



## SIYASAL İLETİŞİMDE TWITTER KULLANIMI: 27. DÖNEM ERZURUM MİLLETVEKİLLERİ

(Araştırma Makalesi)

Yelda KORKUT (\*) - Ceren ŞAHİN (\*\*)

### Öz

*Teknolojik gelişmeler ile ortaya çıkan yeni iletişim mecraları siyasal iletişimde de dönüşümler yaratmaktadır. Siyasi aktörler yeni iletişim mecralarında var olarak hedef kitleleri ile iletişime geçme olanağı bulmaktadırlar. Twitter bu platformlardan biridir. Ana akım medyaya kıyasla daha hızlı, coğrafi sınırlıklardan muaf, yatay iletişim olanağı sunan, zaman ve mekân sınırlılığı olmayan Twitter, hem vatandaş hem de siyasi aktörler tarafından yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Siyasal iletişimde son yıllarda en çok kullanan platformlardan biri olan Twitter, etkileşim özelliği ile siyasal iletişime yeni bir ivme kazandırmaktadır. Çalışmanın evrenini Türkiye Büyük Millet Meclisinde yer alan 27. Dönem milletvekilleri Twitter resmi hesapları oluştururken örneklem olarak 27. Dönem Erzurum Milletvekillerinin resmi Twitter hesapları kendilerinden gerekli izinler alınarak incelenmiştir. Çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılarak kategorileştirilen veriler, grafik ve tablolar oluşturularak analiz edilmiştir.*

**Anahtar Kelimeler:** Siyasal iletişim, Yeni iletişim teknolojileri, Yeni medya, Twitter, Gündem belirleme.

**Jel Kodu:** Jel D83.

### *The Use of Twitter in Political Communication: The Example of the 27. Period Erzurum Deputies*

#### **Abstract**

*New communication channels that emerged with technological developments also create transformations in political communication. Political actors find the opportunity to communicate with their target audiences by existing in new communication channels.*

\*) Dr. Öğr. Üyesi, Atatürk Üniversitesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü  
(e-posta: yelda.korkut@atauni.edu.tr), ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3987-3883>

\*\*) Doktora Öğrencisi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Temel İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı, (e-posta: ceren.sahin12@ogr.atauni.edu.tr)  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5456-1466>

*Twitter is one of these platforms. Twitter, which is faster than the mainstream media, free from geographical limitations, offering horizontal communication, and not limited by time and space, is used extensively by both citizens and political actors. Twitter, which is one of the most used platforms in political communication in recent years, gives a new impetus to political communication with its interaction feature. While the official Twitter accounts of the 27th Term deputies in the Grand National Assembly of Turkey constituted the universe of the study, the official Twitter accounts of the 27th Term Erzurum Deputies as a sample were examined by obtaining the necessary permissions from them. In the study, the data categorized using the content analysis method were analyzed by creating graphs and tables.*

**Keywords:** Political communication, New communication technologies, New media, Twitter, Agenda setting.

**Jel Code:** Jel D83.

## 1. Giriş

Gelişen iletişim teknolojileri her geçen gün yeni iletişim ortamları ve iletişim yöntemleri doğurmaktadır. İletişim teknik ve yöntemlerini kullanan siyasal iletişim disiplini de bu mecralardan yararlanmaktadır. Seçim dönemlerinde seçim kampanyalarının yürütülmesinde alternatif mecralar olarak ortaya çıkan Facebook, Twitter, Instagram gibi web 2.0 tabanlı sosyal medya ağları, siyasal aktörler tarafından seçim dönemleri dışında da vatandaş ile iletişim kurma ve bu iletişimi sürdürme adına önemli platformlar haline gelmektedir. Siyasi aktörler bu platformlarda, vatandaş ile parti merkezli bir iletişimi biçimi kurmanın yanı sıra, bireysel anlamda da kendilerini ifade etme olanağı bulmaktadırlar. Yeni medyanın etkileşim, hız, kullanım kolaylığı, zaman ve mekân bağımsızlığı ve mobilite gibi özelliklerinden yararlanan siyasal aktörler; propaganda, kamuoyu oluşturma ve gündem belirleme faaliyetlerini ana akım medyaya oranla daha aktif kullanabilmektedirler. Diğer taraftan sosyal medya platformlarının kullanımındaki hızlı yükseliş, siyasal aktörleri hem küresel hem ulusal hem de yerel siyasette varlık göstermeleri noktasında harekete geçirmektedir. Bu mecralar arasında siyasal iletişimde öne çıkan Twitter platformu, siyasal aktörlere kendi medyalarını yöneterek iletişim sürecinin etkin bir parçası olma fırsatını sunmaktadır.

Çalışmada 1-30 Kasım 2021 tarihleri arasında 27. Dönem Erzurum milletvekillerinin resmi Twitter hesaplarından yaptıkları paylaşımlar, içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Çalışmanın evreninde 6 milletvekili olmasına karşın, eşitlik sağlamak için her partiden bir milletvekili örnekleme dâhil edilerek 3 milletvekilinin Twitter hesapları üzerinde çalışma yapılmıştır. Örnekleme olarak alınan milletvekilleri; Adalet ve Kalkınma Partisi Milletvekili İbrahim Aydemir, Milliyetçi Hareket Partisi Milletvekili Kâmil Aydın ve İYİ Parti Milletvekili Muhammet Naci Cinisli'dir.

Milletvekillerinin bu mecraayı kullanım pratiklerini tespit etmeye yönelik olan çalışmada, paylaşımlar bir kitle iletişim kuramı olan Gündem belirleme kuramı çerçevesinde

tartışılmış ve milletvekillerinin, Twitter uygulaması özelliklerini kullanarak kitlelere nasıl seslendikleri incelenmiştir.

## 2. Siyasal İletişim ve Yeni Medya

Siyaset Bilimci Michel Bongrand'a göre siyasal iletişim, adayın potansiyel seçmenlerine kendisini ifade etmesini amaçlayan, seçmen kitlenin adayı tanımamasını sağlamak amacıyla yürütülen, adayın rakipleri ile arasındaki farkları ortaya koyarak gerekli oy çoğunluğunu almasına yardımcı olan yöntemlerdir (Adıgüzel, 2018). Bir başka tanıma göre ise siyasal iletişim, belli ideolojilerin topluma, kitlelere ya da ülkelere kabul ettirilebilmesi amacıyla iletişim teknolojilerinin kullanılması yöntemi olarak tanımlanmaktadır (Aziz, 2003).

Temeli radyo, televizyon ve gazete gibi geleneksel medya araçlarına dayanan siyasal iletişim, yaşanan teknolojik gelişmelerle beraber günümüzde yeni medya alanına taşınmış ve etki alanını daha da genişleterek siyasi aktörlere daha hızlı bir şekilde kitlelere ulaşma olanağı tanımıştır (Genel, 2012).

