

## ***KİTAP ELEŞTİRİSİ:***

### **Siyasetin Yeni Hali Vaka-i Sosyal Medya: Seçimden Seçime, Gezi Direnişi'nden Hükümet Cemaat Çatışmasına...**

**Altuğ Akın<sup>1</sup>**

Burak Doğu, Aslı Telli Aydemir, Burak Özçetin, Gözde İslamoğlu, Günseli Bayraktutan, Mutlu Binark, Tuğrul Çomu (2014). *Siyasetin Yeni Hali Vaka-i Sosyal Medya: Seçimden Seçime, Gezi Direnişi'nden Hükümet Cemaat Çatışmasına*. İstanbul: Kal-kedon.

*Siyasetin Yeni Hali Vaka-i Sosyal Medya: Seçimden Seçime, Gezi Direnişi'nden Hükümet Cemaat Çatışmasına* sosyal medya ile siyasetin kesişim noktalarından beslenen bir eser olarak ulusal ve uluslararası akademik eğilimlerle uyumlu bir çalışma. Zira sosyal medyanın, tüm dünyada olduğu üzere Türkiye akademik iletişim literatüründe de son on yılda öne çıkan konular arasında yer aldığı bir gerçek. Kullanıcılar tarafından yoğun rağbet gören sosyal iletişim platformlarının gündelik hayat içinde kapladığı alanın artmasıyla doğrudan ilişkili olan bu akademik ilgi ve yayın artışı, özellikle bildiri ve makale sayılarındaki artıştan kolaylıkla gözlemlenebilmektedir. Sosyal medyaya dair akademik faaliyetlerin artışının bir diğer göstergesi ise, bu oldukça geniş alana dair üretilen yüksek lisans ve doktora tezlerini sayısı incelendiğinde görülüyor. Yüksek Öğrenim Kurulu (YÖK) Tez Merkezi verilerine göre, 2010 ile 2014 yılları arasında “sosyal medya” anahtar sözcüğü ile kaydedilmiş 129 eser mevcutken bunlardan 23’ü doktora tezi. Söz konusu niceliksel artışın izlenebileceği bir diğer kaynak ise Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırmalar Kurumu (TÜBİTAK) tarafından desteklenen projeler havuzu.

<sup>1</sup> İzmir Ekonomi Üniversitesi İletişim Fakültesi’nde öğretim üyesidir.

Buna göre sonuçlanan ya da devam eden altı projenin başlığında “sosyal medya” kavramı yer almaktadır.

Bu niceliksel artışın niteliksel özelliklerine bakıldığında ilk dikkat çeken durum, sosyal medyaya dair araştırmaların oldukça çeşitli akademik alan ve hareket noktalarından kaynaklandığı. YÖK Tez Merkezi verilerine göre bu alanlar arasında İşletme, Eğitim, Turizm, Halkla İlişkiler, Reklamcılık bulunurken sosyal medyanın kurumsal kimlik, stratejik planlama, markalaşma, satın alma, müşteri alışkanlıkları gibi konularla ilişkilerine odaklanılmış. Siyaset Bilimi, Sosyoloji, İletişim Bilimleri ve Gazetecilik gibi alanlardan üretilen yüksek lisans ve doktora tezlerinde ise üç ana hareket noktası öne çıkıyor: 1) Sosyal medyanın çeşitli iletişim kuramlarıyla incelenmesi (Acet, 2013; Bel, 2014; Koçak, 2012; Özen, 2012), 2) farklı toplumsal grupların sosyal medya kullanımı (Akbaş, 2012; Aksu, 2013; Bostancı, 2010; Ceylan 2013; Uzunyol, 2013), 3) Sosyal medyanın siyasetle olan ilişkisi (Arslan, 2014; Ayşad, 2014; Ergen, 2013; Gürbüz, 2014; Köseoğlu, 2011; Korkmaz, 2014; Okmeydan, 2013; Özgünay, 2013; Özgün, 2014; Özmen, 2013; Sarı, 2014; Tuncay, 2012).

Bu veriler ışığında ortaya çıkan tablo TÜBİTAK tarafından desteklenen sosyal bilimler alanındaki projelere bakıldığında daha da belirginleşmektedir: Sosyal medya ile ilgili altı projenin dördü bu mecranın siyasetle olan temasına dair (Bakınız Tablo 1).

