İlk beş'i şu şekildedir:

1. #herşeyçokgüzelolacak
2. Teşekkürler
3. İstanbul
4. Bugün
5. Güzel ve Milyon

İmamoğlu'nun 23 Haziran seçim süreci boyunca, yanlış yazıldığı için NvivoPlus programındaki alt katogorilerdeki sıralardaki kullanımlarıyla birlikte toplamda; 166 kere *#herşeyçokgüzelolacak* sloganını kullandığını ve 8 kere de *#yenibirbaşlangıç* sloganı kullandığı görülür. 23 Haziran seçim döneminde seçmene “her şey çok güzel olacak” söyleminin istikrarlı bir şekilde kullanıldığı görülmüştür.

Binali Yıldırım'ın ise yeni seçim sürecinde sadece 12 gün kullandığı “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” Twitter paylaşımlarında, 06.05.2019 – 23.06.2019 tarihleri arasında 1' den fazla kullandığı kelime sayısının 654 olduğu görülmüştür. En sık kullandığı kelimelerin; 18 kere “İstanbul”, 18 kere “seçim”, 11 kere “sandık”, 10 kere “benim”, “hizmet” ve “seçimin” ve 9 kere “itiraz” kelimelerinin sıklıkla kullanıldığı görülür. İlk 5'i şu şekildedir:

1. İstanbul
2. Seçim
3. Sandık
4. Benim, Hizmet ve Seçimin
5. İtiraz

Yıldırım'ın 23 Haziran seçim çalışmalarında, “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” hesabı üzerinden sadece 1 kere [#gönülbelediyeciliği](#) söylemi üzerine hashtag'i kullanılmıştır.

Binali Yıldırım'i seçim sürecinde aktif hale getirdiği ve 27 Mayıs 2019 tarihinden seçim gününe kadar aktif bir şekilde kullandığı, “Binali Yıldırım” Twitter hesabında 06.05.2019 – 23.06.2019 tarihleri arasında 1' den fazla kullandığı kelime sayısının 1156 olduğu görülmüştür. En sık kullandığı kelimelerin 65 kere “İstanbul”, 60 kere “#yinebizyaparız”, 49 kere “ediyorum”, 43 kere “güzel” ve 43 kere “teşekkür” kelimelerin sıklıkla kullanıldığı görülür. İlk beş'i şu şekildedir:

1. İstanbul
2. #yinebizyaparız
3. Ediyorum
4. Güzel
5. Teşekkürler

Yıldırım'ın 23 Haziran seçim çalışmalarında, 60 kere [#yineyaparız](#), 15 kere [#dahagüzelolacak](#), 9 kere [#işehlininkararmilletin](#) ve 4 kere de [#işehlinin](#) hashtag'lerinin kullanıldığı görülmüştür.

23 Haziran seçim döneminde, Yıldırım'ın kullanmış olduğu “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” Twitter hesabında en çok kullanılan kelimelere bakıldığında; seçim sürecine itirazla ilgili olduğu görülür. Ve 1 kere 31 Mart döneminde kullanmış olduğu [#gönülbelediyeciliği](#) söylemi üzerine hashtag kullanmıştır. 27 Mayıs tarihi itibarıyla kendi Twitter hesabına geçmesiyle, en çok kullandığı kelimelerden de anlaşıldığı üzere, söylemleri “güzel”, “teşekkür”, “ediyorum” gibi daha olumlu ve yapıcı inşa ettiği görülür. Bu hesap üzerinde seçim söylemini en çok, [#yinebizyaparız](#) üzerine kurduğu görülmüştür. İmamoğlu'nun ise; yeni seçim sürecini “İmamoğlu varsa çözüm var” söylemi yerine; “her şey çok güzel olacak” söylemini tercih ettiği görülmektedir. İmamoğlu'nun bu seçim sürecinde de, kampanya söylemleri net ve istikrarlı kullandığı görülmüştür.

5 SONUÇ

Yeni iletişim teknolojilerinin küresel çapta ve sistematik bir şekilde tam anlamıyla örgütlenmesi 20. yüzyılda gerçekleşmiştir. İletişim kavramını, yüz yüze veya fiziki alana bağlı olma özelliğinden çıkartarak, yeni teknolojilerin insan hayatının her alanına dâhil olmasıyla birlikte ekonomik, siyasal ve askeri güç unsurlarıyla da doğrudan ilişkili bir hale gelmiştir. Küresel iletişim ağlarının farklı zamanlarda farklı şekillerde gelişme göstererek evrimleşmesiyle geline 21. Yüzyılda ise, değişim her alanda yayılarak yaşanan toplumun tahlilinin; ‘bilgi toplumu’, ‘enformasyon toplumu’, ‘ağ toplumu’ gibi isimlerle sonuçlanmasına sebep olmuştur.

1990’lı yılların sonuna doğru kendini göstermeye başlayan sosyal ağlarla ve özellikle 2000’li yıllardan sonra gelişen sosyal medya araçları ve sosyal ağlarının hızla artmasıyla dünya üzerinde günlük internette vakit geçirme süresinin giderek artmakta olması ve bu artışın sosyal ağlar üzerinde yoğunlaşması da dikkat çekicidir. Türkiyedeki internet ve sosyal medya kullanma verilerine bakıldığında, her yıl biraz daha internette ve sosyal medyada geçirilen sürenin arttığını görürüz. Her yıl internet ve sosyal medya kullanıcılarına yenisi eklenerek sayı büyümektedir. Durum böyle olunca, Türkiye de seçmene ulaşma ve seçimlerde başarı elde etme için, sosyal medyanın siyasal iletişim aracı olarak kullanılması da, kaçınılmaz olarak partilerin seçim çalışmalarında dikkate alması gereken bir dinamik oluşturmaya başlamıştır. Sosyal medyanın özellikle genç nüfus üzerindeki etkisi düşünüldüğünde, genç nüfus başta olmak üzere toplumun diğer yaş gruplarının da sadece seçim dönemlerinde değil, gündemde tartışılan tüm siyasi konular üzerinden geniş kitlelere ulaşmada işlerlik kazanımını artıracığı da öngörülebilir; bu çalışmanın ortaya koyduğu veri ve bulgular yanında, mail yoluyla ulaşılan parti yöneticilerinin yorum ve değerlendirmeleri de bunu doğrulamaktadır.

Sosyal ağlar içerisinde bulunan ve bir mikroblog aracı olan Twitter, sadece genel amaçlı bir bilgi paylaşım ağı değildir. Günümüzde twitter; sosyal ağlar içerisinde politik meselelerin paylaşıldığı ve sunulduğu ana platform haline gelmiştir. Dünya da yankı uyandırmış tüm toplumsal hareketler, protestolar, siyasal partilerin sosyal medya kampanyalarını yürüttüğü ana arter olarak kullanılmaktadır; Buna, ülke içi ve dışındaki önde gelen tüm siyasi liderler de dahildir.