Radyo, televizyon ve gazete gibi geleneksel medya araçları gelişen ağ teknolojileri ile birlikte iletişim alanındaki etkinliğini yeni medya ile paylaşmaya başlamıştır. Yeni medya en basit açıklamasıyla Web 2.0 teknolojilerinin kullanıldığı ortamdır. Web 2.0 teknolojisi üzerine kurulan yeni medya, sosyal etkileşime, iş birliği yapmaya ve topluluk kurmaya olanak tanımaktadır (Akar, 2010). Esasen Web 2.0 teknolojisi dinamik, kullanıcıya içerik yaratma imkânı veren ve sosyal etkileşime olanak tanıyan bir teknoloji olması sebebiyle yeni medyanın oluşumuna imkân sağlamıştır (Bozarth, 2010).

Yeni medya yapısı ve işleyişi gereği geleneksel medya araçlarından farklı özelliklere sahiptir. Yeni medyanın geleneksel medyadan ayrılan başlıca özelliği etkileşim imkânı veriyor olmasıdır. Kullanıcılar yorumlarını, beğeni ya da eleştirilerini yeni medyadan anında yapabilmekte ve başka insanlarla da fikirler üzerinden tartışma imkânı elde etmektedirler. Bunun yanı sıra bir gazete basmak ve dağıtmak ya da bir haber içeriği oluşturarak bunu televizyonda yayınlamak zaman alırken, yeni medyada anıdalık söz konusudur. İçerik anında oluşturulabildiği gibi aynı anda yayınlanabilmekte ve tepkiler anında ölçülebilmektedir. İçerikle alakalı yapılan hatalar yine anında düzeltilebilmekte ve güncellenebilmektedir. Ancak geleneksel medya bu kolaylığı üreticisine ve tüketicisine sağlayamaz (Adıgüzel, 2018). Yeni medyanın geleneksel medyaya göre sağladığı diğer avantajlar ise maliyetlerinin daha düşük olması, ölçülebilirliğinin daha kolay ve kesin olması, bireyselliğin yanında kitleliliği de sağlıyor olması, hiyerarşik bir yapının bulunmaması ve son olarak kozmopolit yapı içerisinde çok sesli bir ortam sağlıyor olmasıdır (Güngör, 2011).

Yeni medyanın gelişimiyle beraber temelde geleneksel medyaya bağımlı olan siyasetçiler, kendilerini ifade edebilme noktasında özgürlük kazanmış ve siyasal iletişim faaliyetleri de yeni medya ortamına taşınmıştır (Adıgüzel, 2018). Akabinde siyasi aktörlerin, yeni medya platformlarını kullanarak aracısız bir şekilde kitlelere ulaşabildiği, bunu hızlı ve etkileşimli şekilde yaparak hedef kitlenin beklentilerini doğrudan öğrenebildiği dola-

yısıyla da bu beklentilere cevap vermenin kolaylaşmaya başladığı görülmektedir (Kılıç ve Gökulu, 2020). Yeni medya ile siyasetçiler belirledikleri hedef kitlelere anında ve doğrudan ulaşabilmekte; mesajın hedef kitleye ulaşip ulaşmadığı konusunda tam bir bilgi sahibi olmakta, direkt olarak hedef kitle ile iletişime geçebilmekte, kitlenin ne düşündüğünü öğrenebilmekte ve buna göre bir yol haritası çizebilmektedirler.

Yeni medya ile Facebook, Twitter, YouTube, Instagram vb. platformlar akla gelmektedir. Bu platformların her birinin kendine has özellik ve kullanım pratikleri bulunmaktadır. Bireysel kullanımın yanı sıra siyasal iletişimde de kullanılan platformlardan Twitter, bu çalışma içerisinde incelenecektir. Bu bakımdan Twitter'ın öne çıkan özelliklerine ve siyasal iletişimde Twitter kullanımına değinmek yerinde olacaktır.

### 3. Siyasal İletişimde Twitter Kullanımı

Literatürde daha çok seçim dönemlerinde Twitter kullanımı ile ilgili yapılan çalışmalar mevcuttur. 2013 İtalya seçimlerinde Twitter kullanımının incelendiği bir makalede, Twitter'ın siyasi fikirleri desteklemek için değil, bilgilendirmek için kullanıldığını sonucuna varılmıştır (Fraia ve Missaglia, 2014). "Slovenya'da Twitter'ın siyasi amaçlı kullanımını" başlıklı çalışmada ise geleneksel kitle iletişim mantığını yeniden üreten Twitter'ın esas olarak tek yönlü ve yukarıdan aşağıya kullanıldığını göstermektedir (Godnov ve Redek, 2014). Norveçli politikacıların sosyal medyayı bir siyasal iletişim aracı olarak hangi amaçlarla kullandıklarını araştıran bir makalede, Norveç seçim kampanyasında Twitter'ın Facebook'a kıyasla sürekli diyalog için daha fazla kullanıldığı ve pazarlama faaliyetlerinin kişiselleştirildiği sonucuna varılmıştır (Enli ve Skogerbø, 2013).

Seçim dönemi dışında Twitter, kişisel kullanımın yanı sıra siyasi partiler, aktörler, grup veya örgütler tarafından da kullanılmakta; siyasi aktörlerin takipçi sayısını artırıp tanınırlık sağlamasına, reklam yapmasına, ağ kurmasına ve fikir toplamasına imkân vermektedir. Kullanıcılar ise tanınmış kişileri ya da siyasi aktörleri takip ederek faaliyetleri ile alakalı bilgi edinebilmekte ve fikirlerini kolaylıkla paylaşabilmektedir (Akar, 2009).

Türkçede "cıvılda" anlamına gelen Twitter, Jack Dorsey, Evan Williams ve Biz Stone tarafından kurulmuştur. Kullanıcılara 280 karakter ile mesaj gönderme olanağı tanıyan platform, kurulduğu ilk yıllarda kullanıcıların birbirlerine cevap vermesine olanak tanımasa da teknolojik gelişmelerle beraber gelen noktada kişiler etkileşim sağlamanın yanı sıra artık fotoğraf, video veya link paylaşımı da yapabilmektedir (Thomases, 2010). Twitter, kullanıcıların metinler aracılığıyla kendi aralarında etkileşime geçebildiği bir platformdur.

Twitter platformunda kullanıcılar attıkları tweetlerinde belli bir konuyu özelleştirmek ya da görünürlüğünü arttırmak için hashtag kullanabildikleri gibi mention ve retweet özelliklerini de kullanabilmektedir. Twitter'a ait olan bu kavramlar şu şekilde açıklanabilir.

- Hashtag: Anahtar kelimelerin önüne gelen "#" sembolü koyularak yapılmaktadır. Böylece tweetin alıcı sayısı artırılabilir, bu anahtar kelimeye ilgi duyan kullanıcılarla etkileşime geçilebilir ve konu ön plana çıkarılabilir.

- Mention: Türkçe anlamı “bahsetmek” olan mention’un simgesi “@” işaretidir. Etiketleme “@” simgesi kullanılarak yapılmaktadır. Bu sayede paylaşılan tweetin etiketlenen kişi tarafından daha kolay görülmesi sağlanabileceği gibi etiketlenen kullanıcının takipçilerine de ulaşmak mümkün olmaktadır.
- Retweet: Başka bir kullanıcının paylaştığı tweeti alıntıylaarak kullanıcının bu içeriği kendi profilinde de paylaşmasıdır.