Proje No	Proje Adı	Proje Yürütücüsü	Kuruluş	Yürütüldüğü Grup	Proje Türü
114K009	Aktif Sosyal Medya Kullanıcılarının Siber İnanış Değerleri Düzeyinin Belirlenmesi	Yrd. Doç. Dr. KEREM KILIÇER	GAZİOSMANPAŞA Ü. EĞİTİM BİLİŞİM VE ÖĞRETİM TEKNOLOJİLERİ B.	SOBAG	3001-BAŞLANGIÇ ARAŞTIRMA PROJELERİ DESTEKLEME PRG.
111K263	Sosyal Medya Ortamlarının Siyasal İletişim Üçgeni Üzerinden Açısından İncelenmesi: Türkiye’de 2011 Genel Seçiminde Facebook ve Twitter’ın Sosyal Paylaşım ve İletişim Tutarlılıklarının Kullanılması	Doç. Dr. GÜNSELLİ BAYRAKTUTAN	BASKENT Ü. İLETİŞİM FAKÜLTESİ İLİŞKİLER VE TANITIM B.	SOBAG	Araştırma
111K476	Sosyal Medya Ve Markalaşma	Doç. Dr. MÜNİR TOLGA AKÇURA	ÖZYEĞİN Ü. İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER F. İŞLETME B.	SOBAG	Araştırma
114K190	Sosyal Sermaye ve Sosyal Medya: Demokrasi ve Vatandaşlık Bağlamında Bir Araştırma	Yrd. Doç. Dr. İSMAİL ACUN	ESKİŞEHİR OSMANGAZI Ü.	SOBAG	Araştırma
113E251	Tartışma Zinciri: Sosyal Medya Tartışmalarının Katılımı, Şekli Ve Katılımı: Tipi Açısından Analizi	Yrd. Doç. Dr. TARIK ARICI	İSTANBUL SEHİR Ü. MÜHENDİSLİK VE DOĞA BİLİMLERİ F. BİLİŞİM VE İNFORMATİK B.	EEEAG	Uluslararası
112K36	Ülkeler Arası Öğrenme İçin Karşılaştıkları Sosyal Medya	Prof. Dr. YASEMİN GÜLBAHAR GÜVEN	ANKARA Ü. ENFORMATİK ENSTİTÜSÜ	SOBAG	Uluslararası

**Tablo 1.** TÜBİTAK tarafından desteklenen “sosyal medya” konulu projeler

Kısaca, sosyal medya ile siyaset kurumları, pratikleri ve siyasallık arasındaki ilişki/ etkileşim iletişim alanı da dâhil olmak üzere çeşitli akademik disiplinlerin ilgisini uyardır ve bu alanlardan çeşitli çalışmalara konu olmuştur, olmaktadır. Bu çalışmada incelenen *Siyasetin Yeni Hali Vaka-i Sosyal Medya: Seçimden Seçime, Gezi Direnişi’nden Hükümet Cemaat Çatışmasına*, dâhil olduğu bu literatüre içerik, yöntem, üretim süreci ve sunum açılarından değerli bir katkı olarak değerlendirilebilir.

Yedi akademisyen-yazarın (Burak Doğu, Aslı Telli Aydemir, Burak Özçetin, Gözde İslamoğlu, Günseli Bayraktutan, Mutlu Binark, Tuğrul Çomu) ortak çalışması sonucu ortaya çıkan *Siyasetin Yeni Hali - Vaka-i Sosyal Medya*’da amaçlanan, eserde ifade edildiği üzere “sosyal medya ortamları, siyasal iletişim, siyasetçi ve yurttaşın kesiştiği noktada ‘demokrasi kültürümüzün’ fotoğrafını çekmek” (Doğu vd. 2014, s17). Daha makro düzeyde ise “gündelik siyasetin cazibesine kapılmadan, yurttaş güçlendirecek, yurttaş kaynaklı ‘yeni bir siyaset’ için olanaklar üzerine okuyucuları düşünmeye davet etmektir” şeklinde ifade edilmiştir. Söz konusu amaca ulaşmak için ele alınan örnek olaylar 2011 Genel Seçim süreci, “Gezi Direnişi” ve “Hükümet-Cemaat Gerilimi” olarak belirlenmiş ve bu olaylar-süreçlerde sosyal medya ortamının siyaset amaçlı kullanımları farklı yöntemlerle araştırılmış. Yanıt aranan temel soru ise yeni medya ortamlarının siyasal iletişim alanında köklü bir dönüşüme yol açıp açmadığı.