Çalışmanın konusu olan 2019 İstanbul Yerel Seçimlerinde İttifak Adayları olarak: Millet İttifakı Adayı Ekrem İmamoğlu ve Cumhuriyet İttifakı Adayı Binali Yıldırım'ın adaylıklarını açıkladıkları tarihten seçim günü olan 31 Mart tarihine kadar ve YSK'nın seçimlerin iptal kararını açıkladığı 6 Mayıs gününden, yeni seçim gün olan 23 Haziran gününe kadar ki zaman dilimi içerisinde, en çok paylaşım yaptıkları günler üzerinden twitter hesapları üzerinden içerik analizi yapılmıştır. Böylelikle çalışmada her iki seçim sonuçları da değerlendirilebilmiştir. Paylaşılan tweetlerin içerikleri, beğeni, retweet oranları dikkate alınarak seçmenle kurulan iletişim incelenmiştir. Nvivo Plus programı yardımıyla seçim dönemini kapsayan 3 aylık ve yeni seçim süreci için de yaklaşık 1 buçuk aylık süre içerisindeki tüm tweetler üzerinden her iki adayın en çok kullandığı kelimeler çıkartılarak, bunlar üzerinden adayların ağırlık verdikleri söylemler ve bunların sebepleri incelenmiştir. Her iki adayın sosyal medyayı ne ölçüde kullandıkları, nasıl kullandıkları ve bunun seçim sonucuna etkisi ne kadar olabilir üzerine düşünülmüştür. Her iki adayın bağlı olduğu partililerden ilgili kişilerle seçim çalışmaları ve sosyal medyanın kullanımına dair sorular üzerinden çalışmayı destekler nitelikte sonuçlar ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlar şöyledir:

- Siyasal iletişim aracı olarak sosyal medyanın kullanımı, günümüz koşullarında ihtiyaç haline gelmiş durumdadır. Seçim dönemlerinde geleneksel medyanın iktidar kanallarına ağırlık vermesiyle diğer partililerin geri planda bırakılması; seçim dönemlerinde devlet hazinesinden partililere yapılan yardımın eşit olmaması, diğer partililerin birleşmesine ve sosyal medyayı siyasal iletişimin merkezi haline getirmesine sebep olmuştur.
- Her iki seçim dönemi içerisinde de en çok kullanılan sosyal medya aracının “twitter” olduğu partililerce doğrulanmıştır. Böylelikle, Twitter'ın siyasal temalarda ve siyasal iletişim aracı olarak en çok kullanıldığı varsayımı doğrulanmıştır.
- Sosyal medyanın seçim dönemlerinde başarılı bir şekilde kullanımı için profesyonel destek alma gereksinimi doğduğunu, her iki parti yöneticilerinden alınan cevaplarla doğrulanmıştır. Bu yüzden, seçim dönemlerinde başarılı bir siyasi kampanya yürütmede, “sosyal medyanın dilini iyi bilen” bir ekibe ihtiyaç duyulacağı yorumu yapılabilir.

- Seçim dönemlerinde sosyal medya aracı olarak twitterın başarılı kullanılması, bu dönem içerisindeki takipçi sayısındaki artış ile doğru orantılıdır.
- Seçim dönemlerinde sosyal medya aracı olarak twitter'ın başarılı bir şekilde kullanılması, paylaşımlar üzerinden alınan etkileşim miktarlarıyla doğru orantılıdır.
- 31 Mart 2019 yerel seçimlerinde ilk kez çevre dostu kampanya kararı alınmıştır. İlk kez bu seçimlerde sokaklarda, caddelerde, meydanlarda boydan boya asılan ve çevre kirliliğine sebep olan flamaların kullanımı yasaklanmıştır. Bu durum siyasetçileri sosyal medyaya biraz daha yaklaştırmıştır. Flamaların yerini mobil ve sanal afişler almıştır.
- 31 Mart seçim dönemindeki tecrübelerden sonra ve adayların Twitter hesapları üzerinden çıkan sonuca göre; resmi bir Twitter hesabı yerine, kişisel Twitter hesabı kullanımının seçmene indirgenebilmesi konusunda daha başarılı olduğu görülmüştür.
- Sosyal medyanın seçim kampanyasında başarıyla kullanılması, sadece aktif bir şekilde sık kullanılmasını yeterli kılmamaktadır. Seçim dönemlerinde, seçmenle kurulan ilişkide; seçmene, seçmenin sorunlarına, şikayetlerine, isteklerine kulak vererek içerikler oluşturulması önem kazanmaktadır. Bu durumda da, sosyal medya üzerinden paylaşılan içeriklerdeki etkileşim miktarlarının, çift yönlü iletişim (etkileşim) imkanlarını daha etkili kullanma yönünde dikkate alınmasını gerektirmektedir.
- Adaylar seçim döneminde siyasal iletişimin merkezine seçmeni almaları, onlarla; ülkenin tamamını kapsayan, tamamını içine alan birleştirici bir dil kullanmak, sosyal medyanın daha çok seçmen kitlesine ulaşarak başarılı olmasını kolaylaştırmaktadır.
- Ekrem İmamoğlu ve ekibinin kurduğu “Gönüllüler Ağı”, Castells'in önermelerini doğrular niteliktedir. Gönüllüler Ağıyla, ağlar üzerinden ağ kurulmuştur. Ve gerçek hayatta çok sayıda kişi sosyal medya üzerinden örgütlenerek, seçim çalışmalarında veri akışının kontrolü, oy sürecinin güvenilirliği, parti veya aday için örgütlenen bir yapı oluşturulmuşlardır.

- Şimdiye kadarki seçim dönemlerinde, siyasi partiler ve adayların siyasal iletişim aracı olarak sosyal medyayı sadece partilerin ideolojik kalıpları, taziye mesajları, kutlama veya tebrik mesajları, açılış konuşmaları, “başka partilere sataşmalar” veya “onlara cevap verme” üzerinden seçim propagandası yürütmeleri dikkat çekmekteydi. 2019 İstanbul Yerel Seçimlerinde ise, özellikle Ekrem İmamoğlu’nun bu uslubu bırakarak; seçmeni önemseyen; seçmenin sorunlarına değinen paylaşımlara ağırlık vermesi; kısacası, seçmeni merkeze alan paylaşımları ön plana getirmesi, geçmişteki kalıpların dışına çıktığına yönelik önemli bir gösterge olmaktadır.
- Siyasal iletişimde sosyal medya araçlarını başarıyla kullanabilmek için gereken en önemli etkenlerden birinin, hedef kitlenin, yani seçmenin duygularını kazanabilmek olduğu görülmüştür. Proje üretmek, çalışmak, hizmet etmek elbette önemlidir; Ancak bu projelerin salt sunumu değil; seçmenin asıl ihtiyacına kulak veren projeler üretmenin önemi ortaya çıkmaktadır..
- Sosyal medya üzerinden seçim döneminde “gençlerin ön planda tutulması, gençleri oy kullanma konusunda teşvik etme, gençleri ve sorunlarını önemseme de Ekrem İmamoğlu’nun başarılı olduğu görülmektedir. Sosyal medyayı siyasal iletişimin merkezine koyarak başarı elde etmede, özellikle gençleri de hedef alan bir siyasal iletişim süreci yönetmenin önemi daha net görülmektedir. Özellikle, 31 Mart seçimlerinde 1 milyon üzerinde ilk defa oy kullanan genç nüfusun varlığını belirtmek, bu hususta önemlidir.
- Seçim dönemlerinde gençler kadar; ülkenin demografik yapısı içinde çok önemli bir yeri olan kadınları da dikkate almanın önemi bu seçimlerde de net bir şekilde görülmüştür. Örneğin ev kadınları, anneler ve kadınların çalışma hayatları gibi temaların işlenmesi seçim başarısı ve siyasal iletişimin sağlıklı işlemesi için de gereklidir. Demokratik ülkelerde oy üzerinden iktidar belirlendiğine göre; gençlerin ve kadınların taleplerinin önemsenmesi, oy oranını kayda değer miktarda arttırabilmektedir. Bunu sağlamanın