“Twitter’ın bu özelliklerinin yanı sıra değinilmesi gereken bir diğer özelliği ise “Trend Topic” olarak isimlendirilen, günün en çok konuşulan konularının öne çıkması özelliğidir (Özutku, ve diğerleri, 2014). Trend Topic özelliği ile Twitter’ın gündem belirlediği ve bu gündemin gerek geleneksel gerekse yeni medyada yer bulduğu da dikkate alındığında, Twitter’ı gündem belirleme kuramı bağlamında da ele almak gerekmektedir. Bu amaçla çalışmanın yöntem kısmında araştırma modeli olarak Gündem belirleme konusuna değinilmektedir.

#### 4. Yöntem

Çalışmada bir sosyal ağ olan Twitter’ın seçim dönemi dışında milletvekilleri tarafından kullanım amaçlarının tespiti hedeflenmektedir. Çalışmanın evrenini 27. Dönem TBMM Milletvekillerinin resmi Twitter hesapları oluştururken, örneklem olarak 27. Dönem Erzurum Milletvekilleri; AK Parti Milletvekili İbrahim Aydemir, Milliyetçi Hareket Partisi Milletvekili Kâmil Aydın ve İYİ Parti Milletvekili Muhammet Naci Cinisli’nin resmi Twitter hesapları belirlenmiştir. Çalışmanın evreninde 6 milletvekili olmasına karşın, eşitlik sağlamak için her partiden bir milletvekili örnekleme dâhil edilmiştir.

Çalışmanın modeli, ana akım medya kuramlarından biri olan “Gündem belirleme” kuramıdır. Gündem belirleme kuramının temelini “gündem” kelimesi oluşturmaktadır. Gündem, “zamanın belli bir noktasında önemlilik sıralamasına göre dizilmiş olaylar ve konular sıralaması” olarak tanımlanmaktadır. Bu bakımdan gündem, dinamik bir yapı olarak değerlendirilir ve bu dinamik yapıda bazı konular üst sıralarda yer alırken bazı konular daha az önemli görülebilir ya da önemini yitirebilir (Yüksel, 2001). Gündem belirleme kuramı, çeşitli güncel konuların görece öneminin anlaşılmasını sağlayan iletişim kuramıdır (Mutlu, 1998). Kuram, medyanın sunum biçimiyle, kitlelerin ne düşüneceğini ve neyi konuşacağını belirleme düşüncesine dayanmaktadır. Gündem belirleme kuramına göre kitle iletişim araçları kitleye “ne düşüneceklerini söylemede” başarılı olmayabilir ancak kitlenin “ne hakkında düşüneceğini” belirlemede oldukça başarılıdır (Tekinalp ve Uzun, 2019).

Gündem belirleme kuramı, izleyicilerin gündemi yalnızca öğrenmekle kalmadığını aynı zamanda gündemde yer alan konuların kitle iletişim araçlarında yer alışı biçimine veya sırasına bağlı olarak önemini de anladıklarını belirtmektedir (Atabek, 1998). Dolayısıyla bu kurama göre izleyiciler, ilk olarak gündemde yer alan olaylar veya sorunlar hakkında bilgi sahibi olmakta ardından ise bu olay veya sorunların önem sıralamasını öğrenmektedir. Bu farkındalık sürecinin ise bireyin davranış ve düşüncesinde bir değişime yol açması beklenmektedir.

Çalışmada yöntem olarak içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik çözümlemesi, materyalin önceden belirlenmiş kategoriler çerçevesinden sistematik olarak gerçekleştirilmesine imkân veren araştırma yöntemidir. Bu yöntem, gazete veya dergi gibi yazılı verileri analiz etmek için kullanılabilmesi gibi televizyon haberleri, filmler ya da radyo programlarında da kullanılabilir. İçerik analizi yöntemi aynı zamanda araştırmacıya bireylerin düşünceleri hakkında çıkarım yapma olanağı da tanımakta ve içerikleri belli başlıklar altında toplayarak yorumlama imkânı da vermektedir (Geray, 2017).

Araştırma yöntemi çerçevesinde araştırma soruları esas alınarak kategoriler oluşturulmuştur. Bu kategoriler: Bilgilendirme, Genel Başkan, İcraat, Eleştiri, Toplumsal Konular, Kutlama/Tebrik/Teşekkür, Parti İçi Faaliyet, Ulusal Gündem, Uluslararası Gündem, Anma/Taziye, Önemli Gün/Hafta, Yerel Gündem ve Dini Mesaj başlıklarından oluşmaktadır. Oluşturulan kategoriler ekseninde nicel ve nitel veriler sınıflandırılmış, milletvekillerinin Twitter kullanımları veriler ışığında karşılaştırılarak analiz edilmiştir.

Çalışma 1-30 Kasım 2021 tarihleri arasında 27. Dönem Erzurum milletvekillerinin resmi Twitter hesaplarından yaptıkları paylaşımları kapsamaktadır. Seçim dönemi dışında yapılan paylaşımlar incelenmek istediğinden, rastgele örneklem yöntemiyle Kasım ayını kapsayan 30 gün değerlendirmeye alınmıştır. Çalışmada kullanılan verilere, araştırmacı tarafından 06.12.2021 tarihinde milletvekillerinin resmi Twitter hesaplarından erişim sağlanmıştır. Çalışma kapsamında aşağıda verilen araştırma sorularına yanıt aranmıştır.

1. Milletvekillerinin Twitter hesaplarının genel görünümü nasıldır?
2. 1 Kasım 2021 ile 30 Kasım 2021 tarihleri arasında milletvekillerinin tweet paylaşma sıklığı ve sayısı nedir?
3. Tweet paylaşım konuları nelerdir?
4. En çok beğeni alan tweet hangi kategoride yer almaktadır?
5. Etkileşim sıklığı (mention ve hashtag sayıları) nedir?
6. Tweetlerde kullanılan görsel unsurların (video, fotoğraf, logo, gif ve link ) dağılımı nasıldır?

#### **4.1. Araştırmanın Etiği**

Araştırmanın bütün aşamalarında bilimsel disiplinin gerektirdiği etik ilkelere hassasiyetle uyulmuş, elde edilen veriler objektif bir biçimde araştırma raporuna yansıtılmış, araştırmada yararlanılan kaynaklar hem metin içinde hem de kaynakçada belirtilmiş ve sosyal medya adresleri incelenen Milletvekillerinden, gerekli izinler alınmıştır.

#### **5. Analiz ve Bulgular**

1- 30 Kasım 2021 tarihleri arasında incelenen 27. Dönem Erzurum Milletvekillerinin Twitter hesapları, araştırma sorularına cevap bulmak amacıyla elde edilen veriler doğrultusunda tablolaştırılarak analiz edilmiştir.

### 5.1. Milletvekillerinin Twitter Hesaplarının Görünümü

Çalışmaya dâhil edilen milletvekillerinin Twitter resmî hesap ekran görüntüleri ve profil tanımlamaları aşağıda gösterilmektedir.



