

## GELENEKSEL MEDYA VE SOSYAL MEDYADA YER BULAN TÜRKİYE-HOLLANDA KRİZİNİN PROPAGANDA ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİ

Meltem ÖZEL<sup>1</sup>

Onur KARAKAŞ<sup>2</sup>

Abdullah DURMUŞ<sup>3</sup>

### ÖZET

Siyasal aktörler, kamuoyunun desteğini almak ve siyasi amaçlarına ulaşmak için reklam, propaganda ve halkla ilişkiler alanlarından yararlanarak siyasi iletişim faaliyetlerini yürütmektedirler. Günümüzde internet ve sosyal medya siyasi aktörler tarafından sıklıkla siyasi iletişim aracı olarak kullanılmaktadır.

Bu çalışmada, Cumhurbaşkanı ve hükümet üyelerinin 11 Mart 2017 Türkiye-Hollanda diplomatik krizine dair Twitter'daki paylaşımlarının neler olduğu ve bu paylaşımlara geleneksel kitle iletişim araçlarında ne kadar ve nasıl yer verildiği sorgulanmıştır. Çalışmanın tarih aralığı 11 Mart-21 Mart 2017 olarak belirlenmiştir. Çalışmada Jean-Marie Domenach'in beş propaganda kuralından ve içerik analizi yönteminden yararlanılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Siyasi iletişim, propaganda, diplomatik kriz

## EXAMINING TURKEY-THE NETHERLANDS CRISIS IN THE FRAMEWORK OF PROPOPAGANDA

### ABSTRACT

Political actors carry out their political communication activities by using advertisement, propaganda and public relations in order to get public support and achieve their political goals. Today, internet and social media are used by political actors as political communication tools.

In this study, regarding the diplomatic crisis between Turkey and Netherlands on 11 March 2017, it was questioned that what were the discourses of the President and the government members of Turkey on Twitter and how and how frequent these discourses were placed on traditional mass media. The date range of the study was determined as 11 March - 21 March 2017. In the study, Jean-Marie Domenach's five propaganda rules and content analysis were applied.

**Key words:** Political communication, propaganda, diplomatic crises

<sup>1</sup> Öğr. Gör., İstanbul Esenyurt Üniversitesi Meslek Yüksekokulu, İstanbul, Türkiye, meltemduyal@hotmail.com

<sup>2</sup> onurkarakas90@gmail.com

<sup>3</sup> abduallah.durmus@hotmail.com

## GİRİŞ

Siyasal iletişim ikna etmeye tasarlanmış bir iletişimdir (Yavaşgel, 2004, s.147). Siyasal amaçlı iletişim etkinliklerinden biri olarak propaganda, kamuoyunu ve toplumu belirli bir siyasal yönde etkilemeyi, onlara belirli bir düşünceyi benimsetmeyi ve onları istenen belirli bir siyasal hedef doğrultusunda harekete geçirmeyi amaçlayan siyasal iletişim faaliyetidir (Çankaya, 2015, s.37).

Siyasi aktörler kamuoyunu bilgilendirmek, yönlendirmek ve etkilemek gibi amaçlarla geleneksel medyanın yanı sıra sosyal medyayı da siyasal iletişim aracı olarak kullanmaktadır. Bu bağlamda, çalışmada Türkiye ile Hollanda arasında çıkan diplomatik krize yaygın gazetelerde nasıl yer verildiği ve Cumhurbaşkanı ve Hükümet Üyelerinin bu süreçte sosyal medya araçlarından Twitter'daki nasıl paylaşımları araştırılmıştır. Çalışmanın, siyasal iletişim açısından diplomatik gerginliğin değerlendirilmesi ve sunumuna ilişkin geleneksel medya ve sosyal medyanın rolüne ilişkin veriler ortaya koyduğu düşünülmektedir.

Çalışmada Cumhurbaşkanı ve Hükümet Üyelerinin resmi Twitter hesapları 11-21 Mart 2017 arasında incelenmiştir. Yine aynı tarih aralığında farklı yayın politikasına sahip üç yaygın gazete de incelenmiş ve elde edilen bulgular Jean Marie Domenach'ın beş propaganda kuralına (Yalınlık ve Tek Düşman Kuralı, Büyütme ve Bozma Kuralı, Tekrar Kuralı, Aşılama Kuralı, Birlik ve Bulaşma Kuralı) göre yorumlanmıştır. Çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

## 1. SİYASAL İLETİŞİM

Siyasal iletişim kavramı, liberal demokrasinin ortaya çıkardığı bir kavramdır. Siyasal iletişim profesyonel anlamda ilk olarak İkinci Dünya Savaşı sonrasında Amerika'da ortaya çıkmış ve konuya yönelik ilk çalışmalar burada yapılmıştır (Topuz, 1991, s.7). Siyasal iletişim, siyasi aktörlerin kamuoyunu ikna edebilmek amacıyla reklam, propaganda ve halkla ilişkiler faaliyetlerini kapsayacak şekilde gerçekleştirdikleri stratejik bir iletişim türüdür (Özkan, 2007, s.23-25). Aysel 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" olarak tanımlamaktadır (2014, s.3). İkinci Dünya Savaşı sonrası Amerika Birleşik Devletlerinde ortaya çıkan siyasal iletişim kavramı, 1960'lı yıllara gelindiğinde Batı Avrupa ülkelerinde de kullanılmaya başlanmıştır (Özsoy, 2009, s.30).

Erol Çankaya ise siyasal iletişimi (2015, s.13) şöyle açıklar: "Siyasal iletişim, bireylerin ya da toplulukların girdiği iktidar mücadelesinin özel bir biçimidir. Propagandadan dedikoduya, alt-üst ilişkilerinden iktidar kurumlarındaki işleyişe, baskı gruplarının faaliyetlerinden halkla ilişkilere, basına haber yaratmadan televizyon açık oturumlarına, beyin yıkamadan siyasal reklamcılığa, çok geniş bir yelpaze içindeki siyasal amaçlı tüm iletişim etkinlikleridir".

Oktay (2002, s.24), siyasal iletişimin üç fonksiyonu olduğundan bahsetmektedir; politik problemlerin tanımlanmasına yardımcı olur, bu problemlerin politik tartışma ortamında yer almasını sağlar ve üzerinde çok fazla konuşulmamaya başlayan yani tartışmalı olma özelliğini kaybeden konuların gündemden düşürülmesine olanak sağlar.

### 1.1. İnternet ve Siyasal İletişim

İnternet; "kendine ait yazılı olmayan kuralları ile bireylerin bilgi alışverişinde bulunabildiği büyük bir topluluk ve pek çok yararlı bilginin bir tuşa basmak kadar yakın olduğu dev bir kütüphane" şeklinde tanımlanabilmektedir (Aziz, 2010, s.128).

İnternet teknolojisinin hızlı bir şekilde gelişim gösterdiği günümüzde iletişim, tek yönlü akışını terk ederek çok yönlü bir boyut kazanmış ve etkileşim olgusu bu sürecin her safhasında etkisini derinden hissettirmiştir. İnternetle birlikte bilgi ve veri akışı hızlanmış, dünya genelinde yaşanan olaylar çok kısa sürede bireylere sunulabilir hale gelmiştir (Kırık, 2013, s.271).

Küreselleşme sürecinin iletişime yönelik yansımalarından en önemlisi internettir. Tüm hedef gruplarla günü gününe iletişim kurmak, farklı hedef gruplar hakkında bilgi toplamak, geri bildirim almak gibi amaçlarla kullanılan internet, yer ve zaman sınırlaması olmadan hedef gruplarla iletişim kurma olanağı sağlamaktadır (Sancar, 2012, s.196).

Siyasal kampanyalarda internet, seçmenle ilişkileri geliştirmek ve çevrimiçi ortamda iletişim kurmak amacıyla kullanılmaktadır. İnternet ve internet teknolojilerinin siyasal iletişim amaçlı ilk kullanımı 1996 yılında gerçekleştirilmiştir. 1996 yılında seçim kampanyalarının yürütülmesinde web sitelerinden yararlanıldığı görülmektedir. Yıl 1998'i gösterdiğinde e-mail (Jesse Ventura), 2000'de online para toplama (John McCain), 2003 ve 2004 yıllarında bloglar (Howard Dean), 2004 yılında 'ev partilerinin internet üzerinden organize edilmesi (Bush-Cheney) gibi faaliyetler seçim kampanyaları üzerinde etki yaratmıştır' (Akar, 2009, s.5).

Günümüzde neredeyse tüm siyasal aktörler tarafından internet, siyasal iletişim amaçlı kullanılabilir hale gelmiştir. Siyasi partilerin, bir aracı olmadan haber gündemini kontrol edebildikleri ve kendilerini daha iyi ifade etmelerine olanak tanıyan bu yeni medya ortamı, siyasal partiler ve seçmenler arasında aktif bir iletişim ortamı sağlamakta ve siyasi parti üyeliklerinde gözle görülür bir artış meydana getirmektedir (Öksüz vd., 2004, s.994).

## 1.2. Sosyal Medya Mecrası Olarak Twitter ve Siyasal İletişim

Sosyal medya kavramı, ikinci nesil World Wide Web (www) olarak tanımlanan ve bireylere içerik yaratma, düzenleme, paylaşma olanağı sunan sistem olarak tanımlayabileceğimiz Web 2.0 ile birlikte ortaya çıkmıştır (Akyüz, 2013, s.286). Web 2.0 ise en basit anlamıyla tüm kullanıcılar açık olan ve onlara içerik ekleme fırsatı tanıyan sistem olarak tanımlanabilir (Brown, 2009, s.2).