günümüzdeki en etkili yollarından birinin de, sosyal medyanın amacına uygun ve doğru taktiklerle kullanılmasında yattığı yorumu yapılabilir.

Bu saptamaların hepsi, iki adayın twitter kullanımları üzerinden yapılan içerik incelemesi ve bunu desteleyen diğer veriler eşliğinde yapılmıştır. Twitter, sosyal medya araçlarının örnekleme niteliğindedir. 2019 İstanbul Yerel Seçimlerinde Ekrem İmamoğlu'nun Twitter'ı siyasal iletişimin temel aracı haline getirmesi dikkat çekmektedir; Facebook, Youtube gibi araçları da yoğun bir şekilde kullanan İmamoğlu, bu platformlardaki paylaşımlarının çoğunu Twitter'a da taşıyarak, Twitter'ı 2019 İstanbul Yerel Seçimlerinde ana arteri haline getirdiği söylenebilir. İmamoğlu'nun sosyal ağları doğru ve örgütlü kutlanmasının, halkın güvenini ve sevgisini kazanmasında etkili olmasına yardımcı olduğu da ortaya çıkmaktadır. Seçimi kazanan adayın İmamoğlu olmasını, elbette sadece sosyal medya üzerinden başarılı bir kampanya yürütmesine doğrudan bağlamak gerçekçi bir yaklaşım olmayacaktır; ancak burada sosyal medya etkisini dikkate almanın gerekliliği de önem kazanmaktadır..

Çalışmadan çıkan sonuca göre; siyasal iletişim aracı olarak sosyal medyanın başarılı bir şekilde kullanımın, seçim sonuçlarına olumlu etkide bulunabileceği yorumu yapılabilir. Bu çalışma aynı zamanda, son yıllarda dünya çapında artmakta olan sosyal medya kullanımını da dikkate alındığında; ilerleyen yıllarda sosyal medyanın, siyasal iletişim aracı olarak geleneksel medyadan daha önemli konuma geleceğinin de göstergesi niteliğindedir.

KAYNAKÇA

- Aktan, E. (2017). **Sosyal Medya ve Siyasal Katılım**. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Alikılıç Ö A (2011) **Halkla İlişkiler 2.0 Sosyal Medyada Yeni Paydaşlar, Yeni Teknikler**. Ankara: Efil Yayınevi.
- Akıncı Vural, Z. B. & Bat, M. (2009). **Siyasal Seçim Kampanyalarında Yeni İletişim Teknolojileri ve Blog Kullanımı**. <https://journal.yasar.edu.tr/wpcontent/uploads/2012/08/12-AKINCI-TAT.pdf>(Erişim Tarihi: 10.04.2019)
- Apaydın, B. (2011). **Obama Sosyal Medya Çalışmasına Başladı, Ya Bizimkiler?**<https://sosyalmedya.co/obama-sosyal-medya-calismasina-basladi-ya-bizimkiler/> (Erişim Tarihi: 05.06.2019)
- Avcı, K. (2015). **Siyasal Seçim Kampanyalarında Halkla İlişkiler**. Konya: Literatürk Acedemia.
- Aziz, A. (2011). **Siyasal İletişim**. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Bağce, H. E. (2005). **İbni Haldun'un İdeoloji Kuramı: Karşılaştırmalı Bir Çözümleme**. Doğu Batı Düşünce Dergisi, 31, 199-214.
- Bağce, H. E. (2009). **Antik Yunan'dan Günümüze Siyaset: Ezeli Sorunlar ve Yeni Arayışlar**. http://www.tasam.org/tr-TR/Icerik/4009/antik_yunandan_gunumuze_siyaset_ezeli_sorunlar_ve_yeni_arayislar (Erişim Tarihi: 26.04.2019).
- Bağce, H. E. **Rousseauda Toplum Sözleşmesi, Siyasal Meşruiyet ve Katılımcı Demokrasi**. <http://www.emrebagce.com/yayinlar/Rousseauda-toplum-sozlesmesi-siyasal-mesruiyet-ve-katilimci-demokrasi.pdf> (Erişim Tarihi: 01.05.2019).
- Bekiroğlu, O. ve Bal, E. (2014). **Siyasal Reklamcılık**. Konya: Literatürk Academia.
- Bektaş, A. (2002). **Siyasal Propaganda**. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Bektaş, A. (2007). **Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi**. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

- Bongrand, M. (1992). **Politikada Pazarlama**. Fatoş Ersoy (Çeviren). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bostancı, M. (2015). **Sosyal Medya ve Siyaset**. Konya: Palet Yayınları.
- Castells, M. (2013). Enformasyon Çağı: **Ekonomi, Toplum ve Kültür Ağ Toplumunun Yükselişi**. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2013). **İsyen ve Umut Ağları**. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. & İnce, M. (2006). **Manuel Castells'le Söyleşiler**. Ebru Kılıç (Çeviren) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2016). **İletişimin Gücü**. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Can, H. (2013). **İdeal Siyaset İdeal Devlet**. Ankara: Akçay Yayınları.
- Çalışkan, B. (2016). **Ağ Toplumunda Bilgi Sızıntılarının Gazeteciliğe Etkisi: RedHack Örneği**. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul: Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Dalkıran, N. (1995). **Siyasal Reklamcılık ve Basının Rolü**. İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Dawley, L. (2009). **Social network knowledge construction: emerging virtual World pedagogy**.file:///C:/Users/Dell/Downloads/Social_Network_Knowledge_Construction_Em.pdf(Erişim Tarihi: 26. 05. 2019).
- Erdoğan, İ. (2011). **İletişimi Anlamak**. Ankara: Pozitif Yayıncılık.
- Dijk, J. V. (2016). **Ağ Toplumu**. İstanbul: Kafka Yayınevi.
- Dursun, D. (2014). **Siyaset Bilimi**. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Devran, Y. (2004). **Siyasal Kampanya Yönetimi: Mesaj, Strateji ve Taktikler**. İstanbul: Odak İletişim.
- Ekinci, N. (2008). **Siyasal İletişime Giriş**. Ankara: Gece Kitaplığı Yayınevi.
- Göksel, A. B. (1990). **Halkla İlişkiler**. İzmir: Tanık Matbaacılık.
- Güngör, N. (2018). **İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar**. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Gürbüz, G. (2014). **Sosyal medya ve demokrasi ilişkisi: Türkiye'de sosyal medyanın katılımcı demokrasiye etkisi üzerine bir alan araştırması**. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum: Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Kapani, M. (2010). **Politika Bilimine Giriş**. Ankara: Bilgi Yayınevi.