**Resim 1.** İbrahim Aydemir Twitter hesabı ekran görüntüsü.

Erzurum AK Parti Milletvekili İbrahim Aydemir, “\_ibrahimaydemir” kullanıcı adıyla Twitter’a Temmuz 2010’da katılmıştır. Erişilen tarihe kadar toplam 14,222 tweet paylaşmıştır. Aydemir’in Twitter profilinde; AK Parti Erzurum Milletvekili, AK Parti Grup Yönetim Kurulu Üyesi, Plan ve Bütçe Komisyonu Üyesi, TÜRKPA Üyesi ve Türkiye – Türkmenistan Dostluk Grubu Başkanı gibi görevlerinin yanı sıra “ibrahimaydemir.com” isimli kişisel internet sitesinin linki de bulunmaktadır.



**Resim 2.** Kâmil Aydın Twitter hesabı ekran görüntüsü.

Erzurum MHP Milletvekili Kâmil Aydın ise “kamilaydinmhp” kullanıcı adıyla Twitter’a Aralık 2013’te katılmıştır. Erişilen tarihe kadar toplam 7794 tweet paylaşmıştır. Profilinde MHP Genel Başkan Yardımcılığı, MHP MYK Üyeliği ve Erzurum Milletvekilliği gibi görevlerinin yanı sıra “kamilaydin.net” isimli kişisel internet sitesinin linki de yer almaktadır.



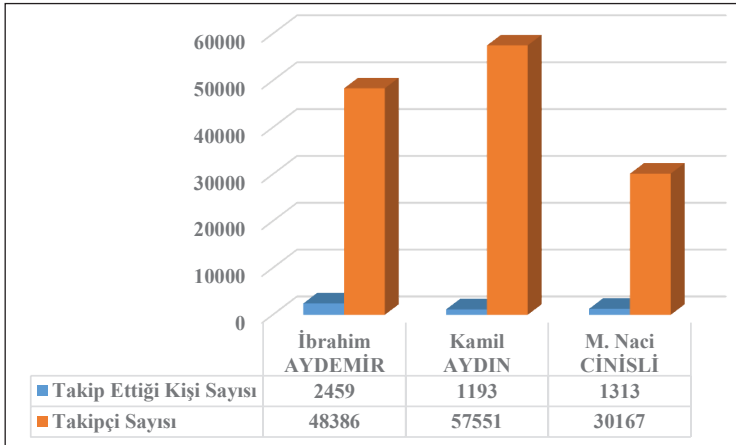
**Resim 3.** Naci Cinisli Twitter hesabı ekran görüntüsü.

İYİ Parti Milletvekili Muhammet Naci Cinisli Twitter’da ismini Naci Cinisli olarak kullanmaktadır. Twitter’a “NaciCinisli” kullanıcı adıyla Mayıs 2016’da katılmıştır. İYİ Parti Erzurum Milletvekili, İYİ Parti kurucusu, GİK Üyesi, NATO Parlamenter Asamblesi Türk Grubu Üyesi ve FB Kongre Üyesi görevlerini profilinde paylaşan Cinisli, TBMM profil linkini de sayfasına eklemiştir. Cinisli, profilinde İYİ Parti resmi Twitter hesabını da mentionlamıştır.

Milletvekilleri arasında ilk Twitter kullanıcısı İbrahim Aydemir’dir. Onu sırası ile Kâmil Aydın ve Muhammet Naci Cinisli takip etmektedir.

## 5.2. Milletvekillerinin Takipçi ve Takip Ettiği Hesap Sayıları

Çalışmada örneklem olarak belirlenen Erzurum Milletvekillerinin takipçisi olduğu ve takip ettiği hesapların sayısı Grafik 1’de gösterilmektedir.



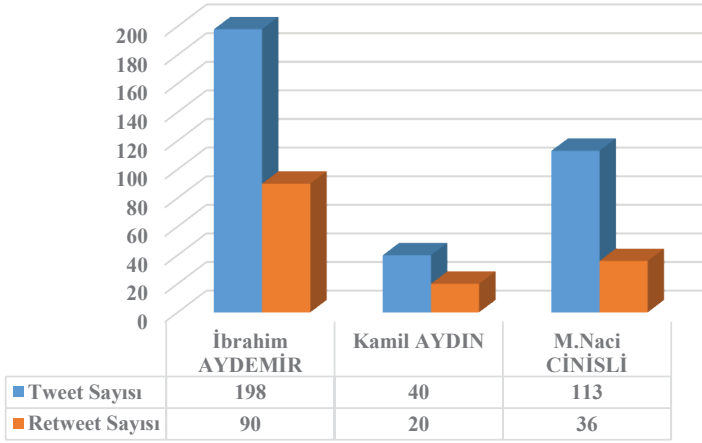
**Grafik 1.** Milletvekillerinin takipçi ve takip ettiği hesap sayıları.  
(Erişim Tarihi: 06.12.2021)



Grafik 1.'de görüldüğü gibi İbrahim Aydemir'in takip ettiği 2459 kullanıcı bulunurken; kendisini 48,386 kullanıcı takip etmektedir. Kâmil Aydın 1193 kullanıcıyı takip ederken, 57,551 kullanıcı tarafından da takip edilmektedir. Muhammet Naci Cınıslı 1313 kullanıcıyı takip ederken 30,167 takipçi sayısı bulunmaktadır. Milletvekilleri arasında en fazla takipçi sayısı Kâmil Aydın'a aittir.

### 5.3. Milletvekillerinin Tweet Paylaşım Sayıları

1- 30 Kasım 2021 tarihleri arasında milletvekillerinin paylaştıkları tweet ve retweet sayıları Grafik 2'de gösterilmektedir.



**Grafik 2.** Milletvekilleri tweet ve retweet sayıları.  
(Erişim Tarihi: 06.12.2021)

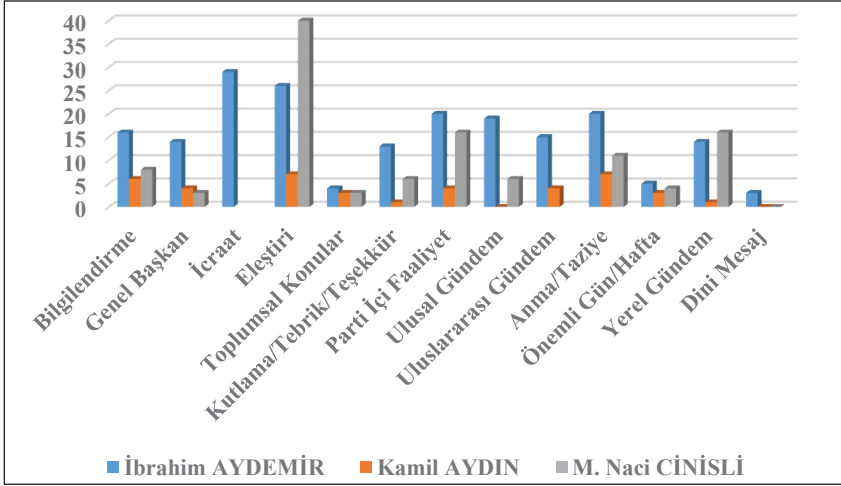
Grafik 2.'de Erzurum milletvekillerinin 1-30 Kasım 2021 tarihleri arasında paylaştıkları tweetler incelenmiştir. Twitter hesabının aktifliğini tespit etmek için milletvekillerinin attığı tweet sayısı önemlidir. Kasım ayını kapsayan çalışmada; İbrahim Aydemir 198, Muhammet Naci Cınıslı 113, Kâmil Aydın 40 tweet paylaşmıştır.