Kaplan ve Haenlein'e göre (2010) sosyal medya; "kullanıcı tarafından içeriklerin oluşturulmasına ve değiş tokuşuna izin veren, web 2.0 teknolojisinin teknolojik ve ideolojik temellerini barındıran internet tabanlı uygulamalar" olarak tanımlanmaktadır.

Bloglar, mikrobloglar, wikiler, çevrimiçi fotoğraf ve video paylaşım siteleri RSS güncelleme siteleri, forum siteleri gibi uygulamalar sosyal medyayı oluşturmaktadır (Erkayhan, 2013, s.15).

Dijital medyanın iletişimin doğasının üstünde dinamik bir etki yaratması üzerinde tartışılmayacak bir gerçektir. Twitter 140 karakterden oluşan ve tweet ismi verilen anlık iletiler aracılığıyla "haberlerin, yenilikçi düşüncelerin ve şahsi görüşlerin hızla yayılmasını sağlayan bir mikroblog" olarak tanımlanmaktadır (Clavio ve Kian, 2010).

Twitter 2006 yılında Jack Dorsey tarafından geliştirilmiş, 2009'da popüler hale gelmiştir. 2011 yılından itibaren Türkçe kullanıma olanak sağlayan Twitter kısa iletiler gönderme ve almayı sağlaması nedeniyle internet dünyasının SMS'i olarak adlandırılmaktadır. Jose van Dick'egöre ise Twitter; sohbet, bilgi paylaşma, dayanışma, pazarlama ve reklam gibi faaliyetlere destek sağlamaktadır (Öztürk, 2014, s.419-421). Bu kapsamda Twitter mikro blog platformunun siyaset alanında doğrudan etkisinin olduğu artık bilimsel araştırmalarla tescillenmiş durumdadır. Bu mecra siyasal iletişim kampanyalarının parçası olmakla birlikte geleneksel iletişim araçlarında olmayan "etkileşimli iletişime" olanak vermektedir (Eren, 2015, s.21).

Çeşitli araştırmalarda, siyasetçilerin Twitter'ı bilgilendirme, etkileşim, hareketlilik (mobilizasyon) ve kampanya ile bütünleşme amaçlı olarak kullandıkları ortaya çıkarıldı.

(Lilleker vd.,2011). Bilgilendirme amaçlı kullanımda siyasiler, yurttaşlar ve gazeteciler Twitter'dan bilgi toplarlar. Bu bilgi seçim kampanyası ile ilgili ya da kampanya dışı herhangi bir konu hakkında olabilmektedir. Etkileşimde ise siyasi aktörler topladıkları bu bilgileri retweet (RT) veya etiket (#) aracılığıyla kendi takipçileriyle paylaşırlar. Bu sayede bilginin dolaşımını hızlandırıp, görünürlüğünü artırırlar. Hareketlilikte ise siyasetçiler seçmenleri miting, etkinlik gibi eylemlere katılmak için yurttaşları harekete geçmeye davet ve teşvik ederler. Bütünleşme ise siyasetçilerin ürettiği çevrimiçi siyasal enformasyonun, kullanıcılar tarafından paylaşılması ve yurttaşların çevrimdışı siyasal etkinliklerle bütünleşmesini ifade etmektedir (Meriç, 2015, s.42).

## 2.SİYASAL İLETİŞİM VE PROPAGANDA

Siyasal iletişim yazılı, sözlü, işitsel ve görsel araçlar vasıtasıyla geniş kitlelere ulaşabilmek için çeşitli metotları etkin bir şekilde kullanılarak kamuoyunun siyasi tercihlerini etkilemeye çalışır (Akdağ, 2009, s.296). Reklam ve halkla ilişkilerin yanı sıra siyasal iletişimin kullandığı en önemli, en etkili ve belki de en eski yöntem propagandadır.

Propaganda, toplumdaki bir grubun diğerlerinin tutum ve davranışlarını etkilemek için bilerek tasarladığı iletişimdir. Sembolizmi ve retorığı sıkça kullanır (Lilleker, 2013, s.223). Hedef kitlelerin ihtiyaçlarına ve ait olma duygularına hitap eder; bireyin güçlü ve zayıf yanlarını kestirebilme yeteneğine dayanır (Oktay, 2002, s.92).

Propagandanın belli bir amacı vardır. Bu amacı kitlelere kabul ettirmek ister. Bu nedenle de önceden seçilmiş, ayıklanmış bilgileri sunar. En etkili, en kalıcı olacağına inandığı, araştırmalarla geliştirdiği simgeleri kullanır. Dolayısıyla, amacına ters düşecek, dikkati dağıtabilecek gerçeklerden hiç söz etmez. Bununla birlikte, propagandanın amacı sadece bir düşünceyi benimsetmek değil, insanları aktif olarak sürece katılmaya yöneltmektir. Bu anlamda propaganda bireye seçenek sunmaktan ziyade, aksine bu seçimi ortadan kaldırmayı, gerçek tepkiler ve inançlar yaratmayı amaçlamaktadır. Bir diğer deyişle bireyin aklına ve mantığına hitap etmek söz konusu değildir (Bektaş, 1996, s.159-160).

Domenach propagandayı beş temel kurala bölerek açıklamaktadır (1961, s.58-82):

**Yalınlık ve Tek Düşman Kuralı:** propaganda her şeyden önce işi basitleştirmeye çalışır. Doktrinini ve delillerini birkaç noktaya ayırmak ve sonra bu noktaları mümkün olduğu kadar çok açıklamak söz konusudur. Dost ve düşman, iyi ve kötü bellidir. Bir öğreti en kolay ve en etkin bir şekilde yazınsal simgelerle (yöneticinin adının baş harfleri) ya da görüntüsel simgelerle (bayrak, flama) veya müziksel simgelerle (marş) özetlenebilir. Bunun dışında, iyi bir propaganda tek bir hedefe yönelir. Bir topluluğun umutlarını bir şahıs üzerinde toplamak veya karşı tarafa hissedilen kin ve düşmanlığı tek bir hedefe yöneltmek propagandanın en verimli ve basit yöntemlerinden biridir.

**Büyütme ve Bozma Kuralı:** haberlerin büyütülmesi, kendi çıkarlarına uygun tüm haberlere aşırı önem veren bütün siyasal partilerin yayın organları tarafından kullanılır. Bir politikacının rastgele söylediği bir söz ele alınır ve rakibi güç duruma düşürmeye çalışılır.

**Tekrar Kuralı:** iyi bir propagandanın ilk şartı, başlıca konuları bıkmadan usanmadan tekrarlamaktır. Bununla birlikte, dinleyicileri sıkılmamak için yapılması gereken temel konuyu muhafaza edip onu her defasında farklı şekillere sokarak tekrarlamaktır.

**Aşılama Kuralı:** sıfırdan başlayarak bir topluma herhangi bir düşünceyi kabul ettirme imkânı yoktur. Ancak toplumun daha önce benimsemiş olduğu şeylerden hareketle propaganda yerleştirebilir ve etkin olabilir.

*Birlik ve Bulaşma Kuralı:* propagandanın amacı belirli yöndeki etkileri güçlendirmek ve toplumun önemli kesiminin de o görüşü benimsediği inancını yaratmak böylece savunduğu görüşü daha etkin hale getirmektir. Öte yandan, büyük politik inançlar her şeyden çok ilişki ve kişisel sürükleme yoluyla yayılır. Aldatıcı bir birlik görüntüsü yaratmak için propagandanın ve propagandacının elinde çok değişik kaynaklar vardır. Bunlardan bazıları; bayraklar, amblemler, semboller, yazılar, döviz ve pankartlardır. En yaygın bulaşma yolu ise kitle gösterileri, mitingler ya da yürüyüşlerdir.

### 3.ARAŞTIRMANIN AMACI

Türkiye Cumhuriyeti Hükümetinin 16 Nisan 2017'de gerçekleşen referandumda 'evet' propagandası yapmak için Hollanda'daki Türkler ile toplantı yapmak istemesi ve Hollanda Hükümetinin yabancı ülke temsilcilerinin kendi ülkelerinde siyasi kampanya yürütmesinden rahatsızlık duyması sonucunda Türkiye ile Hollanda arasında diplomatik kriz ortaya çıkmıştır.

Bu çalışmanın amacı, 11 Mart 2017'de Türkiye ile Hollanda arasında yaşanan diplomatik krize dair Cumhurbaşkanı ve Hükümet Üyelerinin sosyal medyadaki paylaşımları ve bu paylaşımlara geleneksel kitle iletişim araçlarında nasıl ve ne yoğunlukta yer verildiğinin ortaya konmasıdır.

#### 3.1.Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Çalışmada Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve hükümet üyelerinin resmi twitter hesapları 11-21 Mart 2017 tarihleri arasında incelenmiş, Türkiye ile Hollanda arasında gerçekleşen diplomatik krize dair söylemleri Jean-Marie Domenach'in belirttiği beş kurala (Yalınlık ve Tek Düşman Kuralı, Büyütme ve Bozma Kuralı, Tekrar Kuralı, Aşılama Kuralı ve Birlik ve Bulaşma Kuralı) göre analiz edilmiştir. Çalışmada sosyal medya araçlarından twitterın seçilmesinin nedeni; twitterın siyasal iletişim potansiyelinin keşfedildiği 2008 ABD Başkanlık seçimlerinden itibaren siyasi partiler, siyasi parti mensupları ve siyasi parti liderleri tarafından yoğun ve etkili bir siyasal iletişim aracı olarak kullanılmasıdır.