Üç bölümden oluşan kitapta, araştırma bulgularının sunulduğu ikinci bölümden önce, “Siyasal İletişim ve Sosyal Medya” başlıklı bir bölüme yer verilmektedir. Bu bölümün amacı “siyasal iletişim kavramının net ve pürüzsüz bir tanımını sunmaya çalışmaktan ziyade siyasal iletişimin farklı tarihsel dönemlerde farklı kuramsal tema ve kaygılar eşliğinde nasıl bir karakter kazandığını sorgulamak” (s.20) olarak ifade edilmiş ve bunun için iletişim çalışmaları tarihi içerisinde kavrama yüklenen farklı anlamalar kısaca ele alınmış. Alanının tanımlanması açısından oldukça doyurucu bir özet olan bu bölümde, siyasal iletişim çalışmalarına hâkim üç gelenekten (seçim süreçlerine, siyasal katılımın sosyo-kültürel bağlamına ve siyasal anlam yaratımı/inşasına odaklanan araştırma gelenekleri) özellikle ilk ikisinin önde gelen örneklerine değiniliyor. Siyasal iletişimin pratik uygulama anlamı edinmesine paralel olarak bir akademik çalışma alanına dönüşümünün anlatıldığı bölüm, eserin sonraki iki bölümünde derinleştirilen tartışmaya zemin hazırlayan bir alt başlıkla zenginleşiyor: Siyasal İletişim Sürecinde İnternet.

Bu kısımda yerinde bir tercihle araştırmacıların internet tartışmalarına yaklaşımı ilan ediliyor: Kitapta İnternet “sabit bir öz ve özellik taşıyan homojen bir ortam olmaktan ziyade, son derece dinamik bir siyasal, kültürel ve ekonomik mücadele alanı” (Doğu vd. 2014, s.29) olarak ele alınmakta ve eser boyunca odaklanılan farklı örneklerle, İnternet’in “çok seslilik ve tek seslilik, demokrasi ve otoriterlik, katılım ve monolog, özgürlük ve gözetim arasında salınan karmaşık yapısının” ortaya konmaya çalışıldığı belirtilmektedir. Tek yönlü iletişimin web 1.0’ından, etkileşimli web 2.0’a uzanan süreçte genel olarak İnternet’in özel olarak ise Twitter ve Facebook gibi sosyal medya ortamlarının, siyasal iletişim üzerindeki etkilerine dair kuramsal tartışmaların özetlendiği bölümde konu üzerine üretimde bulunmuş uluslararası ve ulusal literatürün önde gelen isimlerinin büyük çoğunluğuna yer verilmiş. Bu bağlamda sosyal medya platformlarının siyasi örgütlere karşı potansiyel özerkliğinden; tartışma, katılım gibi demokratik eylemlere imkân tanımlarına; anaakım dışı siyasi yapıları güçlendirme ihtimallerinden, ırkçı, mezhepçi, cinsiyetçi söylemleri yaygınlaştırma ya da dijital uçurum gibi yapısal sınırlılıklarına dek, geniş bir kuramsal tartışmaya yer verilmiştir. Bölümün sonunda, Amerika Birleşik Devletleri 2008 Başkanlık Seçimleri’nde özellikle Barrack Obama tarafından gerçekleştirilen sosyal medya tabanlı kampanyaya yer ayrılmıştır.