Milletvekillerinin retweet sayılarına bakıldığında, İbrahim Aydemir 90, Kâmil Aydın 20 ve Muhammet Naci Cınıslı 36 retweet paylaşmıştır.

İbrahim Aydemir, en fazla retweeti, Cumhurbaşkanı ve AK Parti Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın hesabından yapmıştır. Muhammet Naci Cınıslı, İYİ Parti Genel Başkanı Meral Akşener'in tweetlerini ağırlıklı olarak retweet ederken, Kâmil Aydın MHP resmi Twitter hesabının paylaşımlarını retweetlemiştir.

### 5.4. Milletvekillerinin Tweet Paylaşım Konuları

Grafik 3'te Erzurum milletvekillerinin çalışma kapsamında kategorileştirilen on üç başlık altında incelenen tweet paylaşımlarının konusu yer almaktadır.



**Grafik 3.** Milletvekilleri tweet paylaşımlarının konu dağılımı.

(Erişim Tarihi: 06.12.2021)

Grafik 3'te belirtildiği sıraya göre paylaşım içeriklerini şu şekilde açıklamak mümkündür; Bilgilendirme kategorisi kendi içerisinde milletvekillerinin katıldıkları ya da katılacakları programları, etkinlikleri ve parti veya genel başkan etkinlikleri ile ilgili haberleri içermektedir. Bilgilendirme kategorisinde İbrahim Aydemir 16, Kâmil aydın 6, Muhammet Naci Cinisli 8 paylaşım yapmıştır.

Milletvekillerinin mensubu oldukları partilerin genel başkanlarına ilişkin yaptıkları paylaşımlar, genel başkan kategorisi başlığı altında ele alınmıştır. Genel Başkan kategorisinde İbrahim Aydemir 14, Kâmil Aydın 3, Muhammet Naci Cinisli 3 paylaşım yapmıştır.

İcraatlar kategorisinde İbrahim Aydemir 29 paylaşım yapmıştır. Bu kategoride Kâmil Aydın ve Muhammet Naci Cinisli'nin paylaşımı bulunmamaktadır. İcraatlar kategorisine ilişkin paylaşım yoğunluğu İbrahim Aydemir'in hesabında görülmektedir.

Eleştiri kategorisinde yapılan paylaşımlar, muhalefet ya da iktidar eleştirilerini kapsamanın yanı sıra çıkan bir haberi, yaşanan bir olay veya durumu eleştirme mesajlarını da içermektedir. Bu kategoride İbrahim Aydemir 26, Kâmil Aydın 7, Muhammet Naci Cinisli 40, paylaşım yapmıştır. Eleştiri kategorisinde, 40 tweet ile en fazla içerik paylaşan Muhammet Naci Cinisli'dir.

Kadına şiddet, kadın cinayeti, çocuk istismarı ve engellilere karşı sorumluluk gibi başlıklar altında ele alınan "Toplumsal Konular" kategorisinde; İbrahim Aydemir 4, Kâmil Aydın ve Muhammet Naci Cinisli 3'er paylaşım yapmışlardır.

Kutlama ve tebrik kategorisinde milletvekillerinin ödülleri, başarıları ya da faaliyetleri tebrik ettiği paylaşımlar yer almaktadır. Bu kategoride İbrahim Aydemir 13, Kâmil Aydın 1, Muhammet Naci Cinisli 6 paylaşım yapmıştır.

Grup toplantıları, bütçe görüşmeleri, kadın kolları ya da gençlik kolları gibi etkinlikler parti içi faaliyetler başlığı kategorisi altında değerlendirilmiştir. Bu kategoride; İbrahim Aydemir 20, Kâmil Aydın 4, Muhammet Naci Cinisli 16 paylaşım yapmıştır. Parti içi faaliyetler kategorisinde en fazla içerik, 20 tweet ile İbrahim Aydemir tarafından paylaşılmıştır.

Toplumu ilgilendiren ülke içi tüm etkinlikleri kapsayan “Ulusal Gündem” kategorisinde en fazla içeriği 19 tweet ile İbrahim Aydemir paylaşmıştır. Bu kategoride; Kâmil Aydın 1 Muhammet Naci Cinisli 6, paylaşımında bulunmuştur.

Uluslararası gündem kategorisinde İbrahim Aydemir 15, Kâmil Aydın 4 paylaşım yaparken Muhammet Naci Cinisli'nin paylaşımı bulunmamaktadır.

Anma/Taziye kategorisinde İbrahim Aydemir 20, Kâmil Aydın 7, Muhammet Naci Cinisli 11 tweet paylaşmıştır.

Önemli gün/hafta kategorisinde İbrahim Aydemir 5, Kâmil Aydın 3 ve Muhammet Cinisli 4 tweet paylaşmıştır.

Milletvekillerinin seçildikleri il olan Erzurum ile ilgili yaptıkları her türlü paylaşım yerel gündem kategorisi altında toplanmıştır. Bu kategoride, İbrahim Aydemir 11, Kâmil Aydın 1 ve Muhammet Naci Cinisli 16 paylaşım yapmıştır.

Dini mesaj kategorisinde ise yalnızca İbrahim Aydemir paylaşım yapmıştır. Aydemir bu kategoride 3 adet tweet paylaşmıştır.

### 5.5. Milletvekillerinin En Fazla Beğeni Alan Tweetleri

Milletvekillerinin kendi oluşturdukları içerikler arasında en fazla beğeni alan tweetler Resim.4, Resim.5 ve Resim.6'da gösterilmektedir.



**Resim 4.** İbrahim Aydemir en fazla beğeni alan tweet paylaşımı.  
(Erişim Tarihi: 06.11.2021)

Erzurum AK Parti Milletvekili İbrahim Aydemir'in kendi paylaştığı içerikleri arasında en fazla beğeniyi 8 Kasım 2021 tarihinde Resim 4'de gösterilen tweet almıştır. Videonun paylaşıldığı içerik eleştiri kategorisinde yer almaktadır. Tweet, 513 beğeni alırken, 131 retweet ve 17 yorum almıştır



**Resim 5.** Kâmil Aydın en fazla beğeni alan tweet paylaşımı.  
(Erişim Tarihi: 06.11.2021)

MHP Milletvekili Kâmil Aydın'ın belirlenen tarih aralığında en fazla beğeni aldığı gönderi Resim 5'te gösterilen 26 Kasım 2021 tarihinde atılan tweettir. Tweet, 692 beğeni alırken, 162 retweet ve 33 yorum almıştır. Eleştiri kategorisinde ele alınan bu tweetin içeriğinde video kullanılmıştır.