Çalışmada ayrıca, Cumhurbaşkanı ve hükümet üyelerinin 11 Mart 2017 ile 21 Mart 2017 tarihleri arasında Cumhuriyet, Hürriyet ve Türkiye gazetelerinde yer alan diplomatik krize dair paylaşımları niceliksel ve niteliksel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma kapsamına alınan gazeteler farklı yayın politikasına sahip olduğu için diplomatik krize dair yaklaşımlarında farklılıklar olacağı ve bu farklılıklarının tespitinin ise önemli olacağı düşünülmektedir.

#### 3.2.Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada niceliksel ve niteliksel içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, metinleri sistemli bir biçimde analiz etmek için kullanılan tekniklerden biridir (Çomu ve Halaiqa, 2014, s.37). İçerik analizi davranışları doğrudan doğruya gözlemek yerine, bireylerin sembolik davranışlarını ya da iletişim materyallerini çözümlenmeye dayanır. İçerik analizi, belli bir iletişimin görünen içeriğinin nesnel, sistemli ve nicel olarak betimlendiği bir araştırma tekniğidir (Öğülmüş, 1991, s.213). Nicel yaklaşım, içeriğin bazı özelliklerinin sayısını veri olarak alırken, nitel analiz, bazı öğelerin bulunup bulunmaması üstünde durmaktadır (Bilgin, 2014, s.4).

#### 3.3.Araştırmanın Bulguları ve Analizi

Çalışmanın bu bölümünde, öncelikle 11-21 Mart 2017 arasında Cumhuriyet, Hürriyet ve Türkiye Gazetelerinde diplomatik krizin nasıl ve ne yoğunlukta yer verildiğinin içerik analizi yapılan hesaplarından yaptıkları paylaşımlar incelenmiş ve elde edilen bulgulara yer verilmiştir.



**Tablo 1: Cumhuriyet Gazetesi**

Cumhurbaşkanı ve Kabine Üyeleri	Haberde Görsel Kullanımı		Haberin Yer Aldığı Sayfa		Hollanda Krizi ile İlgili Haberler			Toplam
	Var	Yok	İlk Sayfa	İç Sayfalar	Olumlu	Olumsuz	Nötr	
Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan	26	19	11	34	11	7	9	45
Başbakan Binali Yıldırım	6	2	-	8	-	2	4	8
Başbakan Yardımcısı Nurettin Canikli	7	1	-	8	-	1	-	8
Başbakan Yardımcısı Numan Kurtulmuş	2	2	1	3	-	2	1	4
Başbakan Yardımcısı Y.Tuğrul Türkeş	1	-	-	1	-	-	-	1
Aile ve Sosyal Politikalar Bakanı Fatma Betül Sayan Kaya	5	1	-	6	1	1	1	6
Avrupa Birliği Bakanı Ömer Çelik	1	1	-	2	-	1	1	2
Çevre ve Şehircilik Bakanı Mehmet Özhaseki	1	-	-	1	-	-	-	1
Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu	2	2	-	4	-	1	1	4
İçişleri Bakanı Süleyman Soylu	2	2	-	4	-	-	-	4
Kalkınma Bakanı Lütfi Elvan	1	-	-	1	-	-	-	1
Milli Savunma Bakanı Fikri Işık	1	-	-	1	-	-	-	1
<b>Genel Toplam</b>	<b>55</b>	<b>30</b>	<b>12</b>	<b>73</b>	<b>12</b>	<b>15</b>	<b>17</b>	<b>85</b>

Araştırma kapsamında incelenen Cumhuriyet gazetesine ait verilere bakıldığında 11 Mart-12 Mart 2017 tarihleri arasında toplam 85 haber yer almaktadır. Bu haberlerin 44'ü Hollanda krizi ile ilgilidir. En fazla habere sahip olan 45 haber ile Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'dır. Cumhurbaşkanı Erdoğan'ı Binali Yıldırım (8 haber) ve Nurettin Canikli (8 haber) takip

etmektedir. İncelenen tarihler aralığında hiç haberi yer almayan liderlerden Mehmet Şimşek, Veysi Kaynak, Bekir Bozdağ, Faruk Özlü, Mehmet Müezzinoğlu, Nihat Zeybekçi, Berat Albayrak, A.Çağatay Kılıç, Faruk Çelik, Bülent Tüfenkci, Nabi Avcı, Naci Ağbal, İsmet Yılmaz, Veysel Eroğlu ve Recep Akdağ'a tabloda yer verilmemiştir.

Haberlerinde en fazla görsel kullanılan lider 26 görsel ile Recep Tayyip Erdoğan'dır. En az görsel kullanılan liderler ise Tuğrul Türkeş (1 görsel), Ömer Çelik (1 görsel), Mehmet Özhasaki (1 görsel) ve Lütfi Elvan'dır (1 görsel). Haberlerin işleniş biçimine bakıldığında Hollanda açısından olumlu kabul edilebilecek toplam 12 haber bulunmaktadır. Olumsuz kabul edilebilecek 15, nötr kabul edilebilecek ise 7 haber yer almaktadır.

Haberin gazetede konu olarak işlendiği ilk tarih 12 Mart 2017 tarihidir. Gazete haberi "Hollanda krizi tırmanıyor" başlığıyla vermiştir. Haberde Rutte'nin "Erdoğan'ın Nazi benzetmesi çizgiyi aştı" sözlerine yer verilmiştir. Cumhuriyet gazetesinde konuyla ilgili haberlerin 12-17 Mart 2017 tarihleri arasında yoğunlaştığı görülmektedir. 17 Mart 2017 tarihinden itibaren konuyla ilgili yalnızca 1 haber yer almaktadır. Haber, 21 Mart 2017 tarihli Nurman Kurtulmuş'a ait bir haberdir. Haberde "Nazi benzetmesi Almanya tedbir alsın diye" başlığı kullanılmıştır. Haber metninde ise Kurtulmuş'un "Bu sözlerin Almanya için ne anlama geldiğini çok iyi biliyorum. Tedbir alsınlar, akıllarını başlarına toplasınlar diye söylüyoruz." sözlerine yer verilmiştir.

**Tablo 2: Hürriyet Gazetesi**

Cumhurbaşkanı ve Hükümet Üyeleri	Haberde Görsel Kullanımı		Haberin Yer Aldığı Sayfa		Hollanda Krizi ile İlgili Haberler			Toplam
	Var	Yok	İlk Sayfa	İç Sayfalar	Olumlu	Olumsuz	Nötr	
Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan	21	-	7	14	-	12	2	21
Başbakan Binali Yıldırım	17	-	6	11	-	6	3	17
Başbakan Yardımcısı Nurettin Canikli	1	-	-	1	-	-	-	1
Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek	3	-	-	3	-	-	-	3
Başbakan Yardımcısı Numan Kurtulmuş	5	-	1	4	-	-	3	5
Adalet Bakanı Bekir Bozdağ	4	-	-	4	-	1	-	4
Aile ve Sosyal Politikalar Bakanı Fatma Betül Sayan Kaya	11	4	4	11	-	12	3	15
Avrupa Birliği Bakanı Ömer Çelik	3	-	1	2	-	-	3	3

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Mehmet Müezzinoğlu	3	1	2	2	-	-	-	4
Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu	7	4	5	6	-	5	3	11
Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekçi	3	-	-	3	-	-	1	3
Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Berat Albayrak	3	-	-	3	-	1	-	3
Gençlik ve Spor Bakanı Akif Çağatay Kılıç	1	-	-	1	-	1	-	1
Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanı Faruk Çelik	3	-	-	3	-	-	-	3
Kültür ve Turizm Bakanı Nabi Avcı	2	-	-	2	-	1	-	2
Milli Eğitim Bakanı İsmet Yılmaz	2	-	-	2	-	-	-	2
Milli Savunma Bakanı Fikri Işık	2	-	-	2	-	-	-	2
Orman ve Su İşleri Bakanı Veysel Eroğlu	2	-	-	2	-	-	-	2
<b>Genel Toplam</b>	<b>93</b>	<b>9</b>	<b>26</b>	<b>76</b>	<b>-</b>	<b>39</b>	<b>18</b>	<b>102</b>

Hürriyet Gazetesi'nde ise araştırmanın yapıldığı tarihlerde toplam 102 haber yer almış, bu haberlerden 76'sine iç sayfada 26'sına ise ilk sayfada yer verilmiştir. 102 haberden 57'si Hollanda Krizi ile ilgilidir. Krize dair en fazla haber sırasıyla Erdoğan, Kaya, Yıldırım, Çavuşoğlu'na ait söylemlerden oluşmaktadır. Kurtulmuş, Çelik, Bozdağ, Zeybekçi, Kılıç, Albayrak ve Avcı'nın söylemleri de gazetede yer almıştır. İncelenen tarihler aralığında hiç haberi yer almayan liderlerden Tuğrul Türkeş, Veysi Kaynak, Faruk Özlü, Mehmet Özhasseki, Süleyman Soylu, Lütfi Elvan, Bülent Tüfenkci, Naci Ağbal ve Recep Akdağ'a tabloda yer verilmemiştir. Diğer Hükümet Üyeleri'nin çoğunun krize dair fikir veya açıklamasının olmadığı veya Hürriyet Gazetesi'nde yer almadığı görülmüştür. Hürriyet Gazetesi'nde yer alan toplam 102 haberden 93'ünde fotoğraf kullanılmıştır.

Hollanda ile yaşanan diplomatik kriz sonrası 12 Mart 2017'de Hürriyet Gazetesi, "Skandal Üstüne Skandal" manşetiyle Bakan Kaya ve Bakan Çavuşoğlu'nun Hollanda'da karşı karşıya kaldıkları duruma yer vermiştir. Başbakan Binali Yıldırım 12 Mart 2017 tarihindeki "Bunları bir kenara not edeceğiz, ama günü gelince gereğini yapacağız" şeklindeki tepkili söylemleri, 21 Mart 2017 tarihinde yerini "Bize en çok turisti gönderen Almanya, en çok yatırımı



yapan Hollanda, onun için bizim de dikkatli davranmamız gerekir” şeklinde daha sakin ve yapıcı söylemlere bırakmıştır.

Hürriyet Gazetesi’nde yer alan haberlerde Cumhurbaşkanı ve Hükümet Üyeleri, Hollanda’da yaşanan olayı “utanç gecesi” ve “kara bir gece” olarak nitelendirerek, Türkiye’ye demokrasi dersi vermeye çalışanların bulunduğu antidemokratik yaklaşım nedeniyle yaşanan olayı kınamışlardır.

Twitter, gazeteler açısından önemli bir mecra haline gelmiştir. Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu’nun kişisel twitter hesabında Türkçe ve İngilizce olarak “Wilders’ın Köpekleri” ifadesini kullanarak yaptığı paylaşım, 13 Mart 2017 tarihinde ‘ırkçı lidere böyle seslendi’ başlığıyla Hürriyet Gazetesi’ne gündem oluşturmuştur. Çavuşoğlu dışındaki Bakanlar Kurulu üyelerinin ve Cumhurbaşkanının twitter hesaplarındaki Hollanda diplomatik krizi bağlamındaki paylaşımlarının gazetelerde gündem oluşturmadığı çıkarımı yapılabilmektedir.

**Tablo 3: Türkiye Gazetesi**

Cumhurbaşkanı ve Hükümet Üyeleri	Haberde Görsel Kullanımı		Haberin Yer Aldığı Sayfa		Hollanda Krizi ile İlgili Haberler			Toplam
	Var	Yok	İlk Sayfa	İç Sayfalar	Olumlu	Olumsuz	Nötr	
Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan	12	-	11	1	-	9	-	12
Başbakan Binali Yıldırım	10	2	9	3	-	8	-	12
Başbakan Yardımcısı Nurettin Canikli	2	-	-	2	-	-	-	2
Başbakan Yardımcısı Numan Kurtulmuş	2	-	1	1	-	1	-	2
Adalet Bakanı Bekir Bozdağ	2	-	-	2	-	2	-	2
Aile ve Sosyal Politikalar Bakanı Fatma Betül Sayan Kaya	6	2	6	2	-	8	-	8
Avrupa Birliği Bakanı Ömer Çelik	1	-	1	-	-	1	-	1
Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Mehmet Müezzinoğlu	2	-	-	2	-	-	-	2
Çevre ve Şehircilik Bakanı	1	-	-	1	-	-	-	1

Mehmet Özhasseki								
Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu	6	1	2	5	-	7	-	7
Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekçi	1	-	-	1	-	-	-	1
Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Berat Albayrak	2	-	2	-	-	1	-	2
Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanı Faruk Çelik	1	-	-	1	-	-	-	1
İçişleri Bakanı Süleyman Soylu	5	-	2	3	-	-	-	5
Maliye Bakanı Naci Ağbal	2	-	-	2	-	-	-	2
Milli Savunma Bakanı Fikri Işık	-	1	1	-	-	-	-	1
<b>Genel Toplam</b>	<b>55</b>	<b>6</b>	<b>35</b>	<b>26</b>	<b>-</b>	<b>37</b>	<b>-</b>	<b>61</b>

Araştırmanın yapıldığı tarih aralığında toplam 61 haberin yer aldığı Türkiye Gazetesinde 35 habere ilk sayfada, 26 habere iç sayfalarda yer verilmiştir. İncelenen tarihler aralığında hiç haberi yer almayan liderlerden Mehmet Şimşek, Tuğul Türkeş, Veysi Kaynak, Faruk Özlü, A. Çağatay Kılıç, Bülent Tüfenkci, Lütfi Elvan, Nabi Avcı, İsmet Yılmaz, Veysel Eroğlu ve Recep Akdağ'a tabloda yer verilmemiştir. İlk sayfalarda yer alan haberlerden 20'si Cumhurbaşkanı Erdoğan ve Başbakan Yıldırım'ın söylemleridir. Hollanda ile diplomatik krizin yaşandığı günün akabinde 12 Mart 2017'de Türkiye Gazetesi, Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın açıklamalarını ilk sayfadan verirken "Nazi Kalıntıları" manşetini atmıştır. Araştırma kapsamına alınan son gün olan 21 Mart 2017'ye kadar Türkiye Gazetesi'nin manşetlerini Erdoğan'ın Hollanda, Almanya ve Avrupa hakkında söylediği "sert" sözler belirlemiştir: "Bedel Ödeyecekler", "Şansölye'ye Yazıklar Olsun", "Hilal-Haç Kavgası Başlattılar"... Türkiye Gazetesi Erdoğan'ın yanı sıra başta Başbakan Binali Yıldırım olmak üzere Hükümet Üyeleri'ne de ilk sayfada yer vermiştir. Hükümet Üyeleri, Hollanda ve Almanya'nın 'Hayır'a çalıştıklarını ve düşmanlık yarışında olduklarını; terörü destekleyerek Türkiye'nin iç işlerine karışmak istediklerini; ırkçılık, İslam karşıtlığı, yabancı düşmanlığı yaptıklarını; insan haklarına aykırı davranışlarından dolayı demokrasi konusunda sınıfta kaldıklarını belirtmişlerdir. Krizin merkezinde yer alan, Hükümetteki tek kadın olan Aile ve Sosyal Politikalar Bakanı Kaya ile ilgili 5 habere de gazetenin ilk sayfasında yer verilmiştir. İç sayfalardaki haberlerde en çok Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu'na yer verilmiştir.

61 haberden 37'si Hollanda Krizi ile ilgilidir. Krize dair en fazla haber sırasıyla Erdoğan, Yıldırım, Kaya ve Çavuşoğlu'nun söylemlerinden oluşmaktadır. Bu isimler dışında Hükümet Üyeleri'nin çoğunun krize dair fikir veya açıklamasının olmadığı veya Türkiye Gazetesi'nde yer bulamadığı görülmüştür.

Türkiye Gazetesi'nde yer alan toplam 61 haberden 55'inde fotoğraf kullanılmıştır. Erdoğan ile ilgili tüm haberlerde ise fotoğraf kullanılmıştır. Erdoğan ve Yıldırım ile ilgili haberlerde kullanılan

fotoğrafların genellikle mitinglerde, geniş halk kitlelerine hitap ederken çekildiği; yine Erdoğan'ın yer aldığı fotoğrafların Hükümet Üyeleri'ne oranla daha büyük ebatlara sahip olduğu gözlemlenmiştir.

Türkiye Gazetesi'ndeki haberlere bakıldığında tamamının Hollanda aleyhinde, olumsuz yapıda olduğu görülmüştür. Tüm haberlerde krizin ortaya çıkması ve genişlemesi "*Hollanda'nın barbarca davranarak görülmemiş skandallara imza atması*"; "*Almanya'nın "hayır"ı desteklemesi ve dolayısıyla "evet"çilere çifte standart uygulaması*" olarak nedenselleştirilmiştir.

**Tablo 4: Tüm Gazeteler**

Cumhurbaşkanı ve Hükümet Üyeleri	Haberde Görsel Kullanımı		Haberin Yer Aldığı Sayfa		Hollanda Krizi ile İlgili Haberler			Toplam
	Var	Yok	İlk Sayfa	İç Sayfalar	Olumlu	Olumsuz	Nötr	
Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan	59	19	29	49	11	30	-	78
Başbakan Binali Yıldırım	33	4	15	22	-	16	-	37
Başbakan Yardımcısı Nurettin Canikli	10	1	-	11	-	1	-	11
Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek	3	-	-	3	-	-	-	3
Başbakan Yardımcısı Numan Kurtulmuş	9	1	2	8	-	2	4	10
Başbakan Yardımcısı Y.Tuğrul Türkeş	1	-	-	1	-	-	-	1
Adalet Bakanı Bekir Bozdağ	6	-	-	6	-	3	-	6
Aile ve Sosyal Politikalar Bakanı Fatma Betül Savaş Kaya	24	7	9	22	1	21	4	29
Avrupa Birliği Bakanı Ömer Çelik	5	1	2	4	-	2	4	6
Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Mehmet Müezzinoğlu	5	1	2	4	-	-	-	6
Çevre ve Şehircilik Bakanı	1	1	-	2	-	-	-	2

Mehmet Özhasseki								
Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu	6	1	2	8	-	7	1	10
Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekçi	4	-	-	1	-	-	-	1
Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Berat Albayrak	5	-	2	3	-	1	-	5
Gençlik ve Spor Bakanı Akif Çağatay Kılıç	1	-	-	1	-	1	-	1
Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanı Faruk Çelik	4	-	-	4	-	-	-	4
Gümrük ve Ticaret Bakanı Bülent Tüfenkci	1	-	-	1	-	-	-	1
İçişleri Bakanı Süleyman Soylu	7	2	2	7	-	-	-	9
Kalkınma Bakanı Lütfi Elvan	1	-	-	1	-	-	-	1
Kültür ve Turizm Bakanı Nabi Avcı	2	-	-	2	-	1	-	2
Maliye Bakanı Naci Ağbal	2	-	-	2	-	-	-	2
Milli Eğitim Bakanı İsmet Yılmaz	2	-	-	2	-	-	-	2
Milli Savunma Bakanı Fikri Işık	3	1	1	3	-	-	-	4
Orman ve Su İşleri Bakanı Veysel Eroğlu	2	-	-	2	-	-	-	2
<b>Genel Toplam</b>	<b>203</b>	<b>45</b>	<b>104</b>	<b>175</b>	<b>12</b>	<b>91</b>	<b>35</b>	<b>248</b>

Araştırmanın yapıldığı tarih aralığında toplam 248 haber yapıldığı ve bu haberlerden 138 tanesi Hollanda ile yaşanan diplomatik kriz ile ilgili olduğu görülmektedir. Krize dair en fazla haber sırasıyla Erdoğan, Yıldırım ve Kaya'nın söylemlerinden oluşmaktadır. Bu haberlere bakıldığında 138 haberden 91 tanesinin Hollanda aleyhinde, olumsuz yapıda olduğu görülmüştür.

Araştırma kapsamına alınan gazete haberleri Jean Marie Domenach'ın belirttiği beş propaganda unsuruna göre incelendiğinde aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.

*Yalınlık ve Tek Düşman Kuralı* açısından bakıldığında, gazetelerde konuyla ilgili yer alan haberlerde Cumhurbaşkanı'nın ve hükümet üyelerinin söylemlerinin "Yalınlık ve tek düşman" kuralına uygun şekilde tasarlandığı ve dile getirildiği gözlenmiştir. Hükümet üyelerinin gazeteyle yansıyan haberlerinde olayı olabildiğince basitleştirip, siyasi terimlerden arındırarak herkesin anlayabileceği biçimde anlatmaya çalıştıkları gözlenmiştir. Bununla birlikte Hollanda ve Avrupa'nın "Türkiye'nin gelişmesine engel olmaya çalıştığı", "Türkiye'ye zarar veren diğer unsurlarla birlikte hareket ettiği" vurgusu yapılmış ve bir "düşman" tasvir edilmiştir. Konuya ilişkin haber örnekleri şöyledir:

*"Aşırı sağcı, ırkçı, İslam karşıtı, Türkiye düşmanı zihin yapısının dışa vurmuş şekli bu. Tesadüfi değil bilinçli faşizmin ayak seslerinin rap rap yükseldiği... Avrupa'nın mutedil siyasetçileri bu gidişata dur demezse kendi seçim kampanyalarını yapamayacak duruma gelebilirler."* (Numan Kurtulmuş, Cumhuriyet Gazetesi, 14 Mart 2017).

*"Cumhurbaşkanı Erdoğan'dan Hollanda'ya: Bedel Ödeyecekler"* (Türkiye Gazetesi, 13 Mart 2017).

*"Sen istediğin kadar Dışişleri Bakanımızın uçağını kaldırma, bundan sonra senin uçakların bakalım Türkiye'ye nasıl gelecek? " Bunlar bu kadar ürkek, bu kadar korkak. Bunlar Nazi kalıntısı, bunlar faşist."* (Recep Tayyip Erdoğan, Hürriyet Gazetesi, 12 Mart, 2017).

*Büyütme ve Bozma Kuralı* kapsamında, Cumhurbaşkanı'nın ve hükümet üyelerinin konuyla ilgili gazetede yer alan haberlerine bakıldığında olayın abartılarak asıl bağlamından koparıldığı, krizin asıl nedenleri üzerine değinilmediği görülmüştür. Cumhurbaşkanı ve hükümet üyeleri Hollanda ve Avrupa'yı "İrkçı, faşist ve insan haklarını hiçe sayanlar" olarak nitelendirmiştir. Ayrıca bazı haberlerde "Hollanda ve Avrupa'nın referandumun "hayır" cephesine destek verdiğini iddia ederek amacının PKK, FETÖ ve diğer terör örgütleriyle birlikte Türkiye'yi yıpratmak olduğu, krizin "evet"i zayıflatıp "hayır"ı güçlendirmek maksadıyla kasıtlı olarak Hollanda tarafından çıkarıldığı ve körüklendiği vurgulanmıştır. "Hollanda Bürokrasisinde FETÖ'cüler var" ve "Kaçmış FETÖ'cülerin, yerleşik olanların, uykuda olanların çok sistemli faaliyet içinde olduğunu görüyorum" ifadeleri ile mesajlar gündemdeki farklı konularla ilişkilendirilerek abartı ve değiştirme unsurları kullanılmaktadır. İlgili haberlerden örnekler şöyledir:

*"Hollanda seçim için ilişkilerimizi feda ediyorsan bedelini ödeyeceksin. Olması gerekeni henüz yapmış değiliz. Batı gerçek yüzünü açıkça ortaya koydu. Nazizmin bittiğini zannediyordum ama aldanmışım."* (R.Tayyip Erdoğan, Cumhuriyet Gazetesi, 13 Mart 2017)

*"Bakan Kaya: Canıydı! Çok gayriinsani, gayriahlaki bir muameleyle karşı karşıya kaldık. Demokrasiden, özgürlüklerden bahsedilen Hollanda'da çok acı bir geceye şahit olduk."* (Türkiye Gazetesi, 13 Mart 2017).

*"İfade, toplanma ve hareket özgürlüğümüz en vahşi baskıcı ve sert şekilde ihlal edildi. Hollanda, diplomatik dokunulmazlığı olan kadın bakanın ifade ve hareket özgürlüğünü kısıtlayarak çok sayıda Avrupa ve BM anlaşmalarını ihlal etti. Beni karşılamak için toplanan vatandaşlarımız polis köpekleri ve atlarla insanlık dışı muameleyle maruz kaldı. Ülkem ve tüm kadınlar adına bu ırkçı ve yabancı düşmanı davranışı kınıyorum."* (Fatma Betül Sayan Kaya, Hürriyet Gazetesi, 13 Mart 2017).

*Tekrar Kuralı* çerçevesinden bakıldığında, gazetelerde yer alan söylemler belli başlı kelimeler ve sloganlar üzerinden gerçekleştirilmiştir. Amaç bu kelimelerin ve sloganların tekrar tekrar verilerek zihinlerde yer etmesini sağlamaktır. Tekrarlar "Faşist, İrkçı, Nazi, İslam karşıtı, Türkiye düşmanı/düşmanları, İkiyüzlü Avrupa, Haçlılar, İnsan haklarını hiçe sayan Hollanda ve Avrupa" söylemleri üzerinden gerçekleştirilmiştir.

*"Erdoğan'dan Avrupa'ya Sert Sözler: Nazi Kalıntıları!"* (Türkiye, 12 Mart 2017).

*“Erdoğan: Avrupa ırkçılığa gidiyor. Ne demek ırkçılık, bu bölücülük, ayrımcılık nedir. Neredesin Avrupa Birliği. Ondan sonra Tayyip Erdoğan Avrupa Birliğine çattığı zaman rahatsız oluyorlar. Rahatsız olacaksınız.”* (Türkiye Gazetesi, 13 Mart 2017).

*“Erdoğan: Bunların yolu Neonazizim. Şansölye’ye yazıklar olsun. Türkiye’nin yükselişini hazmedemiyorlar. Birinci Sırada Almanya var ve çok acımasız bir şekilde teröre destek veriyor.”* (Türkiye Gazetesi, 14 Mart 2017).

*Aşılama Kuralı’* na uygun olarak konuya ilişkin söylemlerde başta Almanya ve Hollanda olmak üzere Avrupa’ya “Haçlı”, “İrkçi”, “Nazi” nitelemelerinin yapıldığı görülmüştür. Burada amaç tarihsel referanslarla, bilinen bir gerçeği mevcut krizle biraraya getirerek Hollanda ve Avrupa’ya yönelik tepki oluşturmak ve bu tepkiyi güçlendirmektir.

*“Erdoğan’dan Avrupa’ya Sert Tepki: Hilal-Haç Kavgası Başlattılar”* (Türkiye Gazetesi, 17 Mart 2017).

*“(Nazi benzetmesi) Bu sözlerin Almanya’da ne anlama geldiğini çok iyi biliyorum. Tedbir alsınlar, akıllarını başlarına toplasınlar diye söylüyoruz. Laf yetiştirmelerine gerek yok. Faşizmin, Nazizmin ayak seslerini duyuyoruz. Rencide etmek için söylemiyoruz.”* (Numan Kurtulmuş, Cumhuriyet Gazetesi, 21 Mart 2017).

*“Biz Hollanda’yı ve Hollandalıları Srebrenista katliamından tanırız. Bunların cibilliyetinin, karakterinin ne kadar bozuk olduğunu, 8 bin Boşnak’ı orada nasıl katlettiklerinden tanırız.”* (Recep Tayyip Erdoğan, Hürriyet Gazetesi, 15 Mart, 2017).

*Birlik ve Bulaşma Kuralı* çerçevesinden araştırma kapsamında Cumhurbaşkanı’nın ve hükümet üyelerinin konuyla ilgili gazetede yer alan haberlerine bakıldığında; halk nezdinde ortak payda oluşturan, “milli birlik ve beraberlik duygusunu” öne çıkaran söylemlerin dile getirildiği gözlemlenmiştir. Ayrıca bu kuralın gereğini yapmak, birlik görüntüsü yaratmak için düzenlenen mitinglerde bayraklar, semboller, yazılar, döviz ve pankartlar yoğun olarak kullanılmış ve bu durum gazetelerde yer alan fotoğraflara da yansımıştır.

*“Erdoğan’dan Batı’nın Küstahlığına Tepki: AB’yi Türk Korkusu Sardı.”* (Türkiye Gazetesi, 16 Mart 2017)

*“Bu ve buna benzer olaylar, bizim millet olarak birliğimizi ve beraberliğimizi daha da güçlendirecek, gerçek dost ve düşmanlarımızı yakından tanımamıza vesile olacaktır.”* (Binali Yıldırım, Cumhuriyet Gazetesi, 14 Mart 2017).

*“Bu haksızlıklara karşı sesini yükselten Hollanda’daki vatandaşlarımızın üzerine köpekler salıyorlar. Ya, tanklar korkutamadı bu milleti, savaş jetleri korkutamadı, 3-5 köpekle mi sindirteceksiniz.”* (Bekir Bozdağ, Hürriyet Gazetesi, 13 Mart 2017).

Çalışmanın bu bölümünde, 11-21 Mart 2017 arasında Cumhurbaşkanı ve Hükümet Üyelerinin resmi twitter hesaplarından yaptıkları paylaşımlar incelenmiş ve elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Başbakan Binali Yıldırım, Kültür ve Turizm Bakanı Nabi Avcı, Maliye Bakanı Naci Ağbal ve Millî Eğitim Bakanı İsmet Yılmaz’ın resmi Twitter hesabı tespit edilememiştir.

Belirlenen tarih aralığında twitterda paylaşılan ileti sayısı toplam 1654’tür. Tweetlerin 314’ü yazıdan ibaretken 1186’sında fotoğraf, 64’ünde video paylaşılmıştır. Tweetlerin çoğunda referandum kampanyası kapsamında yapılan geziler, düzenlenen toplantılar, mitingler, toplu açılış törenleri, vb. organizasyonlar konu edilmiştir. İstiklal Marşı’nın kabulü, Çanakkale Zaferi, Tıp Bayramı ve Nevruz da yapılan paylaşımlara konu olmuştur. Tweetlerde yer verilen fotoğraf ve videolar da bu konular kapsamındadır. Ayrıca Cumhurbaşkanı ve Hükümet Üyeleri twitter hesaplarından katıldıkları/katılacakları medya programlarının tanıtımlarını da yapmış, katılımlarının öncesinde ve sonrasında programlarla ilgili fotoğraf-video paylaşımlarında da bulunmuşlardır.



**Tablo 5: 11-21 Mart 2017 Arasında Cumhurbaşkanı ve Hükümet Üyelerinin Twitter Kullanımı**

Cumhurbaşkanı-Hükümet Üyesi	Metin	Fotoğraflı Tweet	Video	Link	Retweet	Hollanda Krizi ile İlgili Tweet	Toplam
Recep Tayyip Erdoğan @RT_Erdogan	23	7	25	-	4	1	55
Ömer Çelik @omerrcelik	24	38	1	2	-	42	65
Faruk Özlü @Dr_Faruk_Ozlu	6	76	-	-	1	1	82
Mehmet Müezzinoğlu @MuezzinogluDR	3	77	1	-	13	4	81
Mehmet Özhasseki @mehmetozhaseki	35	96	1	1	3	21	133
Mevlüt Çavuşoğlu @MevlutCavusoglu	11	96	1	4	25	15	112
Nihat Zeybekçi @ZeybekciNihat	21	129	7	-	51	17	157
Berat Albayrak @BeratAlbayrak	3	7	1	-	-	-	11
Ahmet Arslan @ahmetarslan36	2	83	5	19	79	1	109
Bekir Bozdağ @bybekirbozdag	35	1	0	0	0	11	36
Betül Sayan @drbetulsayan	29	55	3	0	2	37	87
Mehmet Şimşek @memetsimsek	17	31	4	10	29	8	62
Numan Kurtulmuş @NumanKurtulmus	11	64	7	2	5	13	84
Nurettin Canikli @nurettincanikli	10	23	2	4	0	4	39
Tuğrul Türkeş	5	3	0	0	1	0	8

@TugrulTurkes							
Veysi Kaynak @VeysiKaynak	2	41	1	1	6	5	45
Akif Çağatay Kılıç @ackilic76	25	93	5	2	19	12	125
Faruk Çelik @farukcelikcomtr	18	30	4	-	4	1	52
Süleyman Soylu @suleymansoylu	38	48	1	-	2	-	87
Lütfi Elvan @lutfielvan	6	37	-	-	3	5	43
Fikri Işık @fikriisik	3	32	7	-	49	-	42
Veysel Eroğlu @VeyselEroglu	4	109	6	-	77	1	119
Recep Akdağ @DrRecepAkdag	2	16	2	-	5	1	20
<b>Genel Toplam</b>	<b>314</b>	<b>1186</b>	<b>64</b>	<b>45</b>	<b>375</b>	<b>200</b>	<b>1654</b>

1654 tweetten 200'ü Hollanda Krizi'ne dair paylaşımlardır. En fazla paylaşımı 42 tweetle AB Bakanı Ömer Çelik yapmış, onu 37 tweetle Aile ve Sosyal Politikalar Bakanı Fatma Betül Sayan Kaya takip etmiştir. Krize dair gönderdiği 15 adet Türkçe ve İngilizce tweette Hollanda'ya tepkisini dile getiren Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu, Hollanda polislerinin Türk protestoculara köpeklerle müdahale ettiği anların fotoğraflarına da tweetlerinde yer vermiştir. Meydanlarda, mitinglerde, toplu açılış törenlerinde, salon toplantılarında Hollanda'ya en çok tepki gösteren ve bu tavrı medyada da yankı bulan Erdoğan'ın Twitterda krize dair sadece bir iletisi tespit edilmiştir. Krize dair tweetlerde Hollanda'nın "ırkçı", "faşist" tutumu eleştirilmiş; demokrasiye, insan haklarına aykırı davranışlarının gerekli karşılığı göreceği vurgulanmıştır. Yine Batı'nın teröristleri desteklediği ve Türkiye'ye karşı iki yüzlü bir tutum sergilediği de belirtilmiştir.

1654 tweetten 375'inin retweet olduğu göz önüne alındığında Cumhurbaşkanı ve Hükümet Üyelerinin yaptığı paylaşımların ağırlıklı olarak kendi üretimleri olduğu söylenebilir.

11-21 Mart 2017 arasında Cumhurbaşkanı ve Hükümet Üyelerinin resmi twitter hesaplarından yaptıkları paylaşımlar Jean Marie Domenach'ın belirttiği beş propaganda unsuruna göre incelendiğinde elde edilen bulgulara aşağıda yer verilmiştir.

Propaganda, konuyu herkes tarafından kolaylıkla anlaşılabilir sade ve yalın bir duruma getirerek yalınlığı sağlamaya çalışır. Yalınlık ve Tek Düşman Kuralı açısından bakıldığında Bakanların söylemlerinde parolalar ve sloganların sıkça kullanıldığı ve bu açıdan yalınlık kuralının işlendiği gözlemlenmiştir. Özellikle bakanlara ve Hollanda'daki Türklere yönelik Hollanda hükümetinin yaklaşımı görsel ve yazılı iletilerle sıkça desteklenmiştir. Hollanda'nın

“ırkçılığa teslim olduğu”, ülkemize ve Avrupa’daki vatandaşlarımıza yönelik “antidemokratik yaklaşımlarda” bulunduğu, Hollanda makamlarının “diplomatik bir skandala imza attığı” ve hükümet temsilcilerinin vatandaşları ile görüşmelerinin engellenmesinin “İnsan Hakları İhlali” olarak nitelendiği ve bu yaklaşımın “utanç verici” olarak tanımlandığı tweetler yalınlık kuralı ile örtüşmektedir. Bu kelimelerle söylemlerinde düşmanın özellikleri yalın bir şekilde ortaya konulmuştur. Söylemlerde insan hakları ve demokrasi kelimeleri parola olarak sıklıkla kullanılarak bakanların ve Hollanda’daki gurbetçilerin yaşadıkları olaylar hakkında herkesin yalın bir anlamlandırma yapması sağlanmaya çalışılmıştır. Düşman olgusu olarak merkezde Hollanda ve beraberinde Avrupa üzerine yoğunlaşmıştır. Tweetlerde Hollanda ve Avrupa, Türkiye Cumhuriyeti’nin düşmanı olarak gösterilmekte ve bu açıdan tek düşman kuralını sağlamaktadır. İnsan haklarını ihlal ettiği ve Türkiye’nin iç işlerine karıştığı gerekçesiyle Hollanda ve bu ülkeyi çağırıştıran bütün öğeler kötü olarak gösterilmiştir. Söylemlerde “aklıselimini kaybetmiş Avrupa ülkesi”, “Avrupa’dan ses çıkmıyor, bunlar birbirini ısırılmaz” ya da “bunlar Nazi kalıntısı, bunlar faşist” gibi ifadelerle rastlanmıştır.

Yazınsal olarak vurgulanmak istenen olgunun baş harfleri büyük harfle yazılmıştır. Özellikle referandumla bağlantı kurulan tweetlerde “EVET” kelimesinin tüm harflerinin büyük yazıldığı görülmüştür.

Propagandanın daha etkili olması için karşıt taraftan bir ulustan ziyade ulus önderi olduğuna inandırılarak karşıt bireyselleştirilir. Twitter’den bakanlar Wilders’in köpekleri/ Dog of Wilders’ notuyla Hollanda polisinin köpekli saldırısının fotoğraflarını paylaşmıştır. Tweetlerde fotoğraf ve videolara sıklıkla başvurulmuştur. Görseller, Hollanda polisinin Türk vatandaşlarına ve hatta basın mensuplarına copla, köpekle ve atla müdahalesini yansıtmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde propagandanın görsel simgelere yer verme özelliği de söylemlerde yer almıştır.

Sloganlar tweetlerde etkin bir biçimde yer almış ve Türkiye’ye karşı insan hakları ihlali olarak nitelendirilen davranışlara istinaden “16 Nisan’da ‘Evet, evet, evet’ en güzel cevaptır” ve “16 Nisan’da Türkiye’ Evet’le’ Avrupa’yı inletecek” gibi slogan özelliği taşıyan cümleler kullanılmıştır.

Ömer Çelik@omerrcelik 11 Mart 2017

*Hollanda hükümeti geçmişte tüm Avrupa’ya büyük acılar yaşatmış karanlık bir zihniyeti hortlatıyor  
Avrupa’daki tüm demokratların ve özgürlükçülerin bu faşizm dalgasına karşı tedbir alması gerekir.*

Akif Çağatay Kılıç@ackilic76 12 Mart 2017

*“İnsan Haklarını hiçe sayan bu çirkin tavrı kınıyor, akli selimi kaybetmiş Avrupa ülkelerini derhal  
gereken adımları atmaya çağırıyoruz.”*

Numan Kurtulmuş@NumanKurtulmus 12 Mart 2017

*Dün gece Hollanda’da o atlı polisleri sokağa çıkartan neden, büyük ve güçlü Türkiye korkusudur.*

Nurettin Canikli@nurettincanikli 16 Mart 2017

*Avrupa sömürge üzerine kurulmuş bir medeniyettir. Dünya’nın kalan bölgelerini sömürmek üzerine,  
kan ve gözyaşı üzerine kurulmuştur.*

Propagandacı, amacı doğrultusunda bazı mesajlara daha fazla önem vererek gerektiği zaman abartarak ve değiştirerek sunar. *Büyütme ve Bozma Kuralı* açısından Cumhurbaşkanı'nın ve Bakanlar Kurulu üyelerinin ve söylemleri genel olarak değerlendirildiğinde uçak izinlerinin iptal edilme gerekçelerine değinmedikleri görülmüştür. Sadece bakanlara ve Türk vatandaşlarına gösterilen ve İnsan Haklarıyla örtüşmeyen yaklaşımdan bahsedilmiştir. Aslında Hollanda hükümeti, ülkeye bakanları kabul edemeyeceklerini kriz yaşanmadan önce gerekçeleriyle birlikte belirtmiştir. Söylemlerde Hollanda'nın acımasız bir düşman olduğu, vatandaşımıza cop ve köpekle saldırdıkları ve hatta Srebrenitsa katliamında 8 bin Boşnak'ı katlettikleri vurgulanmıştır. Bu örnekler bize büyütme ve bozma öğelerinin kullanılmış olduğunu göstermektedir.

Dr.Betül Sayan Kaya @drbetulsayan 11 Mart 2017

*"Netherlands is violating all international laws, conventions and human rights by not letting me enter Turkish Consulate in Rotterdam"*

Dr.Betül Sayan Kaya @drbetulsayan 11 Mart 2017

*Ülkemizin toprağı olan Başkonsolosluğumuza girmemiz engelleniyor. Medeniyetin beşiğı, Avrupa'nın göbeğı&yıl 2017 #HollandadaÖzgürlüklerAskıda*

Mevlüt Çavuşoğlu@MevlutCavusoglu 12 Mart 2017

*"Wilders'in Köpekleri / Dogs of Wilders"*

Nurettin Canikli@nurettincanikli 16 Mart 2017

*Maskeler düştü. Avrupa özüne dönüyor. Avrupa'nın özünde ırkçılık, kan ve vahşet var. Son yaşananlar Avrupa'nın çöküşünün ayak sesleridir.*

Numan Kurtulmuş@NumanKurtulmus 15 Mart 2017

*İçerideki "hayırcıların" gücü yetmeyince dışarıdakiler harekete geçti. Milletimiz bunları gördükçe daha güçlü bir şekilde "evet" diyor.*

Propagandacı sıfırdan bir konuyu anlatıp sıfırdan bir düşünceyi kabul ettirmeye girişmez. Öncesinde varolan bir zemin üzerinde çalışır. *Aşılama Kuralı* açısından iletiler incelendiğinde, siyasi aktörlerin söylemlerinde yeni bir düşman ortaya çıkartılmadığı, varolan düşmana karşı nefretin şiddetlendirildiği görülmüştür. "İrkçı ve faşist" söylemleri ile Hollanda'nın daha önce yapılan katliamlar ve insan hakları ihlalleri tekrar hatırlatılarak kin duygusu beslenmektedir. Olay "Haçlı-Hilal mücadelesinin başlatılması" gibi ifadelerle dinsel bir bağlantı kuruluyor ve "Avrupa hızla 2. Dünya Savaşı öncesi günlere yuvarlanıyor" ifadeleri ile din ve inanç özgürlüğü konusunda geçmişteki ihlaller hatırlatılarak kaygı ve endişe ortamı oluşturulmaya çalışıldığı gözlemlenmiştir.

Mevlüt Çavuşoğlu@MevlutCavusoglu 11 Mart 2017

*"Bu utanç verici kararı alan Hollanda Hükümeti'nin, Wilders'in benimsediğı ırkçı ve faşist zihniyetten hiçbir farkı yoktur."*

Ömer Çelik@omercelik 11 Mart 2017

*"Hollanda hükümeti demokratik bir tutum sergilemiyor. Bu uygulamaların adı resmen "faşizm"dir."*

Bekir Bozdağ@bybekirbozdag 11 Mart 2017

*"Hollanda hükümetinin yaptığı demokrasi ve insan haklarının mezara gömülmesi ve faşizm ile nazizmin yeniden diriltilmesidir."*

Goebbels'in de dediği gibi "propagandanın anlamı tekrar ve daha çok tekrardır". Bunun içinde sıklıkla anahtar kelimeler ve sloganlar kullanılır. En fazla ön plana çıkan olgu skandal uygulamalar, antidemokratik yaklaşımlar ve insan hakları ihlalleridir. Tweetler, Tekrar Kuralı açısından incelendiğinde, Hollanda'nın yaklaşımı, bakanlarımıza ve vatandaşlarımıza yönelik uygulamaların antidemokratik olduğu sıklıkla tekrar edilmiş ve bakanlar şahsında ülkemizi savunurken yaralanan Türk vatandaşlarından bahsedilmiştir. "Çok sert ve kaba bir muameleye maruz kaldık" ya da "Demokrasiden, özgürlüklerden, ifade özgürlüğünden bahseden Hollanda'da gerçekten acı bir gece yaşadık" gibi ifadeler sıkça tekrarlanmıştır.

Ömer Çelik@omerrcelik 11 Mart 2017

*"Hollanda ırkçı ve karanlık bir zihniyet tarafından ele geçiriliyor. Bu zihniyet, Hollanda halkı için de tüm dünya için de tehliktir"*

Ömer Çelik@omerrcelik 11 Mart 2017

*"Hollanda Başbakanı şu anda dünyayı İkinci Dünya Savaşı'na sürükleyen karanlık/ırkçı zihniyetin sözcüsü haline gelmiştir."*

Recep Akdağ@DrRecepAkdag 11 Mart 2017

*"Hollanda'nın bugün yaptığı, demokrasi tarihine büyük bir utanç vesikası olarak kaydedildi."*

İnsanlar genellikle çevrelerinde bulunanların fikrine ayak uydurmayı tercih ederler; genel kanaate karşı gelmek istemezler. İletiler, *Birlik ve Bulaşma Kuralı* açısından incelendiğinde, yaşanan diplomatik kriz sürecine ait Hollanda'nın "Türkler burayı terk edecek" söylemi genelleştirilerek o ülkede yaşayan tüm Türk vatandaşlarına söylenmiş gibi yansıtıldığı; yapılanların bütün Türk halkına yapılan bir saldırı olarak aktarıldığı görülmüştür. "Milleti tanklar korkutamadı 3-5 köpekle mi sindireceksiniz" gibi ifadelerle milli irade ve birlik sağlanmaya çalışılmıştır.

Dr.Betül Sayan Kaya @drbetulsayan 11 Mart 2017

*"Biz yurtdışında yaşayan vatandaşlarımızla birlikte Büyük Türkiye'yiz. Türkiye'nin öz evlatlarıyla buluşmamıza hiçbir karar engel olamaz."*

Mevlüt Çavuşoğlu@MevlutCavusoglu 11 Mart 2017

*"Biz vatandaşlarımızı Hollanda'ya onların esiri olsun diye göndermedik."*

Nihat Zeybekci@ZeybekciNihat 11 Mart 2017

*"Bakanlarını yalnız bırakmayan;asil ve sağduyulu duruşlarıyla dünyaya emsal olan vatandaşlarımıza teşekkür ederim #EvetAvrupaTitriyor"*

## SONUÇ

Araştırmanın bulgularına göre diplomatik kriz ile ilgili olumsuz haber yapısının fazla olduğu gazetelerin haberlerde Hollanda aleyhine bir yaklaşım sergiledikleri görülmüştür. Haberlerde Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın söylemlerinin öne çıktığı görülmüştür. Miting alanlarında, geniş kitlelere hitap ederken çekilmiş renkli fotoğrafların ilk sayfalardan verildiği haberlerde Erdoğan'ın önce Hollanda'yı ardından Almanya'yı daha sonra da tüm Avrupa'yı eleştirdiği görülmüştür. Erdoğan'a oranla daha küçük fotoğraflar ve daha dar kapsamlı haberlerle Başbakan Binali Yıldırım da gazetelerde kendisine yer bulmuştur. Cumhurbaşkanı ve Başbakan'ın ardından gazete haberlerinde en fazla yer alan hükümet üyesinin Aile ve Sosyal Politikalar Bakanı Fatma Betül Sayan Kaya olduğu tespit edilmiştir. Kaya'nın haberlere yansıyan söylemlerinde Hollanda'da karşılaştığı tutum ve hak ihlallerine sıklıkla değindiği görülmüştür.

Genel olarak Cumhurbaşkanı Erdoğan, Başbakan Yıldırım ve Aile ve Sosyal Politikalar Bakanı Kaya ile ilgili haberlerin ilk sayfalardan diğer hükümet üyeleri ile ilgili haberlerin iç sayfalardan verildiği; haberlerde fotoğraf kullanımının -özellikle de yukarıda anılan üç isimle ilgili haberlerde- yaygın olduğu görülmüştür.

Diplomatik kriz ile ilgili Cumhurbaşkanı ve 11 Bakanın Twitter'da paylaşım yaptıkları ve genellikle paylaşımlarında görsel öğelere özellikle de fotoğraflara yer verdikleri tespit edilmiştir. Ancak gazetelerde en fazla habere konu olan Cumhurbaşkanı ve Başbakan'ın Twitter'da konuyu aynı yoğunlukta ele almadıkları görülmüştür. Zira Cumhurbaşkanı'nın Hollanda ile yaşanan diplomatik krize dair Twitter'da sadece bir paylaşımı bulunmaktadır. Başbakan'ın ise kişisel resmi Twitter hesabı tespit edilememiştir. Gazetelerde görece az sayıda haberi yapılan diğer hükümet üyelerinden bazılarının diplomatik kriz konusunda Twitter'ı yoğun olarak kullandıkları bazılarının ise konuya hiç değinmedikleri görülmüştür. Twitter'da en çok paylaşımı Avrupa Birliği Bakanı Ömer Çelik, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanı Fatma Betül Sayan Kaya, Çevre ve Şehircilik Bakanı Mehmet Özhaseki ve Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekçi yapmıştır. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Berat Albayrak, İçişleri Bakanı Süleyman Soylu ve Milli Savunma Bakanı Fikri Işık diplomatik kriz ile ilgili herhangi bir paylaşım yapmamıştır.

Sosyal medya araçlarından Twitter'ın diplomatik kriz konusunda geleneksel kitle iletişim araçlarından gazetelere yeterince içerik oluşturmadığı görülmüştür. Sadece Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu'nun tweetleri incelenen gazetelerde yer bulmuştur.

Cumhurbaşkanı ve Hükümet Üyelerinin gazetelerde ve Twitter'da yer alan söylemlerinde *Yalınlık ve Tek Düşman Kuralı* ile *Büyütme ve Bozma Kuralı* başta olmak üzere Jean-Marie Domenach'in belirttiği beş propaganda kuralının tamamının kullanıldığı da gözlemlenmiştir.

## KAYNAKÇA

Akar, E. (2009) İnternetle Değişen Siyaset Pazarlaması: Dünyadan Örneklerle Yeni Trendler, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:23, ss.1-8.

Akdağ, M. (2009). Editör: Abdullah Özkan. Siyasetin İletişimi, İstanbul: Tasam Yayınları

Akyüz, A. (2013). "Sosyal Medya, Müşteri Etkileşimi ve Sosyal CRM". Sosyal Medya Araştırmaları 1 içinde, Editör: Büyüksalan, A., Kırık, A. Konya: Çizgi Kitapevi Yayınları.

Aziz, A. (2010). İletişime Giriş. İstanbul: Hiperlink Yayınları

Aziz, A. (2014). Siyasal İletişim, Ankara: Nobel Yayınları. (5. Basım)

Bektaş, A. (1996). Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi. İstanbul: Bağlam Yayınları.



- Bilgin, N. (2014). Sosyal Bilimlerde İçerik analizi Teknikler ve Örnek Çalışmalar. Ankara: Siyasal Yayınları
- Brown, R. (2009). Public Relations and the Social Web. London: Kogan Page.
- Clavio, G., ve Kian, T.M. (2010). Uses and Gratifications of a Retired Female Athlete's Twitter Followers. *International Journal of Sport Communication*, 3, 485-500.
- Çankaya, Erol (2015). Dünyada ve Türkiye'de Siyasal İletişim, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları
- Çomu, T., Halaiqa, İ. (2014). Web İçeriklerinin Metin Temelli Çözümlemesi. Mutlu Binark (Derleyen), *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri* (s.26-87). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Doğu, B., B. Özçetin, G. Bayraktutan, M. Binark, T. Çomu, A. Telli Aydemir ve G. İslamoğlu. (2014). *Siyasetin Yeni Hali: Vaka-i Sosyal Medya*. 1. Baskı. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Domenach, J. M. (1961). *Siyasi Propaganda*. (C. Perin, Çev.) İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Öğülmüş, S. (1991). İçerik Çözümlemesi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi*, 24(1), 213-228.
- Eren, B. (2015). "Twitter ve Siyasal İletişim". *İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar: Twitter içinde*, Ed. Selva Ersöz Karakulakoğlu, Özge Uğurlu. Ankara: Heretik Basın Yayın, 17-33.
- Erkayhan, Ş. (2013). Küresel Yerel Ölçekte Ağ Kültürü ve Sosyal Medya. *Sosyal Medya ve Ağ Toplum*, Kültür , Kimlik, Siyaset . İstanbul: Reklam Yaratıcıları Derneği.
- Fuchs, C. (2014). *Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş*, Çev. Diyar Saraçoğlu, İlker Kalaycı. Ankara: Nota Bene Yayınları
- Kaplan, Andreas M. and Haenlein, M. (2010). "Users Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media", *Business Horizons*, 53, 59-68.
- Karaçor, S. (1999). Yeni İletişim Teknolojileri, Siyasal Katılım, Demokrasi. *Yönetim ve Ekonomi*, 16(2), 121-131.
- Kellner, D.(2011), "Barack Obama ve Ünlü Gösterisi" Yusuf Devran (ed.), Seçim Kampanyalarında Geleneksel Medya, İnternet ve Sosyal Medyanın Kullanımı, İstanbul:Başlık Yayın Grubu.
- Kırık, A. (2013). "Sosyal Medya-Tv Etkileşimi Bağlamında Twitter Bazlı Reyting Ölçümü". *Yeni Medya Üzerine Vol 2*. içinde, Edt: Demir (ed) M. Konya:Literatürk Academia.
- Lilleker, D. G. (2013). *Siyasal İletişim Temel Kavramlar*. İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Lilleker, D.G., Koc-Michalska, K., Schweitzer, E.J.,Jacunski,M.,Jackson,N., & Vedel, T. (2011). Informing,Engaging,Mobilizing Or Interacting: Searching For A European Model Of Web Campaigning. *European Journal Of Communication*, 26(3), 195-213.
- Meriç,Ö. (2015). "140 Karakter ile Siyaset Konuşmak:Twitter ve Siyasetçi-Yurttaş Etkileşimi". *İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar:Twitter içinde*, Ed. Selva Ersöz Karakulakoğlu, Özge Uğurlu. Ankara: Heretik Basın Yayın, 33-59.

- Okay A., Okay A.(2013). Halkla İlişkiler Kavram ve Uygulamaları, İstanbul: Der Yayınları
- Oktay, M. (2002). Politikada Halkla İlişkiler. 1. Baskı. İstanbul: Derin Yayınevi.
- Özkan, A. (2007). Siyasal İletişim Stratejileri. 1 Baskı. İstanbul: Tasam Yayınları.
- Özsoy, O. (2009). Seçim Kazandıran Siyasal İletişim. 1. Baskı. İstanbul: Pozitif Yayınları.
- Öztürk, M. (2014). Sosyal Medyada Kurumsal Sosyal Sorumluluk İletişimi, Yeni Medya Araştırmaları. İ. Sayımer (drl.). Konya: Literatürk Yayınları
- Öksüz O., Turan Yıldız E. (2004) Siyasal İletişimde İnternet Kullanımı: "Türkiye ve ABD' deki Siyasal Partilerin Web Sitelerinin Karşılaştırılmalı Analizi", <http://cim.anadolu.edu.tr/pdf/2004/1130855423.pdf>, Erişim tarihi: 12.01.2015, 989-1005
- Sancar, Gaye A.(Temmuz 2012). Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler, Beta Yayınları.
- Şen, F. (2014). "2014 Yerel Seçimlerine Doğru Türkiye'de Yerel Yönetimlerin Sosyal Medya Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma", Yeni Medya Araştırmaları. İ. Sayımer (drl.). Konya: Literatürk Yayınları.
- Topuz, H.(1991).Siyasal Reklamcılık. İstanbul: Cem Yayınevi.
- Yavaşgel, E. (2004). Siyasal İletişim, Kavramlar ve Ardındakiler, Ankara: Babil Yayınları