Kitabın merkezini oluşturan “Vaka-i Sosyal Medya: Made in Turkey” başlıklı ikinci bölüm, araştırma bulgularından oluşmuş. 2011 Genel Seçimleri, 2013 Mayıs ayı, “Gezi

Direnışı” ve “Hükümet-Cemaat çatışması” süreçlerinde sosyal medya kullanımının farklı sorular ve yöntemlerle incelendiği bölüm genel olarak “Türkiye özelinde egemen siyaset yapma şekline, yurttaşlar ve siyasetçiler arasındaki etkileşime, yurttaşın siyasal katılımına ve hegemonya mücadelesinin bir tarafında pozisyon alan organik aydınların bu ortamlardaki söylemlerine etkisine ilişkin” (Doğu vd. 2014, s.151) bir değerlendirmeden oluşmaktadır. Yanıt aranan, egemen siyaset yapma şeklinin değişip değişmediği ve siyasetçiler-yurttaş arasındaki ilişkide ve müzakere kültürünün söylem düzeyinde üretilip üretilmediği soruları, siyaset alanının farklı aktörlerinin sosyal medya kullanımına odaklanılarak cevaplanmaktadır: 2011 Genel Seçimleri ve 2013 Mayıs ayı örnekleri üzerinden siyasi partiler ve liderler, 17-25 Aralık operasyonlarıyla gündemi kaplayan “Hükümet-Cemaat çatışması” üzerinden örgütlü bireyler ve organik aydınlar ile “Gezi Parkı Direnişi” üzerinden yurttaşlar, ana akım dışı siyasal hareketler ve medya.

İlk örnek olay olan 2011 Genel Seçimleri, kitabın yazarları arasında yer alan altı araştırmacının 2013 tarihli TÜBİTAK projesinin (*Sosyal Medya Ortamlarının Siyasal İletişim Uygulamaları açısından İncelenmesi: Türkiye’de 2011 Genel Seçimlerinde Facebook ve Twitter’ın Siyasi Partiler ve Liderler Tarafından Kullanılması*) bir özeti olarak sunulmuş. Twitter ve Facebook platformlarının yapısal farklılıklarının göz önünde bulundurulması metodolojik gerekliliğinin göz ardı edilmediği bu bölümde her iki ortamın, partiler ve siyasi figürler tarafından kullanımının, niceliksel ve niteliksel analizleri sunulmuştur. Seçim sürecinde sosyal medya kullanımına dair, içerik analizi ve yüz yüze görüşmelerden edinilen değerli bulgular sunulan bu bölüm, aynı aktörlerin 2013 Mayıs ayı gibi seçim dışı bir dönemdeki pratikleriyle birleştirilerek, zenginleştirilmiştir. Bu bölümde varılan netice, diyalog ve müzakerenin gelişebilmesi için geniş olanaklar sunan sosyal medya ortamının Türkiye’deki siyasetçiler ve siyasi partiler tarafından, istisnalar dışında, yeterince kullanılmadığı ve bu ortamların, daha ziyade, geleneksel medya araçlarının bir uzantısı olarak algılandığı yönünde (Doğu vd. 2014, s.90).

“Gezi Direnişi ve Sosyal Medya” başlıklı ikinci alt bölümde, Mayıs 2013’de Taksim Meydanı’ndan başlayıp tüm ülkeyi etkisi altına alan toplumsal hareketlilik sırasında “direnişin sosyal medya yansımaları, süreç boyunca sosyal medya ortamlarının kullanım biçimleri ve direnişin siyasal iktidar açısından İnternet alanında yönelik politika geliştirimine yönelik etkisi” tartışılmıştır. Başka bir deyişle, araştırmacının odağı “siyasi elitlerin” sosyal medya kullanımından, “sokağınkine” çevrilmiş. Süreç boyunca sosyal medya ortamlarının siyasi amaçlı kullanımının (örgütlenme ve katılım gibi demokratik yurttaşlık pratikleri ile alternatif medya olarak) gözle görülür düzeyde arttığı tespiti, söz konusu mecralarda “Gezi Direnişi” sürecin etkisinin azalması ardından da dönemsel yükselişlerin yaşandığı tespitiyle güçlendirilmiş: “Web 2.0 mecralarının, doğrudan birer kamusal alan olmasalar da, kamusal birer mekan olarak hareketlilikten öte bir anlam taşımaya başladıkları kesindir.” (Doğu vd. 2014, s.95)