**Resim 6.** Muhammet Naci Cinseli en fazla beğeni alan tweet paylaşımı.  
(Erişim Tarihi: 06.11.2021)

İYİ Parti Milletvekili Muhammet Naci Cinsli'nin en fazla beğeni alan paylaşımı 20 Kasım 2021 tarihinde paylaşım yaptığı Resim 6'da gösterilen tweete aittir. "Denizli" hashtagini kullanan milletvekili @meral\_aksener ve @iyiparti hesaplarından bahsetmiştir. Cinsli'nin bu paylaşımı Kutlama/tebrik/teşekkür kategorisinde ele alınmıştır. Oluşturulan içerikte fotoğraf kullanılan paylaşım, 667 beğeni alırken 55 retweet ve 16 yorum almıştır.

### 5.6. Milletvekilleri Hesap Etkileşim Sıklığı (Hashtag ve Mention Sayıları)

**Tablo 1.** İbrahim Aydemir 1-30 Kasım 2021 tarihleri aralığında hashtag kullanımı

Hashtag	Kullanım Sayısı
#TBMMTV	3
#MilleteHizmetYolunda	1
#Kadın	1
#GeleceğeNefes	2
#AkşenereAçıkÇağrı	1
#1915ÇanakkaleKöprüsü	3
#KKTC	1
#SezaiKarakoç	2
#İmranKılıç	1
#Erzurum	1
#DoğuEkspresi	1
#Ehram	1
#KadınGirişimcilerGünü	1
#ReşitKarabacak	1
#FahrettinPaşa	1
#3Kasım2002	1
#EmeklilikteYaşaTakılanlar	1
#24KasımÖğretmenlerGünü	1
#AliHamza	1
#KalpNakli	1
#KadınaŞiddeteHayır	1
#10Kasım	1
#MuhammetFatihSafitürk	1

(Erişim Tarihi: 06.12.2021)

Tablo 1’de görüldüğü üzere İbrahim Aydemir 1-30 Kasım 2021 tarihleri arasında 23 farklı başlıkta hashtag kullanmıştır. En çok kullandığı hashtagler ise #TBMMTV ve #1915ÇanakkaleKöprüsüdür.

**Tablo 2.** Kâmil Aydın 1-30 Kasım 2021 tarihleri aralığında hashtag kullanımı

Hashtag	Kullanım Sayısı
#DevletiminYanındayım	1
#ÖğretmenlerGünü	1

(Erişim Tarihi: 06.12.2021)

MHP Milletvekili Kâmil Aydın 30 günlük süre içerisinde söz konusu erişim tarihinde paylaşımlarında iki adet hashtag kullanmıştır. Bu hashtagler ulusal gündem ve önemli gün/hafta kategorilerinde değerlendirilmiştir.

**Tablo 3.** Muhammet Naci Cinisli 1-30 Kasım 2021 tarihleri aralığında hashtag kullanımı

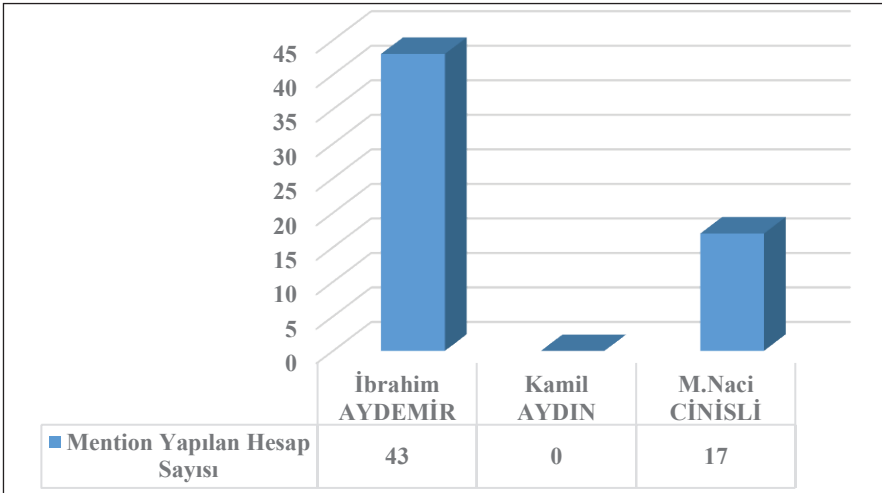
Hashtag	Kullanım Sayısı
#TBMM	4
#Erzurum	16
#SistemSebepYoklukSonuç	1
#Elâzığ	1
#TekMilletİkiDevlet	1
#PakizeAna	1
#ÇalarSaat	1
#Aziziye	1
#AziziyeDestanı	1
#MilletBiziÇağırıyor	2
#ArtıkYeter	3
#Tarımı	1
#Denizli	1
#ErkenSeçim	6
#MilletYoksulluktaSarayHesapta	1
#AşklaÇarpanKalbimsin	1
#10Kasım	2
#ErzurumSpor	1

#Atamİzindeyiz	1
#ÖzürDile	1
Tablo 3'ün Devamı.	1
#Erzurumlu	1
#Aksakallı	1
#VerdikYetkiyiGördükEtkiyi	1
#KKTC38Yaşında	2
#RAUFDENKTAŞ	1
#YeterSözMilletinArtık	2
#KadınaŞiddeteHayır	2
#ÖğretmenlerGünü	2
#24Kasım	1
#Sokağa	1
#Ekonomikkurtuluşsavaşı	3

(Erişim Tarihi: 06.12.2021)

İYİ Parti Milletvekili Muhammet Naci Cinsli, çalışmanın yapıldığı tarihlerde Tablo 3'te görüldüğü gibi 31 hashtag kullanmıştır. En fazla kullandığı hashtag yerel gündem kategorisi içerisinde değerlendirilen #Erzurum hashtagidir.

Grafik 4'te milletvekillerinin resmi Twitter paylaşımlarında etkileşim düzeyini değerlendirmek için incelenen mention (bahsetme) sayıları gösterilmektedir.



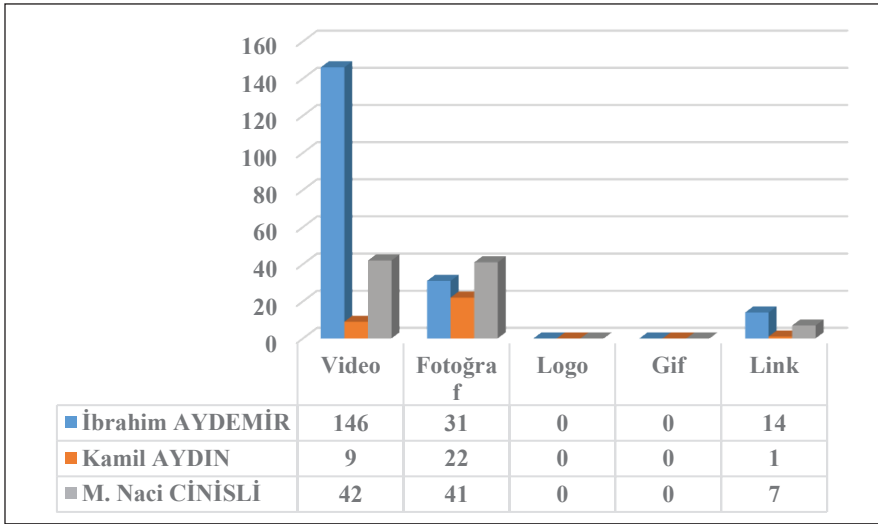
**Grafik 4.** Milletvekillerinin mention (bahsetme) sayıları.

(Erişim Tarihi: 06.12.2021)

Milletvekillerinin mention (bahsetme) yaptığı hesaplar incelenirken yalnızca kendi oluşturdukları içerikler dikkate alınmış, retweet yaptıkları tweetlerdeki mentionlar (bahsetme) analize dâhil edilmemiştir. En fazla 43 tweetde mention (bahsetme) kullanan milletvekili İbrahim Aydemir'dir. Aydemir daha çok @AkParti ve Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Twitter hesabı olan @RTErdogan'dan bahsetmiştir. Kâmil Aydın'ın 1-30 Kasım 2021 tarihi aralığında mention (bahsetme) yapmadığı görülmektedir. İYİ Parti Milletvekili Muhammet Naci Cinisli 17 mention (bahsetme) yaptığı hesaplar ise İYİ Parti genel başkanı Meral Akşener'in Twitter hesabı @meral\_aksener ve İYİ Parti resmi twitter hesabı @iyi parti olmuştur.

### 5.7. Hesaplarda Kullanılan Görsel İçeriklerin (Video, Fotoğraf, Logo, Gif ve Link) Dağılımı

Grafik 5'te milletvekillerinin paylaşımlarındaki etkiyi artıran görsel unsurların kullanım sayıları gösterilmektedir.



**Grafik 5.** Milletvekillerinin paylaşımlarında kullanılan görsel unsurların dağılımı.  
(Erişim Tarihi: 06.12.2021)

Grafik 5'te verildiği üzere İbrahim Aydemir tweet paylaşımlarında 146 adet video, 31 adet fotoğraf ve 14 adet link kullanılmıştır. Kâmil Aydın'ın tweet paylaşımlarında 9 adet video, 22 adet fotoğraf yer alırken, Muhammet Naci Cinisli paylaşımlarında 42 adet video, 41 adet fotoğraf ve 7 adet link kullanmıştır. Logo ve gif kullanımı milletvekilleri tarafından tercih edilmemiştir. Milletvekilleri paylaşımlarında ağırlıklı olarak online haber siteleri, Youtube ve haber kanallarına link vermişlerdir.



## 6. Sonuç

Çalışmada 27. dönem Erzurum milletvekilleri olan: AK Parti Milletvekili İbrahim Aydemir, Milliyetçi Hareket Partisi Milletvekili Kâmil Aydın ve İYİ Parti Milletvekili Muhammet Naci Cinisli'nin resmi Twitter hesaplarının kullanım pratikleri içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. 1- 30 Kasım tarihleri arasında 30 günlük süre içerisinde milletvekillerinin Twitter hesaplarının aktif olduğu tespit edilmiştir.

27. Dönem Erzurum Milletvekillerinin genel takipçi ve takip ettiği kişi sayısına bakıldığında, Twitter'da en fazla takipçi sayısına sahip olan milletvekili Kâmil Aydın'dır.

Milletvekillerinin 1-30 Kasım 2021 tarihleri arasında paylaştığı tweet ve retweet sayıları incelendiğinde en çok tweet ve retweet yapan milletvekili İbrahim Aydemir'dir.

Milletvekillerinin kategoriler arasında en çok paylaşım yaptığı kategori Eleştiri kategorisinde görülmektedir. Bu kategoride en fazla paylaşım yapan milletvekili ise Muhammet Naci Cinisli'dir.

Yapılan analizlerde paylaşımların yoğunluğu Eleştiri, Parti içi faaliyet ve Anma/Taziye kategorilerinde görülmektedir. Milletvekilleri bu kategoriler arasında 73 tweet ile en fazla Eleştiri kategorisinde paylaşım yapmıştır. Parti içi faaliyetler kategorisinde toplam 40 tweet yer alırken, Anma/Taziye kategorisinde toplam 38 paylaşım yapılmıştır. Milletvekillerinin seçildikleri il ile ilgili paylaşımları ise toplam 31 tweettir. Milletvekillerinin en az paylaşım yaptıkları kategori ise 3 tweet ile dini mesaj kategorisinde bulunmaktadır.

Tweet paylaşımlarında hashtag kullanarak mesajlarını daha fazla kişiye ulaştırmayı hedefleyen milletvekilleri en fazla Bilgilendirme ve İcraatler kategorilerinde hashtag kullanmışlardır. Milletvekilleri arasında 16 hashtag kullanımı ile en fazla yerel gündem kategorisinde içerik oluşturan Muhammet Naci Cinisli olmuştur. Bu bağlamda içeriklerinde daha çok yerel siyaset ve seçmenleri hedefleyen milletvekili olarak dikkat çekmektedir.

Tweet paylaşımlarında yapılan mention (bahsetme) oranlarına bakıldığında, 43 mention ile İbrahim Aydemir, 17 mention ile Muhammet Naci Cinisli'nin etkin kullandığı görülürken, Kâmil Aydın mention kullanmayı tercih etmemiştir. Yapılan mentionlar ağırlıklı olarak parti ve parti genel başkanları üzerinde yoğunlaşmaktadır.

Tweet paylaşımlarında etkileşimin gücünü artırmak için video, fotoğraf, logo, gif ve link kullanılmaktadır. Tweetlerde sıralanan görsel unsurlar arasında en fazla video kullanılırken, logo ve gif kullanılmamıştır. Toplam kullanımına bakıldığında sırasıyla video, fotoğraf ve link tercih edilmiştir. Milletvekillerinin paylaşımlarında en çok kullandığı görsel unsurlar şunlardır: İbrahim Aydemir (146) video, Kâmil Aydın (22) fotoğraf, Muhammet Naci Cinisli (42) video kullanmıştır. Milletvekillerini oluşturdukları tweetleri görsel unsurlarla destekleyerek etkisini arttırmışlardır.

Gündem belirleme kuramı bağlamında çalışma ele alındığında, yeni iletişim teknolojileri ile ortaya çıkan yeni medya platformlarında gündem belirleme kuramının da dönüşüme uğradığı görülmektedir. Ana akım medyada eşik bekçilerinin tekelinde olan

gündem belirleme, yeni medya platformlarında kullanıcı tarafından uygulanmaktadır. Twitter, kullanıcıların kendi gündemlerini belirleyebildikleri, içerik oluşturabildikleri ve bu içerikleri küresel boyutta dolaşıma sokabildikleri platformlardan biridir. Ana akım medyaya nazaran gündem kurma veya belirleme şansının bireylerin elinde olduğu, kendi medyasını maliyetsiz yönettiği bu mecralar, siyasal aktörlerin siyasal iletişimlerinde seçim dönemi dışında da aktif kullanımlarını önelemektedir. Özellikle geleneksel medyada yer bulma olanağı yakalayamayan siyasal aktörler için bu platformlar etkin kullanıldığında büyük avantajlar sağlayacaktır. Bu avantajlardan biri, Twitter üzerinden oluşturulan bir gündemin, trend topic olan bir paylaşımın, ana akım medyaya taşınması, dolayısıyla da geleneksel medya gündemini belirleyebilme fırsatıdır. Bir diğer avantaj olarak, siyasal aktörlerin vatandaşla tek yönlü değil, etkileşimli yani çift yönlü bir iletişim olanağı yakalamasıdır. Böylece vatandaşla siyasal aktörler arasındaki iletişim yakınlaşmış ve vatandaş bu iletişim sürecinde yer alarak siyasal yaşama aktif katılmış olacaktır.

Sadece seçim dönemlerinde değil seçim dönemi dışında da vatandaşa ulaşmanın kolay, masrafsız, anlık ve sınırlılıkları ortadan kaldıran bu iletişim mecrasını daha etkin kullanmaları önemlidir. Yeni neslin kullandığı teknoloji ve uygulamalar dikkate alındığında, Twitter platformunun aktif kullanımı kitleyi genişletebileceği gibi potansiyel seçmen adaylarını yakalamayı da kolaylaştıracaktır. Özellikle paylaşımlarda kullanılan hareketli görüntülerden oluşan videolar, yeni kuşak üzerinde daha etkili olacaktır. Maliyetin düşük, zaman ve mekândan bağımsız gündem belirleme olanağı sunan Twitter platformunun daha etkin kullanılabilmesi için onun alt yapısal yeteneklerinin de iyi kavranması gerekmektedir.

Sonuç olarak 1- 30 Kasım 2021 tarihleri arasında yapılan çalışmada, Erzurum milletvekillerinin Twitter hesaplarının aktif olduğu, genel olarak milletvekillerinin Twitter platformunda siyasal iletişimde aktif rol aldıkları ve kendi gündemlerini belirledikleri tespit edilmiştir. Bu bağlamda, mobil aygıtların milletvekilleri tarafından etkin kullanıldığı sonucuna da varılmaktadır. Twitter uygulamasının retweet, hastag ve mention özelliklerinin sıkça kullanıldığı paylaşımların, içeriğin etkisini artırmak için, görsel unsurlar ile desteklendiği de görülmektedir. Milletvekillerinin seçtikleri il olan Erzurum ve ona dair konularda paylaşımlarını artırmaları hedef kitlelerini genişletmelerinde daha etkili olacaktır.

### Kaynakça

- Adıgüzel, A. İ. (2018). *Sosyal medyada siyasal iletişim*. İstanbul: Erguvan yayınevi.
- Akar, E. (2009). Pazarlama bağlamında geleneksel ve internette ağızdan ağıza iletişim: Kuramsal bir çerçeve. *Erciyes Üniversitesi iktisadi ve idari bilimler fakültesi dergisi*, (32), 113-134.
- Akar, E. (2010). *Sosyal medya pazarlaması sosyal medya web'de pazarlama stratejileri*. Ankara: Elif yayınevi.

- Atabek, N. (1998). Gündem belirleme yaklaşımı. *İstanbul Üniversitesi İletişim fakültesi dergisi*(7), 155-174.
- Aziz, A. (2003). *Siyasal iletişim*. Ankara: Nobel yayınları.
- Bozarth, J. (2010). *Social media for trainers*. San Francisco: Pfeiffer publish.
- Enli, G. S., & Skogerbø, E. (2013). Personalized campaigns in party-centred politics: Twitter and Facebook as arenas for political communication. *Information, communication & society*, 16(5), 757-774.
- Fraia, G. D., & Missaglia, M. C. (2014). The use of Twitter in 2013 Italian political election. In *Social media in politics* (pp. 63-77). Springer,
- Genel, M. G. (2012). Siyasal İletişim kampanyalarında sosyal medyanın kullanımı; 12 Haziran 2011 Seçimleri “Twitter” örneği. *The Turkish online journal of design, art and communication*, 2(4), 23-31.
- Geray, H. (2017). *Toplumsal araştırmalarda nicel ve nitel yöntemlere giriş*. Ankara: Ütopya yayınevi.
- Godnov, U., & Redek, T. (2014). The use of Twitter for political purposes in Slovenia. *Romanian journal of political science*, 14(1), 4.Cham.
- Güngör, N. (2011). *İletişim: Kuramlar ve yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal kitabevi.
- Kılıç, G., ve Gökulu, D. (2020). Sosyal medyada siyasal iletişim: 31 Mart 2019 Yerel seçimlerinde siyasi liderlerin Twitter kullanımı. *Journal of awareness*, 5(2), 213-236.
- Mutlu, E. (1998). *İletişim sözlüğü*. İstanbul: Cem Yayınevi.
- Özutku, F., Küçükyılmaz, M., Çapur, H., İlter, K., Sığın, İ., & Arı, Y. (2014). *Sosyal medyanın ABC'si*. İstanbul: ALFA yayınları.
- Tekinalp, Ş., ve Uzun, R. (2019). *İletişim araştırmaları ve kuramlar*. İstanbul: Beta basım yayım.
- Thomases, H. (2010). *Twitter@ Marketing: An hour a day*. Canada: Wiley publishing.
- Yüksel, E. (2001). *Medyanın gündem belirleme gücü*. Konya: Çizgi kitabevi.

## İzin Belgeleri

### Muhammet Naci CİNİSLİ

**RE: İZİN TALEBİ HK.** 25 Şubat 2022 11:19

Kimden: "naci cinisli" <naci.cinisli@tbmm.gov.tr>

Kime: "Yelda Korkut" <yelda.korkut@atauni.edu.tr>

Sayın; Dr. Öğr. Üyesi Yelda KORKUT

"SİYASAL İLETİŞİMDE TWİTTER KULLANIMI: 27. DÖNEM ERZURUM MİLLETVEKİLLERİ" adlı makale çalışmanız için Twitter sayfamı çalışmanızda herhangi bir sakınca bulunmamaktadır.

### Prof. Dr. Kâmil AYDIN

**RE: İZİN TALEBİ HK.** 2 Mart 2022 16:03

Kimden: "kamil aydin" <Kamil.AYDIN@tbmm.gov.tr>

Kime: "Yelda Korkut" <yelda.korkut@atauni.edu.tr>

Hocam,

Milletvekilimiz, Twitter sayfasını çalışabileceğinizi belirtti yalnız, sayfası ile ilgili yaptığınız çalışmayı kullanmadan önce bizimle paylaşmanızı rica etti.

İşlerin ve programların yoğunluğu nedeniyle biraz geç cevap verebildik, kusura bakmayın.

Çalışmalarınızda kolaylıklar ve başarılar dileriz.

Saygılarımla,

### İbrahim AYDEMİR

SİYASAL İLETİŞİMDE TWİTTER KULLANIMI: 27. DÖNEM ERZURUM MİLLETVEKİLLERİ

6x

Takvîdîyle gâlibîde de isteyiş ükânı yani detâimî meâdîde siyâsî İletişimde de...

PDF SİYASAL İLETİŞİMDE TWİTTER K... 19 sayfa · PDF · 919 kB 18:30 ✓

Yelda Hocam yüzeysel olarak baktım... Ayrıntısıyla inceleyeceğim inşaallah. Güzel bir çalışma yapmışsınız. Zihninize sağlık olsun. Çalışma için üzerimize düşen ne varsa seve seve yapmaya hazırım.

Allah kolaylık versin... 18:42

Değerli Hocam elbetteki "UYGUNDUR" ... 19:16