Kara, T. Ve Özgen, E. (2012). **Sosyal Medya Akademi**. İstanbul: Beta Yayınevi.

Kılıçaslan, Ç. E. (2008). **Siyasal İletişim: İdeoloji ve Medya İlişkisi**. İstanbul: Kriter Yayınevi.

Kışlalı, A. T. (2000). **Siyaset Bilimi**. İstanbul: İmge Kitabevi.

Koçak, A. (2018). **Siyasi Aktörlerin Twitter'ı Siyasal İletişim Bağlamında Kullanımı: 24 Haziran Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi Seçimlerine Yönelik İçerik Çözümlemesi**. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir: Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Kongar E. (2013). **Gezi Direnişi, Türkiye'yi Sarsan Otuz Gün Gezi Direnişi**. İstanbul: Cumhuriyet Kitapları.

Mayfield, A. (2008). **What is Social Media?** https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf(Erişim Tarihi: 16.05.2019).

McQuail, D. & Windahl, S. (2014). **İletişim Modelleri**. Konca Yumlu (Çevirmen). Ankara: İmge Kitabevi. (2010).

McNair, B. (1999). **An Introduction to Political Communication**. London and New York: Routledge.

Mehmet Özçağlayan, (ozcaglayan@gmail.com), **Sosyal Medya ve Gazetecilik**, Irmak Koç Alamalı'ya kişisel e-posta, [irmakkoc@gmail.com] (05.03.2017).

Nevzat Arslanyılmaz, (nevzata@gmail.com), **AKP 31 Mart 2019 Seçim Çalışmalarına Dair Sorular**, Irmak Koç Alamalı'ya kişisel e-posta, [irmakkoc@gmail.com] (09.06.2019).

Nevzat Arslanyılmaz, (nevzata@gmail.com), **AKP 23 Haziran 2019 Seçim Çalışmalarına Dair Sorular**, Irmak Koç Alamalı'ya kişisel e-posta, [irmakkoc@gmail.com] (03.08.2019).

Ömer Can Agin, (ocanagin@hotmail.com), **CHP 31 Mart 2019 Seçim Çalışmalarına Dair Sorular**, Irmak Koç Alamalı'ya kişisel e-posta, [irmakkoc@gmail.com] (28.05.2019).

Ömer Can Agin, (ocanagin@hotmail.com), **CHP 23 Haziran 2019 Seçim Çalışmalarına Dair Sorular**, Irmak Koç Alamalı'ya kişisel e-posta, [irmakkoc@gmail.com] (24.07.2019)

Özerkan, Ş. (2001). **Medya, Dil ve İletişim**. İstanbul: Martı Yayınevi.

Özçağlayan, M. (1998). **Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim**. İstanbul: Alfa Yayınevi.

Özçetin, B. (2018). **Kitle İletişim Kuramları**. İstanbul: İletişim Yayınları.

Öztekin, A. (2003). **Siyaset Bilimine Giriş**. Antalya: Siyasal Kitapevi.

Özsoy, O. (2009). **Seçim Kazandıran Siyasal İletişim**. İstanbul: Pozitif Yayınları.

Peltekoğlu, B. F. (2007). **Halkla İlişkiler Nedir?** İstanbul: Beta Yayınları.

Polat, C. (2015). **Siyasal Pazarlama Ve İletişim**. İstanbul: Nobel Yayıncılık.

Sputniknews (2018). Partililerin Ne Kadar Yardım Alacağı Kesinleşti: 5 Partiye Toplamda 772,3 Milyon TL Verilecek. <https://tr.sputniknews.com/turkiye/201810191035739028-parti-yardim-hazine-milyon-tl/> (Erişim Tarihi: 20.06.2019).

Sucu, A. (2016). **Manuel Castells' in "Ağ Toplumu" Çerçevesinde Sosyal Ağlar ve Yeni Toplumsal Hareketler İlişkisi: Gezi Parkı Örneği**. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul: Yayımlanmamış Doktora Tezi.

Sütçü, C. S. ; Düvenci, A. & Aytekin, Ç. (2013). Türkiye'deki Siyasal Yaşamda Sosyal Medya: Siyasi Partilerin Kullanım Düzeylerine İlişkin Bir Araştırma. **Yeni Medya'da Demokrasi: Sosyal Medyaya Dair Araştırmalar** (165-204) <https://cemsutcu.files.wordpress.com/2014/03/20-a-19-tc3bcrkiyedeki-siyasal-yac59famda-sosyal-medya-siyasal-partilerin-kullanc4b1m-dc3bczeylerine-ilic59fkin-bir-arac59ftc4b1rma.pdf>.

Taş, O. (2017). **İletişim, Medya Ve Kültür**. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Taşkın, Y. (2014). **Siyaset**. İstanbul: İletişim Yayınları.

Thompson, J. B. (2008). **Medya ve Modernite**. (S. Öztürk, Çev.) İstanbul: Kırmızı Yayınları

Topuz, H. (1991). **Dünyadan ve Türkiye'den Örneklerle Siyasal Reklamcılık**. İstanbul: Cem Yayınevi.

Türköne, M. (2003). **Siyaset**. 9. Baskı, İstanbul: Opus Yayınları.

Uslu, Z. K. (1996), **Siyasal İletişim ve 24 Aralık 1995 Genel Seçimleri**, Yeni Türkiye Dergisi, 11.

Usluel, Y.K., Demir, Ö., Çınar, M. (2014). **Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği**. https://www.academia.edu/7313263/Sosyal_Ağların_Kullanım_Amaçları_Ölçeği(Erişim Tarihi: 26. 05. 2019).

Uztuğ, F. (2004). **Siyasal İletişim Yönetimi: Siyasette Marka Yaratmak**. İstanbul: Mediacat Kitapları.

Vergin, N. (2007). **Siyasetin Sosyolojisi**. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

Vural, B. A. & Bat, M. (2010) **Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma**.http://www.tasam.org/Files/Icerik/File/yeni_bir_iletisim_ortami_olarak_sosyal_medya_45f56af6-aa86-4840-a8db-21f4bb4ab1dd.pdf(Erişim Tarihi: 16.05.2019).

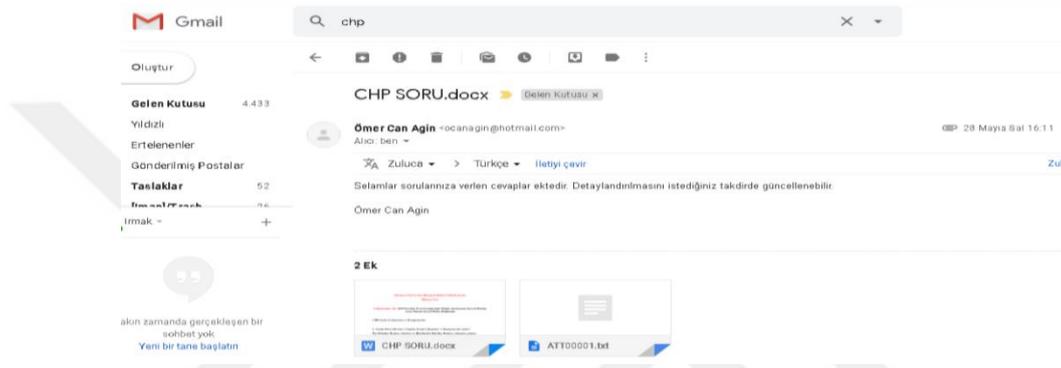
Yeniçıktı, N. T. (2014). **İletişimsel Eylem ve Facebook: Gezi Parkı Olaylarında Sosyal Medyanın Gücü** <http://josc.selcuk.edu.tr/article/view/1075000340/1075000330> (Erişim Tarihi: 20.06.2019)

Zeybek, B. (2016). **Siyasal Reklam, İkna Ve Retorik**. İstanbul: Beta Yayınları.

EKLER

EK-1

CHP 31 MART SEÇİM ÇALIŞMALARI ve SOSYAL MEDYA KULLANIMINA DAİR MAİL ÜZERİNDEN GERÇEKLEŞTİRİLEN GÖRÜŞME



Görsel 160 Kişisel Mail Hesabım Üzerinden Gelen Kutusundaki Ömer Can Agin ile Yapılan Görüşme (29.05.2019)

1. Seçim Süreci Boyunca Yapılan Seçim Çalışmalar ve Kampanyalar neler?

İlçe Belediye Başkan Adayları ve Büyükşehir Belediye Başkan Adayının çalışma yaptıkları bölgenin özelliklerini dikkate alarak, toplumsal hassasiyetleri göz ardı etmeden ittifak bağlamında çalışmalar yapılmıştır. Birebir temaslara, seçmen ziyaretleri, yerel dinamikler ölçüsünde pozitif dil kullanıldı. Sivil toplum örgütleri, dernekler ve esnaf çalışmaları yapıldı. Sahalarda stant ve görünürlük sağlanmasına yönelik çalışıldı. Karşı propagandadan ziyade adayların kendilerini anlattığı çalışmalar yürütüldü. Örgüt, aday ve gönüllüler senkronize şekilde ayrı ayrı çalışma yürüttüler. İttifak partileri ve yerel dinamikler dikkate alınarak belirlenen meclis üyeleri etki alanlarında çalışmalar yürüttü.

2. Seçim Çalışmalarında Hangi Araçlar Nasıl Kullanıldı?

(Basın, televizyon, radyo reklamları; sosyal medya; billboardlar; afiş, bildiri, el ilanı; yüz yüze görüşmeler, vb.)

Seçim kampanyasında ana dinamik her seçmenin sosyal medyasının bir yayın mecrası olarak kullanılması çağrısıydı. Billboard ve afiş gibi çalışmalar alan verilmemesinden dolayı ana arterlerde akp kadar yoğun olamadı. Fakat stantlarda yapılan el ilanı dağıtımı ve basından gelen her türlü yazılı ve görsel talebin ilkesel bir sorun olmaması koşuluyla kabul edilerek kabul edilmiştir.

3. Bu Çalışmalarda Sosyal Medyanın Yeri Neydi? Sosyal Medyayı Nasıl Kullandınız? Geri Bildirimleri Değerlendirirken Nelere Dikkat Ediyorsunuz?

Sosyal medya özellikle paylaşım, program duyurusu ve canlı yayınlarda aktif kullanıldı. Alınan tepkimeler paylaşım ve kampanyadaki temasları etkiledi.

4. Seçim Çalışmaları Boyunca Seçmenle Sosyal Medya Üzerinden Örgütlenme Nasıl Sağlandı?

Avukat çağrıları, müşahit ve seçim günü seçim kurullarına yapılan çağrılar tek mecrada konumunda olan sosyal medya üzerinden yapılmıştır. Seçim kampanyası boyunca, seçim günü ve sonrası seçmen ile ana iletişim aracı olarak sosyal medya kullanılmıştır.

5. Sosyal medya kullanımında hedefiniz neydi? Bu hedefinize ulaşabildiniz mi? Ulaşamadıysanız, sizce nedenleri nedir?

Sosyal medya kullanımı konusunda başarılı bir süreç yürütüldü. Üretilen görsel ve videoların olumlu ve umut veren bir dile sahip olması hem Büyükşehir adayının hem de ilçelerde görev yapan adayların ve milletvekillerin sosyal medyalarında yoğun etkileşime vesile olmuştur. Büyükşehir Belediye Başkan Adayı, rakibinden daha az bilinir olmasına karşı daha fazla takipçiye ulaşmıştır.

6. Gönüllüler Platformu'nun Kuruluş Hikâyesini Anlatır mısınız? Niçin Kuruldu?

Gönüllüler platformu parti örgütlerinin yapılanması dışında ek tedbir olarak görev almak isteyenlerle kampanya döneminde sahada hareketlilik yaratmak amacıyla ve seçim günü de seçim sonuçlarının sıhhatini sağlamak için kurulmuştur. Zira ilçe örgütleri ilçe adaylarına yönelik çalışma eğilimi gösterebildiği için büyükşehir adayının

çalışmasının zayıf kalmaması gayesi de gönüllü örgütlenmesinin kuruluşunda önemli bir dinamik olmuştur. Direk adayın kampanyası ile uyumlu ve aday için çalışmalar yürüterek uyumsuzluk alanının önüne geçilmiştir.

7. Gönüllüler Platformuna Katılım Nasıldı? Ve Burada Tam Olarak Neler Yapıldı?

Gönüllü katılımı 31 Mart seçimleri öncesi 23 Haziran sürecinde kadar değildi. İlçelerde seçim çalışmaları yaptılar. Bando ve müzik ekipleri ile görünürlük çalışması yürüttüler. Müşahit organizasyonu yaptılar. Seçim günü parti örgütü dışında ikinci bir kontrol mekanizması olarak sandık sonuç tutanağı ve veri girişi yaptılar. Bu sayede sonuçlar check edilerek sağlanmış oldu.

8. Gönüllüler Platformu'nun Dijital Ayağı Kimler? Görevleri, Sorumlulukları Neler?

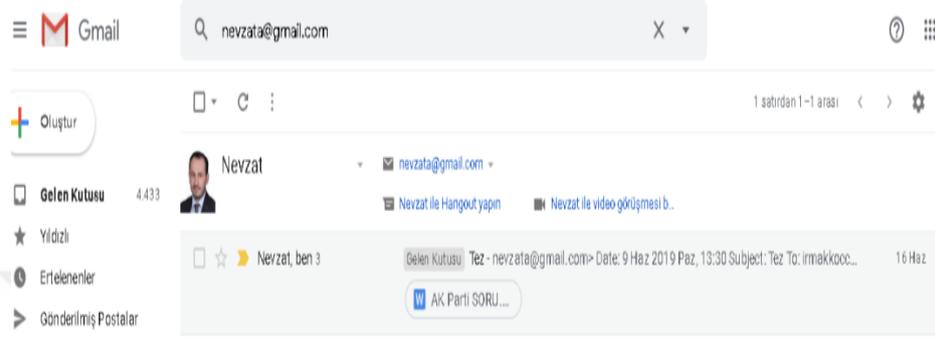
Gönüllülerin dijital ayağı anlaşılmalı olan ajans. Her türlü inisiyatif onlara ait.

9. Bu Seçim Çalışmalarınızın, Öncekilerden Farkı Var mıydı? Varsa Neler?

Bu seçim önceki seçimlerden farklı olarak daha önce oy alınamayan seçmenlere seslenen,, pozitif dile ile yürütülen bir kampanyaya sahipti. Farklı olarak sandık güvenliği kaygısı ile bir kampanya süreci yürütmek yerine seçmen odaklı bir çalışma yürütüldü. 24 haziran seçimlerinden sonra oluşan umutsuzluk ve inançsızlık olmasına karşın değişim umudu sağlandı.

EK-2.

AKP 31 MART SEÇİM ÇALIŞMALARI ve SOSYAL MEDYA KULLANIMINA DAİR MAİL ÜZERİNDEN GERÇEKLEŞTİRİLEN GÖRÜŞME



Görsel 161 Kişisel Mail Hesabım Üzerinden Gelen Kutusundaki Nevzat Arslanyılmaz ile Yapılan Görüşme(09.06.2019)

1. Seçim Süreci Boyunca Yapılan Seçim Çalışmalar ve Kampanyalar neler?

31 Mart Yerel Seçimlerinde, en yenisinden en kıdemlisine, en gencinden en yaşlısına kadar teşkilatımızın her kademesinde görev alan ekip arkadaşlarımızla ekip ruhu ve bütünlüğü ile seçim çalışmalarımızı gerçekleştirdik. Sokakta, evde, işyerinde kısacası hayatın her alanındaki seçmenimize en doğru biçimde ulaşım, en doğru iletişim metodunu kullanmaya özen gösterdik. Kullandığımız materyaller ve kelimelerden, siyasal söylemimize, kılık ve kıyafetimizden, davranış biçimimize, bizleri seçmen önünde var kılan her şey son derece önem verdik. Seçim Çalışmalarımız;

- Seçim Koordinasyon Merkezi değerlendirme toplantıları
- Tüm seçmen ve üyelerimizi evlerinde ziyaret edilmesi
- Sivil Toplum Kuruluşlarına ziyaretler yapılması
- Seçim irtibat bürolarımızda seçmen ve üyelerimiz ile buluşmalar
- Seçim Minibüs/Otobüsleri ile kampanya süresince belirlenen müziklerin ve anonsların kullanılması ve gürültü kirliliğine dikkat edilmesi
- Yerel medya ile iyi iletişim kurulması

- Kutlamalar ve Tebrik mesajları (Ülkemizdeki önemli olayları ve günleri kutlama ve tebrik mesajları ile seçmene ulaştırılması)
- Kanaat Önderleri ile iletişim kurulması
- Amatör ve Profesyonel Spor Kulüpleri ile iletişim kurulması
- Çocuklar ve Gençler ile iletişim kurulması
- Belediye Başkanı ve Meclis Üyesi adaylarımız için seçim klavuzu hazırlanması
- Sosyal Medyanın aktif olarak kullanılması (Dijital Seçim Kampanyası)
- Açık hava reklamları
- Bina dış cephe reklamları
- Merkezi lokasyonlarda seçim çadırı ve standlar kurarak, seçmene ulaşım sağlanması
- Günlük olarak Seçim Koordinasyon Merkezinden adaylarımızın programlarının yapılması ve takip edilmesi
- Cumhur İttifakı Seçmenlerine ulaşarak, salon toplantılarının yapılması
- Demografik yapıya uygun şekilde il il seçmenlerimiz ile toplantılar yapılması (Kastamonulular, Sivashlılar vb. gibi.)
- Mahalle mahalle seçmenlerimiz ile buluşarak, Söz Sizde programları yapılması
- Genel Başkanımız, Büyükşehir Belediye Başkan Adayımız ve İlçe Belediye Başkan Adaylarımızın katılımı ile ilçe mitingleri düzenlenmesi
- Proje ve Aday Tanıtım Programı yapılması

2. Seçim Çalışmalarında Hangi Araçlar Nasıl Kullanıldı?

(Basın, televizyon, radyo reklamları; sosyal medya; billboardlar; afiş, bildiri, el ilanı; yüz yüze görüşmeler, vb.)

31 Mart Yerel Seçimlerinde çevreye duyarlı, görüntü ve gürültü kirliliğinin olmadığı bir Dijital Seçim Kampanyası gerçekleştirdik.

- Genel Merkezimiz tarafından oluşturulan kurumsal infografik ve videolar sosyal medya mecralarından yayınlanarak, üyelerimiz ve teşkilat mensuplarımız ile anlık mesajlaşma yöntemleri ile paylaşıldı.

- Yerel Basın, İnternet ve Mobil Gazeteler ile sürekli iletişim halinde olunarak, basın açıklamaları ve röportajlar yapıldı. Reklamlar verildi.
- Açık alan reklam mecralarında adayımızın tanıtım reklamları yapıldı.
- Sosyal Medya üzerinden canlı oturumlar yapılarak, seçmenlerimizin görüş ve önerilerini dinledik.
- Genel Merkezimiz tarafından oluşturulan kurumsal el ilanlarımızı ev, iş yeri, cafe, halk pazarı, meydan vb gibi yerlerde seçmenlerimize ulaştırdık.
- Seçim otobüslerimiz ile belirli yerlerde ve zamanlarda sesli ve video olarak seçim vaatlerimizi seçmenlerimize anlattık.
- Ev sohbetleri gerçekleştirerek, seçim vaatlerimizi anlattık.
- Gençlerin yoğun olduğu cafe, tiyatro vb. yerlerde Gençlik Kollarımızla programlar yaptık.

3. Bu Çalışmalarda Sosyal Medyanın Yeri Neydi? Sosyal Medyayı Nasıl Kullandınız? Geri Bildirimleri Değerlendirirken Nelere Dikkat Ediyorsunuz?

Sosyal Medya, Dijital Seçim Kampanyamızın merkezinde konumlandırdık. Günlük olarak Belediye Başkan Adayımızın programını sosyal medya hesaplarımız üzerinden yayınladık. Canlı yayınlar düzenleyerek, seçmenlerimiz ile interaktif söyleşiler düzenledik. Seçim vaatlerimizi anlatan infografik görseller ve video hazırlayarak, sosyal medya hesaplarımızdan paylaştık. Geri bildirimler anlık olarak değerlendirilerek, talep ve önerilerine geri dönüşler yapıldı. Sosyal Medya üzerinden yapılan davetlere katılım sağlandı.

4. Seçim Çalışmaları Boyunca Seçmenle Sosyal Medya Üzerinden Örgütlenme Nasıl Sağlandı?

Sosyal medya üzerinden örgütlenme organik yöntemler tercih edilerek yapıldı. Yapılan veya yapılacak çalışmalar anlık olarak seçmenlerimiz ile sosyal medya üzerinden paylaşıldı.

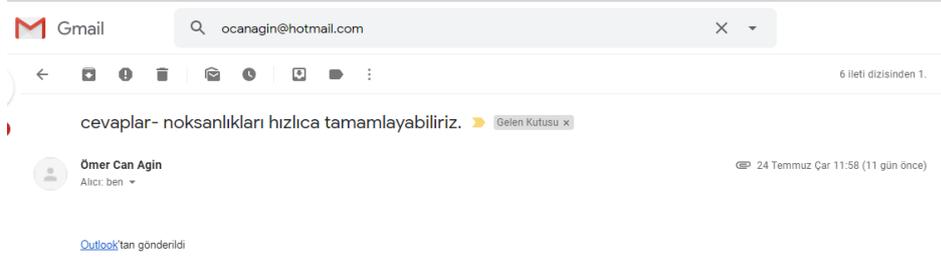
5. Sosyal medya kullanımında hedefiniz neydi? Bu hedefinize ulaşabildiniz mi? Ulaşamadıysanız, sizce nedenleri nedir?

Hedefimiz, sosyal medya kullanan seçmenlerimizin tamamına ulaşmaktı. Bu hedefimize kısmen ulaştık. Organik etkileşim yöntemleri dışında sponsorlu reklamların daha fazla kullanılmasında fayda olduğunu tespit ettik.



EK-3

CHP 23 HAZİRAN SEÇİM ÇALIŞMALARI ve SOSYAL MEDYA KULLANIMINA DAİR MAİL ÜZERİNDEN GERÇEKLEŞTİRİLEN GÖRÜŞME



Görsel 162 Kişisel Mail Hesabım Üzerinden Gelen Kutusundaki Ömer Can Agin ile Yapılan Görüşme (24.07.2019)

1) 23 Haziran seçim süreci ağırlıklı olarak hangi kollarda nasıl yürütüldü?

23 Haziran seçim süreci 31 Mart seçim sonuçları da baz alınarak zayıf olunan, tereddütlü seçmen hedeflenerek yürütüldü. AK Parti seçmeni ve Cumhur İttifakına oy veren seçmen hedef kitle içerisinde yer aldı. Aday Ekrem İmamoğlu kendi çalışmasına devam ederken, İstanbul Gönüllüleri ve İlçe örgütleri daha çalışmalarına devam ettiler. Milletvekilleri Koordinasyonda görevli olanlar dışında ilçe bazlı görevlendirildi ve o ilçedeki dernek, stk, kanaat önderleri ile kapalı toplantılar yürüttü. Evlere ve derneklere gidildi. İnsanlarla diyalog kurulması hedefi benimsendi. Yapılan çalışmaların hepsi raporlanarak merkeze iletildi. Hukuk ekibi olası her türlü ihtimali göze alarak ön almak adına YSK ya çeşitli başvurular yaptı.

2) 23 Haziran seçim sürecinde yapılan sosyal medya çalışmaları neler? Sosyal medyadan ne kadar yararlanılabildiğini düşünüyorsunuz?

23 Haziranda Ekrem İmamoğlu ve İl başkanlığının kullanımları dışında sosyal medya aktif kullanılmadı. Parti kararı gereği yapılan çalışmalar paylaşılmadı. Adayın çalışmalarının paylaşımı ile yetinildi. Zira yapılan paylaşımlarla insanların ifşa olup, baskı altına alınmasının önüne geçilmek istendi bu yöntemle.

3) 31 Mart seçim süreciyle bir kıyaslanma yapılacak olursa, 23 Haziran sürecinde özellikle sosyal medya üzerindeki çalışmalarda ne yapıldı farklı olarak, ne yapılmadı?

31 Mart seçimlerinde 39 aday ve büyükşehir adayı ile herkesin ayrı sosyal medyası ve paylaşımları vardı. Görünürlük temel hedefti, herkes aktif şekilde kullanmaktaydı. 23 haziranda ise sosyal medya paylaşımları aday ve il başkanlığı esasına indirildi. Örgütün vekillerin saha çalışmaları paylaşılmadı. Aday aktif olarak reklam, canlı yayın ve paylaşımlarla sosyal medyasına devam etti. Konuşmalarından çalışmalarından etkili kısımlar daha sonra video yapılarak paylaşıldı. 31 Marttaki etkili sosyal medya kullanımı aday açısından devam etti.

4) 23 Haziran seçim sürecinde sosyal medya üzerinden nelere dikkat edildi bu dönemde? Etkileşim miktarı, geri dönüşümler sizce çalışmalarının gidişatında ve alınan kararlarda etkili olabildi mi?

İzah edildiği üzere sosyal medyada seçmeni irite etmeme ve afişe etmeme esası dikkate alındı. Esas olan adayın çalışmalarının paylaşımlar yöntemiyle dağıtılması hedeflendi. Aday açısından yüksek takip ve ilgi gördü.

5) Ekrem İmamoğlu'nun Twitter hesabındaki takipçi sayısı gün geçtikçe artmaktadır.(Adaylığını ortaya koyduğu 18 Aralık' da sektör ortalamasının altındayken; 23 Haziran günü 2.744.734'e yükselmiştir) Bu oranı başarılı buluyor musunuz, herhangi bir hedef var mıydı?

Bu oran bir İBB başkanı ortalaması için de fazladır ki kaldı ki Ekrem İmamoğlu başkan olmadan bu sayılara ulaşmıştır. Adayın etkin çalışması dili ve söylemleri toplumda yarattığı "umut" her kesim için ilgi çekici oldu. Ekrem İmamoğlu'na olan ilgi İBB Başkanlığı twitter hesabındaki takibi de olumlu yönde etkiledi.

6) Seçim çalışmaları boyunca, siyasal iletişim aracı olarak diğerlerine göre daha çok hangi sosyal medya aracı kullanıldı? Neden?

Twitter ve facebook aktif kullanılan sosyal medya araçlarıydı. Özellikle twitter daha hızlı sonuç alınan ve tepkime bulan bir araç insanların günlük hayatta daha fazla

kullanamsı ve genel olarak siyasi paylaşımlar gibi amaçlarla kullanıyor olması twitteri daha işlevsel kılmıştır.

7) Siyasal iletişim aracı olarak, 2019 yerel seçimlerinde sosyal medya ana mecra olarak kullanılabilir mi? Kullanıldıysa başarılı olunabilir mi?

Merkez medyanın iktidar kontrolünde olduğu trt de dahi diğer adaylara yer verilmediği ortamda sosyal medya ve soysam medya temelli yayın organları ana araç oldu. Bu noktada sonuç başarılı olduğunu göstermekle birlikte; karşı mahalleye daha iyi ulaşmanın yolları da aranmalı.

8) Siyasal iletişim aracı olarak sosyal medya kullanımında başarılı olmak için gerekli kriterler neler? Yapılan seçim çalışmalarında bunu nasıl gözlemlediniz?

Çok söze gerek yok. Halka dokunan vicdanına, adalet duygusuna ve sorunlarına seslenen öz paylaşımlar ziyadesiyle karşılık bulmuştur. Klasik şurdayız bunlarla buluştuk gibi paylaşımlardansa sözün söylendiği paylaşımlar daha efektif oldu.

9) Sosyal medya çalışmaları için profesyonel destek alma ihtiyacı duyuldu mu? Birlikte çalıştığınız şirketin ismi nedir? Neden bu ismi tercih ettiniz?

Ekrem İmamoğlu sosyal medya ve reklamlarını profesyonel daha önce de çalıştığı bir ekiple yürüttü. Aynı zamanda basın danışmanı Murat Ongun bu konuda etkin rol oynadı. Bu alanda Murat Ongun ve Öykü ajansın sahibi Necati Özkan'ın yoğun katkısı bulunmaktadır.

EK-4

AKP 23 HAZİRAN SEÇİM ÇALIŞMALARI ve SOSYAL MEDYA KULLANIMINA DAİR MAİL ÜZERİNEN GERÇEKLEŞTİRİLEN GÖRÜŞME



Görsel 163 Kişisel Mail Hesabım Üzerinden Gelen Kutusundaki Nevzat Arslanyılmaz ile Yapılan Görüşme(02.08.2019)

1) 23 Haziran seçim süreci ağırlıklı olarak hangi kollarda nasıl yürütüldü?

Öncelikle 31 Mart seçim sonuçlarının sandık bazlı analizi yapıldı. Sandık bazlı yapılan analizlerde üye sayılarımız (aileleri) ve çıkan oy sonuçlarına göre analizler yapıldı. Bu sonuçlara göre oyumuzun düşük olduğu sandıklarda İlçe Yönetim Kurulu Üyesi, İlçe Başkan Yardımcısı, Meclis Üyesi seviyesinde ziyaretler yapıldı. Ayrıca 31 Mart Seçimlerinde sandığa gitmeyen seçmenler sandığa davet edildi. 31 Mart Seçimlerinde yapılan tüm çalışmalar aynı şekilde tekrardan icra edildi.

2) 23 Haziran seçim sürecinde yapılan sosyal medya çalışmaları neler?

Sosyal medyadan ne kadar yararlanılabildiğini düşünüyorsunuz?

Seçim vaatlerimizi anlatan infografikler ve videolar hazırladık. Bunları Facebook, Twitter, Instagram ve Youtube üzerinden yayınlamaya başladık, seçmenlerimize ulaştık. Tüm sosyal medya araçlarında sponsorlu reklamlar vererek, daha fazla seçmene ulaştık.

3) 31 Mart seçim süreciyle bir kıyaslanma yapılacak olursa, 23 Haziran sürecinde özellikle sosyal medya üzerindeki çalışmalarda ne yapıldı farklı olarak, ne yapılmadı?

31 Mart seçimlerinde sosyal medya da organik etkileşim yöntemini tercih etmiştik. Yeterli olmadığını gördük ve 23 Haziran seçimlerinde tüm sosyal medya kanallarında sponsorlu ücretli reklamlar verdik. Video içeriklerin daha fazla etkileşim sağladığını gördük ve bu yönde çalışmalar yaptık. Youtube kullanıcılara yönelik reklamlı çalışmalara ağırlık verdik.

4) 23 Haziran seçim sürecinde sosyal medya üzerinden nelere dikkat edildi bu dönemde? Etkileşim miktarı, geri dönüşümler sizce çalışmalarının gidişatında ve alınan kararlarda etkili olabildi mi?

Anlık etkileşime çok önem verildi. Seçmenlerimizden aldığımız geri dönüşler anlık olarak Strateji Değerlendirme Ekibimiz tarafından değerlendirilerek, seçim çalışmalarına yön verildi.

5) Binali Yıldırım 31 Mart döneminde seçim çalışmalarını aktif bir şekilde “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” Twitter hesabı üzerinden yürütürken; 23 Haziran seçimlerinde bu hesap bırakılarak “Binali Yıldırım” Twitter hesabının aktif bir şekilde kullanıldığı görülmüştür. Bunun sebebi nedir? Resmi bir Twitter hesabı olan “Binali Yıldırım İletişim Ofisi” üzerinden çalışmaların yürütülmesi diğer twitter hesabına göre seçmene tam olarak indirgenememesi olabilir mi?

Doğrudur. Resmi siyasi bir hesap olmasından etkileşimin sağlıklı olmadığı düşünülerek, değiştirildi.

6) Seçim çalışmaları boyunca, siyasal iletişim aracı olarak diğerlerine göre daha çok hangi sosyal medya aracı kullanıldı? Neden?

Siyasal mesajların verilmesi noktasında Twitter kullanıldı. Twitter, miniblok olması sebebi ve en uygun sosyal medya aracı olması sebebi ile tercih edildi.

7) Siyasal iletişim aracı olarak, 2019 yerel seçimlerinde sosyal medya ana mecra olarak kullanılabilir mi? Kullanıldıysa başarılı olunabilir mi?

Evet, kullanılabilir. Ancak başarılı olmak için tek başına yeterli değil.

8) Siyasal iletişim aracı olarak sosyal medya kullanımında başarılı olmak için gerekli kriterler neler? Yapılan seçim çalışmalarında bunu nasıl gözlemlediniz?

9) Sosyal medya çalışmaları için profesyonel destek alma ihtiyacı duyuldu mu? Birlikte çalıştığımız şirketin ismi nedir? Neden bu ismi tercih ettiniz?
Evet oldu.