“Sosyal Medya Savaşları: Cemaat-AKP’nin Tweet Atışmaları” başlıklı üçüncü örnek olayda Türkiye ve dünya trend topics listelerinde üst sıralara giren hashtagler ve iki taraf arasındaki “gönderi savaşlarına” odaklanılmıştır. İki cephe arasındaki gerilimin arka planının kapsamlı bir sunumu, süreçte İnternet’e dair gerçekleşen yasal düzenlemeler ve müdahalelerin dökümüyle devam etmiş. 30 Mart yerel seçimleri öncesi ve sonrasında, yani siyasal iletişim faaliyetinin bir hayli yoğunlaştığı bir dönemde, Twitter üzerinden

yaşanan çatışmanın, “örgütlü” kullanıcı grupları ve “organik aydınlar” cepheleriyle, oldukça detaylı bir iz sürme çalışmasıyla, niceliksel ve niteliksel, söylemsel olarak ortaya konduğu bu örnek olay analizi sonucunda varılan bulgu söz konusu mücadelenin taraflarının “argümanlarını ve kendilerini meşrulaştırmalarının müptezelleşmesi” (Doğu vd. 2014, s.149) olarak ifade edilmiştir. Bu durumun sosyal medya ortamlarının doğurduğu bir sonuçtan ziyade Türkiye’deki, genel olarak entelektüel özel olarak ise gazetecilik alanının temel etik değerlerden uzaklaşması ve söz konusu faaliyetlerin neredeyse belirlili iktidar odaklarına angaje olmayı gerektirmesiyle ilintili olduğunun altının çizildiği bölüm, siyasetin bu “eski” halinin demokrasinin Türkiye’deki geleceği açısından oluşturduğu tehde işaret edilerek sonlandırılmış.

Kitabın, genel değerlendirmelerden oluşan son bölümünde ise sosyal medya ortamlarında vücut bulan siyasetin “yeni halinin” egemen siyaset yapma biçimleri üzerindeki etkisine dair temel tartışmaya geri dönmüştür. Sosyal medya ortamlarında süregiden “AKP-Cemaat kavgası”nın ortaya koyduğu olumsuz tablonun karşısına, bu mecraların “Gezi Direnişi” sürecinde beslediği yurttaşların birlikte eyleme kapasitesinin artışının konduğu bölümde, ilk örnekte devralınan “eski siyaset” alışkanlıklarıyla ikinci örnekte tecrübe edilen “yeni siyaset” karşılığı üzerine bir tartışmaya yer verilmiştir. Bu noktada, genelde İnternet’in özelde ise sosyal medya ortamlarının demokratik potansiyellerinin açığa çıkması için zaruri olan iki unsurun altı çizilmiş: Özgürlükleri ve erişimi artıran bir yasal çerçeveyi benimseyecek ve kullanıcıların gücünü artıran yeni medya okuryazarlığını yaygınlaştıracak kamu politikalarının gerekliliği.

Gerek içeriği, gerekse yöntemsel çeşitliği açısından oldukça değerli bir eser olan kitabın ortaya çıkış süreci de oldukça özgün. Yedi yazarın temel motivasyonu, TÜBİTAK projelerinin büyük çoğunluğu için geçerli olan, konuyla ilgili akademik çevreler dışında ulaşılır olmama zaafının aşılması, yani sıradan okuyucuya da hitap eden bir akademik eser üretme olarak ifade edilmiş ve bu amaca büyük ölçüde ulaşılmıştır. Zira kitabın sunumu, hem metinlerin okunabilir uzunlukta ve dilde olması, hem tasarımı, hem de güncel tartışmalara maharetle temas edilebilmesi sayesinde, akademi dışındaki okuyuculara ulaşabilmeyi kolaylaştırmaktadır. Esere yöneltilebilecek sınırlı sayıda eleştirilerin başında ise, sosyal medyanın siyasi amaçlarla kullanımını, seçim süreçleri dışında inceleyen Paolo Gerbaudo ve Christian Fuchs gibi yeni kuşak akademisyenlerin eserlerinden faydalanılmamış olmasıdır. Her ne kadar kitapta, bu bahislere değinen Manuel Castells gibi “şöhretli” akademisyenlerden beslenilmiş olsa da, adı geçen genç kuşak iletişimcilerin sosyal medyaya dair çalışmalarının katkısı, özellikle “Gezi Direnişi” bölümünü güçlendirebilirdi. Neticede, *Vakai Sosyal Medya* dünyada ve Türkiye’de genişlemekte olan İnternet ve sosyal medya literatürüne iletişim alanından yapılmış değerli ve saygın bir katkı olarak değerlendirilebilir. Akademi dışındaki okuyucuların faydalanabileceği eser, İnternet ve sosyal medya alanında çalışma yapan akademisyenler için gerek yöntem gerek yaklaşım gerekse sunum açısından ilham verici olacaktır.

## Kaynaklar

Acet, O. (2012). *Alternative media and democracy: Political participation and expression through social media in Turkey / Alternatif medya ve demokrasi: Türkiye’de sosyal medya aracılığıyla siyasi katılım ve dışavurum*. Ankara: Bilkent Üniversitesi, Ekonomi ve Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi.

Akbaş, E. (2012). *Türkiye’de sosyal medyada futbol taraftarlarının erkeklik söylemleri*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi.

Aksu, O. (2012). *Türkiye’de sivil toplum örgütlerinin sosyal medya kullanım analizi: HIV/AIDS konusunda bir durum çalışması*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi.

Arslan, Ş. (2014). *Yerel politikacıların sosyal medya kullanımı: Büyükşehir belediye başkanlarının günlük sosyal medya kullanımının incelenmesi*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış doktora tezi.

Bel, A. (2014). *Gündem kurma kuramı çerçevesinde sosyal medyanın gündem belirlemedeki rolü*. Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi.

Bostancı, M. (2010). *Sosyal medyanın gelişimi ve iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi.

Ceylan, L. H. (2013). *Sosyal medya ve gazetecilik*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi.

Ergen, B. (2013). *Barack Obama’nın 2008 başkanlık seçim sürecini kazanmasında yeni iletişim teknolojileri ve sosyal medyanın kullanımı*. Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi.

Gürbüz, G. (2014). *Sosyal medya ve demokrasi ilişkisi: Türkiye’de sosyal medyanın katılımcı demokrasiye etkisi üzerine bir alan araştırması*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi.

Güdekli, A. İ. (2014). *Siyaset ve sosyal medya ilişkisi (Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı İbrahim Melih Gökçek örneği)*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış doktora tezi.

Koçak, N. G. (2012). *Bireylerin sosyal medya kullanım davranışlarının ve motivasyonlarının kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında incelenmesi: Eskişehir’de bir uygulama*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış doktora tezi.

Korkmaz, M. (2014). *Sosyal medya-kamu politikaları etkileşimi: Gezi Parkı olayları üzerine bir değerlendirme*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi.

Köseoğlu, İ. H. (2011). *The new social media and the public sphere in Turkey / Türkiye’de yeni sosyal medya ve kamusal alan*. Fatih Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi.

Metin, O. (2014). *Sosyal medyanın siyasal toplumsallaşmaya etkileri: Üniversite öğrencileri örneği*. Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış doktora tezi.

Okmeydan, C. K. (2013). *Türkiye’deki siyasi partilerin halkla ilişkiler çalışmalarında*

sosyal medya kullanımı. İzmir: Yaşar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi.

Özen, İ. N. (2012). İletişim bilimleri bağlamında sosyal medya ve sosyo-kültürel değişim. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi.

Özgün, G. (2014). *Sosyal medyada siyasal iletişim: 2011 Genel Seçimlerinde iktidar ve anamuhalefet partilerinin sosyal medya stratejileri*. İzmir: Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi.

Özgünay, İ. M. (2013). *Sosyal medyanın Arap Baharı'ndaki rolü ve Suriye örneği*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi.

Sarı, M. (2014). *Sosyal medyanın sosyal hareketler üzerindeki etkisi: Gezi Parkı Platformu*. Elazığ: Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi.

Tuncay, A. İ. (2012). *The use of social media by Turkish political parties as a tool for political communication / Türkiye'deki siyasi partilerin bir siyasal iletişim aracı olarak sosyal medyayı kullanımları*. İstanbul: Koç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi.

Uzunyol, Z. İ. (2013). *Sosyal medya ve değişen gazetecilik: Haber kaynağı ve haber mecrası olarak Twitter*. Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi.