



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi

The Journal of International Social Research

Cilt: 9 Sayı: 42 Volume: 9 Issue: 42

Şubat 2016 February 2016

www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

**2013 VENEZUELA BAŞKANLIK SEÇİMLERİNDE SOSYAL MEDYADA KULLANILAN SEÇİM
GÖRSELLERİ "CHAVEZCİ MADURO İMGESİNİN YARATIMI"
ELECTION IMAGES ON SOCIAL MEDIA DURING THE 2013 VENEZUELAN ELECTION "CREATION
OF CHAVIST MADURO IMAGE"**

Yasemin KILINÇARSLAN*

Öz

Yeni medya teknolojilerinin siyasal alandaki uzantısı olan sosyal medya merkezli seçim kampanyaları günümüzde uygulama alanını hızla genişletmektedir. Kamusal alanının dijital ortama taşınması nedeniyle, vatandaşların oy verme davranışlarını dijital toplumun özelliklerine uyumlu olarak ayarladıkları gözlemlenmektedir. Elastikiyet, değişkenlik, özgür ifade, öngörülemezlik, hareketlilik, güçlü enformatik ağsal davranış gibi sosyal medya kullanımına ilişkin davranış biçimleri bireylerin siyasal katılım sürecindeki vatandaş profillerinde de ciddi değişimlere neden olmaktadır. Sosyal medya kullanımının özellikle genç nüfus üzerinde büyük bir etkisinin olduğunun kabulüyle hareket eden son dönem seçimlerinden birisi olan Venezuela seçimleri ülkenin kıtasal, siyasal, ekonomik kültürel altyapısı nedeniyle tüm dünya kamuoyunun yakından takip ettiği bir seçim olmuştur. Bu çalışma kapsamında, Venezuela'nın siyasal kültürünün izi sürülerek, dijital mecrada seçim kampanyasının üzerine odaklandığı kriterler üzerinde durulmuş ve kampanyanın bir profili çıkarılmıştır. Bu amaçla, onbir adet sosyal medya ortamında kullanılan seçim afişi saptanarak analizi gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, İmaj, Dijital Toplum, Sosyalizm, Elektronik Kampanya.

Abstract

Nowadays social media based campaigns which are the extension of the political sphere of new media technologies are rapidly increasing applications. Due to digitize the public domain , voting behavior of citizens has been observed to adjust the properties in accordance with the digital society. Attitudes like flexibility , mobility , freedom of expression , unpredictability , mobility , related to social media using has been causing the serious change on citizen participation in the political process. Especially in the use of social media Venezuelan elections, has been a major influence on young people. This election has become an important phenomenon closely followed by the entire world due to the country's continental political, economic cultural infrastructure. This study has traced the Venezuelan political culture , which focuses on digital media in the election campaign has focused on the criteria and adopted a profile of the campaign. For this purpose eleven determined election posters used in social media was analysed.

Keywords; Social Media , Image, Digital Society , Socialism, Electronic Campaign.

Giriş

Venezuela devlet başkanı Chavez, ABD Başkanı Obama'ya yaptığı resmi ziyaret esnasında, Amerika Birleşik Devletleri'nin Latin Amerika'daki politikalarının sonuçlarını görebilmesi ve Latin Amerika sorununu anlayabilmesi için Eduardo Galeano'nun "Latin Amerika'nın Kesik Damarları" adlı kitabını hediye etmiştir. Bu kitapta yazar, gelişmiş dünya devletlerinin gözünde Latin Amerika'nın tarih boyunca bir sömürge olarak kabul edildiğini öne sürerek, nimetlerinden yararlanılması gereken, bunun için talanı hak olan, toprak altı ve üstü zenginliklerinin üzerinde yaşayan uygarlıklardan soyutlanmasıyla "şeyleşen" ve adeta bir meta-kara parçası olarak görülen durumuna dair incelemelerini ve değerlendirmelerini ortaya koymaktadır. Latin Amerika birçok devletten meydana gelen, farklı etnik grupların bir arada yaşadığı, farklı genetik ve kültürel mirasa sahip, Hıristiyanlık öncesi dönemde pagan inanış sistemlerinin hüküm sürdüğü ve bunların etkilerinin dünyanın diğer bölgeleri tarafından günümüzde hala daha takipçilerinin olduğu son derece zengin bir coğrafyadır. Latin Amerika, müzik, edebiyat, resim, söylenceler, efsaneler ve destanlarla örülmüş olan tarihi boyunca bir nevi mit-bölge olma özelliğini korumuştur. Tüm zenginliğe rağmen Latin Amerika'nın siyasal coğrafyası ve atmosferi olumlu bir seyir izleyememiş, her türlü zenginliğinin sonucunu katledilmek, sömürülme olarak ödemiş, askeri darbelerle anti-demokratik sürece maruz kalmış, faili meçhullerin sayısız oranlara ulaştığı, aydınların ve entellektüellerin katledildiği, sürüldüğü ya da ülkelerinden ayrılmak zorunda kaldığı bir coğrafya olarak akıllarda kalmıştır. Tüm bunların yanında Latin Amerika, özellikle İkinci Dünya savaşından itibaren artan orandaki hammadde ihtiyacı nedeniyle doğal kaynaklarının ele geçirilmesi sonucunda Amerikan ve Batı merkezli büyük küresel firmaların hem hammadde olarak hem de işgücü olarak besleyeni konumundadır. Dünyaca ünlü çikolata markalarının kakaoları, tropik meyveler, kahve gibi ürünlerin üreticileri son derece düşük ücretlerle çalışarak sefaletin kıyısında bir yaşam mücadelesi vermektedirler. Kısaca Latin Amerika dünyanın bedenlenmiş bir tüketim

* Yrd. Doç. Dr. , Uşak Üniversitesi İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon Sinema Bölümü.

organizması olarak yaşamını sürdürebilmesi için tüm enerjisinin elbirliğiyle sömürüldüğü bir coğrafyayı temsil etmektedir. Tüm bu olumsuz siyasal gelişmelerin sonucunda ortaya çıkan birçok Latin Amerika lideri ise hem tüm dünya çapında tanınmakta hem de direnişin, özgürlüğün, kardeşliğin, bağımsızlığın simgeleri olarak görülmektedirler. Bu liderler, siyasal iktidarları anlamında sorgulandıklarında, diktatör olarak nitelendirilseler de kendi ülkelerinin halkları tarafından kurtarıcı, baba, vb. olumlu imgelerle kabul görmüşler ve mitleştirilmişlerdir. Latin Amerika ülkelerinde iktidarı ele geçiren gelen liderler çoğu zaman madenlerin ulusallaştırılması ve toprağın köylülere ait olması gibi çıkışlarda bulunsalar da Amerikanın “görünmeyen el politikaları” neticesinde başarılı olamamışlar, Amerika tarafından desteklenen askeri darbelere maruz kalmışlardır. Latin Amerika liderlerinin en önemlilerinden birisi de Hugo Chavez’dir. 2013 yılında hayatını kaybeden ve Maduro’nun yerine geçtiği Chavez, hem Latin Amerika’nın hem de Venezuela’nın Simone Bolivar’dan sonra en önemli figürlerinden birisidir.

7 Ekim 2012 tarihinde onsekiz milyon Venezuella’lı seçmen 1999 yılından beri görevde olan mevcut başkan ve PSUV (Birleşik Sosyalist Parti) lideri Chavez ve muhalif lider Henrique Capriles arasında çekişmeli bir şekilde gerçekleşen seçime katılmıştır. Sosyal medyanın oldukça etkin bir biçimde kullanıldığı seçim kampanyası esnasında Tweeter, Facebook ve Youtube sayfaları Venezuella Başkanı Hugo Chavez ve rakibi Henrique Capriles arasındaki çekişmenin ve oy toplama yarışının en önemli yeni medya aracı olmuştur. Latin Amerika ülkeleri içinde %41 gibi bir oranla en fazla internete bağlanan ülkeler arasında Venezuella bulunmaktadır. Chavez, @chavezcandanga uzantılı dijital ortam adresiyle 3.3 milyon takipçiye sahiptir. Seçim sonucunda oyları %54’ü bulan Chavez, genel seçimleri kazanmıştır.¹ Yine sosyal medyanın etkin bir biçimde kullanıldığı 8 Aralık 2013 tarihinde gerçekleştirilen seçimlerde ise, Chavez’in ölümünden sonra başkanlığa aday olan siyasal mirasçısı Nicolas Maduro % 49.24 oy oranıyla zafer kazanmıştır.² İktidar partisi % 49, muhalefet ise % 43 oy almıştır.³ Vatandaşların elektronik ekrana dokunarak yapmış olduğu bu elektronik seçim sürecinin sonuçları, muhalefet partisinin yenilgiyle sonuçlanmıştır.

1. Venezualla’nın Siyasal Kültüründe Devrimci Bolivarçılık İzleği ve Chavizm

Devrimci Bolivarçılık entegre bir Latin Amerikacılık anlayışını savunmaktadır. BU terim, aynı zamanda devrimci bir kavramdır. Kahraman figürü olarak Simone Bolivar’a uzanan bir tanımlamayı ifade eder ve İspanyol hakimiyetine karşı Latin Amerika topraklarına ilişkin bağımsız bir politik anlayışın mücadelesini kapsamaktadır. Bolivar monarşiyi reddetmiş, Locke ve Rousseu tarafından oluşturulan politik felsefeye yaklaşımı öngören, demokratik ve sosyal bir sözleşme biçimini ifade etmeye çalışmıştır. Liberal demokrasinin tüm toplumların doğal bir sonucu olduğu kabulünü reddeden Bolivar’a göre evrensel anlamda, tüm uluslara uygun olan tek bir politik sistem mümkün değildir. Ona göre ulusal karakter, tarih ve coğrafya, tarihin belirli bir anında bir ulus için en iyi olan sosyal ve politik düzenlemelere karar vermeye yardımcı olmalıdır. Latin Amerika’nın etnik, kültürel dokusunun otantik durumu Kuzey Amerika ve Avrupa’dan farklı olan siyasal bir düzenlemeyi öngörmektedir. (Nuccetelli vd, 2010:502) Bolivar’ın kişiliğinin ötesine geçen, klasik Bolivarizmi aşan devrimci Bolivarizimin kapsamı ise daha geniş ve politiktir. Bu durum sosyal ve kültürel sahalara dek uzanmaktadır. Güney Amerika’da Venezuella devlet başkanı Chavez tarafından benimsenen, Ekvator, Nikaragua ve Bolivya’da da etkili olan sistem yeni- Bolivarçılıktır. Anti Amerikan bir ideolojidir ama Amerika’ya karşı bir şiddet unsuru söz konusu değildir. (Bernin vd, 2008:126)Terimin bir tür programı da ifade ettiği söylenebilir. Latin Amerika ülkelerinin birliği için mücadele eden Simon Bolivar programı aynı zamanda Marksizmin bütünleyici bir unsurudur. Günümüzün Modern Bolivarçı figürü ise 2013 yılında hayatını kaybeden Venezuella’nın efsane lideri Chavez’dir. Bir anlamda günümüzdeki Chavez rejiminin babasıdır. Bolivar’ın kişiliği ve düşünceleri Chavez için adalet, zenginlik ve ulusal simge olarak kullanılmıştır. Chavez rejimi iktidarının meşruluğunu arttırmak için Bolivar’ın zaferlerini ve ününü kullanmaktadır. Halk meclisinin oluşumu Bolivar’ın düşüncelerinden kaynaklanmıştır. Lynch’e göre Simon Bolivar’ın hayatı üçe bölünmelidir, devrim-bağımsızlık-devlet kurma birinci aşamada devrimci bir lider, ikinci aşamada evrensel bir kurtarıcı, üçüncü aşamada ise bir devlet adamıdır. Eşitlik ve özgürlük arayışlarının garantisinin güçlü bir devlet olduğu fikrini öne sürmüştür. Birçok militer lider tarafından öncü olarak görülmektedir. Aydınlanmanın fikirlerinden etkilenen, özellikle modern yararcılığın babası olan Bentham’dan etkilenen Bolivar gibi Chavez de Bentham’ın düşüncelerini benimsemekte ve en mükemmel iktidarın vatandaşların en mutlu olduğu iktidar olduğunu söylemektedir. (Chaplin, 2014:2) Chavist ideoloji Latin Amerikan köklerini Juan Domingo Peron’un, Fidel Castro’nun ve Simon Bolivar’ın fikirlerinin melezlenmesi şeklinde oluşturmuştur ve içinde Katolik, sosyal Hıristiyanlık unsurları da barındırmaktadır. Chavez kendisini yeni bir mesih, kurtarıcı olarak görmekte ve yeni bir Bolivar olarak tanımlamaktadır. Bu anlamda dinsel bir ikna söylemi de mevcuttur. Kurumsal olmaktan ziyade kişiselleşmiş bir devrimcilik durumunu ifade etmektedir. Marksizme ve sosyalizme yakın olmaktan

¹ <http://phys.org/news/2012-08-venezuelan-election-social-media.html> (08-01-2014)

² <http://www.nationalturk.com/venezuela-yerel-secimlerinde-zafer-sosyalistlerin-154346#.Us6qNPRdVe8> (08-01-2014)

³ http://www.bbc.co.uk/turkce/haberler/2013/12/131209_venezuela_yerelsecim.shtml (08-01-2014)

ziyade popülist bir Latin Amerikancılık taşımaktadır. Ulusal ve bölgesel bir proje olarak Bolivarcılık, sivil-militer liderlik projesi, anti emperyalizm ve bağımsızlık, Amerikan hakimiyetine karşı Latin Amerikanın entegrasyonu ve birliği şeklinde Bolivarcılıkla kesişen yönleri bulunmaktadır. İkinci aşamada, evrensel olmak üzere bölgesel bir proje mahiyetindedir. Doğal kaynaklar üzerinde güçlü bir devlet kontrolünü öngörmektedir. Liberal ve temsili demokrasi yerine katılımcı ve direk bir demokrasiyi savunmaktadır. (Flemes, 2010:173-174) Chavez'in iktidarı ölümünden sonra siyasal mirasçısı olarak gösterdiği Maduro tarafından devralınmıştır. Chavez'in Bolivar'ın takipçisi, Maduro da Chavez'in takipçisidir. Seçimlerde az bir farkla muhalefet partisine karşı zafer kazanan Maduro'nun siyasal kimliği birçokları tarafından Chavez'in gölgesine sığınması nedeniyle eleştirilmektedir. Seçim kampanyası sırasında rakibine karşı sürekli olarak Chavez'in varlığını, onun siyasal mirasçısı olduğunu, Chavist sistemin devamı olduğunu vurgulayan Maduro tüm kampanya sürecinde Chavez'in hayaletiyle dolaşmaya devam etmiştir. Venezuelalı halkı açısından ise Chavez'in ölümüyle boşalan Bolivarcı iktidar anlayışına dair travmatik tepkiler Maduro'nun önemli bir siyasal kimlik kazanmasına neden olmuştur. Seçim kampanyası özellikle sosyal medyanın yoğun olarak kullanıldığı, genç kitlenin hem Maduro hem de muhalefet lideri Capriles tarafından elde edilmeye çalışıldığı elektronik bir savaş niteliğine bürünmüştür. Maduro sadece Venezuelada değil tüm dünyada sol kesim ve özellikle sol ideolojiyi benimseyen gençler tarafından desteklenmiştir. Bu sebeple seçim kampanyasının sosyal medyanın da geniş katılımcı oranı sayesinde Latin Amerikayı aşan bir gündem haline geldiği görülmüştür. Diğer ülkelerde Chavez sempatanları oy kullanmasalar da sosyal medya mecrasında Maduro'yu destekleyen mesaj ve görsel paylaşımında bulunmuşlardır.

2. Sosyal Medyada Seçim Kampanyalarının İlk Modeli; 2008 ABD Başkanlık Seçimi

Seçim kampanyaları, uygulama temelli çalışmalardır ve başlangıcından bu yana her zaman için medyayla bütünleşik bir olgu olarak biçimlenmiştir. Gazetelerle başlamış olan seçim kampanyası süreci İkinci Dünya Savaşından sonra televizyonun aktif hale gelmesi, daha sonraki dönemde kablolu televizyonların yaygınlaşması ve en nihayetinde de web ortamıyla evrimini sürdürmektedir. Seçim kampanyalarında enformasyonun dağılımı ve etkileşimi en önemli faktörlerdendir bu nedenle, geniş kitlelere ulaşabilecek teknolojik mecraların gelişimiyle birlikte yayılım, ulaşım, dağılım süreci artan oranda bir öneme sahiptir. Sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirilen ve özel uygulamalarla özelleştirilen kampanya mesajları müşteri odaklı mal ve hizmet pazarlaması şeklinde kişiselleştirilebilmektedir.

Günümüzde yoğun olarak kullanılan sosyal interaktif medya olgusu, sosyal ağ siteleri, bloglar, mikro bloglar (Twitter gibi), video paylaşım siteleri, online tartışma forumlarını kapsamaktadır. Bu unsurların kullanıldığı 2008 Amerika Başkanlık seçimleriyle beraber seçim kampanya süreci ciddi bir değişime uğramıştır. Haber medyasının sosyal medyadaki yerinin tartışılmaz olduğu bir dönemde sosyal medya platformları, siyasi partiler ve adaylar için bütüncül ve stratejik seçim araçları haline gelmiştir. Sosyal medya, yapısı itibarıyla sadece iletişimin dağıtımındaki esneklik ve kolaylık anlamında değil, katılımcı bir iletişim ortamının oluşması anlamında da geçerli olan bir platform ve geleneksel seçim kampanyalarının tamamlayıcısı niteliğindedir. Geniş ve esnek kullanım alanı ve zaman sınırlaması olmaması nedeniyle, adayların seçmenlerin oy verme davranışı üzerinde etkili olabilecek farklı özellikleri üzerine daha detaylı bir tanımlama alanı da yaratmaktadır. Bu anlamda sosyal medyanın mikro boyutta da bir hedefleme yapabilmesi mümkün olmaktadır. Başkan Obama, sosyal medyanın seçim sürecinde ana yol haritası olarak kabul edildiği bir kampanya yürüten ilk siyasi adaydır. Eski kampanya teknikleri Obama'nın seçim sürecinde sosyal medya hareketliliği üzerinde odaklanmıştır. Kişilerin sosyal medya gruplarına katılımıyla birlikte kamusal tartışmaların bir öznesi olarak var olmalarına imkan tanımıştır. Obama kampanyası boyunca siyasal kimliğini ve gelecek vaatlerini bir markanın imaj yapılandırması şeklinde yürütmüş ve siyasal kimliğini bir nevi tüketim nesnesi olarak konumlandırmıştır.

Şekil 1. Obama'nın Online Kampanya Süreci⁴



Şekilde görüldüğü üzere Obama'nın 2008 seçim kampanyası, belirli bir markanın merkezde tutulduğu marka konumlandırması ve marka imajı yaratılması şeklinde gerçekleştirilmiştir. Online olan bu seçim kampanyası sürecinde etkin olarak kullanılan unsurlar; kampanyanın internet sitesi, elektronik posta yoluyla pazarlama, destek grupları, vatandaş merkezli kampanya, sosyal ağ, oyun içi reklam ve iphone uygulamasıdır. Kampanyanın her bir adımı, sosyal medya ortamının kullanım alışkanlığı, sıklığı ve biçimine göre oluşturulmuştur. Sosyal medya ortamında mevcut ve potansiyel seçmenler tıpkı tüketiciler gibi her bir seçmen davranışı atlanmadan ulaşılmaya çalışılan bireyler olarak konumlandırılmıştır. Obama'nın kampanya boyunca siyasi bir lider kimliğinden çok halkın içinden gelen Amerika'daki azınlıkları temsil edebilecek kişilik özellikleri ön plana çıkarılmaya çalışılmıştır. Sosyal medya kullanımının sadece bilgisayarla kısıtlı kalmayıp tablet ve telefonlarla da takip edilebilmesi sürecin tüm dijital cihazlara kadar sızmasına neden olmuştur. Kampanya sürecinde ağsal bir davranış biçimi yaratılarak merkezden akarak en uzak birimlere kadar eşit yayılan bir enformasyon süreci oluşturulmuştur. Kampanya süreci yeni medya teknolojilerinde kullanılan teknolojiyi Jean Gabriel Ganascia'nın belirlemesiyle *katoptikon*⁵ bir hale getirmiştir. Şekil 1 ve Şekil 2 de görüldüğü üzere bu amaçla iphone uygulamalarına "Obama 2008" adlı bir program olarak yerleştirilmiş ve günün 24 saati seçmenler tarafından takip edilebilir ve gözlemlenebilir nitelikte olmuştur. Obama seçmen-kullanıcılar tarafından bir medya içeriği, dijital bir marka haline getirilmiştir.

Şekil 2. Obama'nın seçim kampanyasının iphone uygulaması-1⁶



⁴ <http://www.cubiccreative.com/blog/index.php/2011/11/09/social-media-politics/> (08-01-2014)

⁵ Katoptikon: Foucault'un Panoptikan kavramından esinlenen, gözlemcilerin yukarıda değil aşağıda ve birbiriyle bağlantılı olduğu, hızlı ve eşit enformatik dağılımın yapıldığı toplum biçimi.

⁶ <http://www.flickr.com/photos/infobahn/2906969971/> (08-01-2014)

Şekil 3. Obama'nın seçim kampanyasının iphone uygulaması-27



İphone uygulamasıyla kişilerin özel cep telefonlarına kadar sirayet eden, seçmen-kullanıcının inşa edildiği bu elektronik kampanya süreci katoptikon izlek doğrultusunda; toplumun bütünsel anlamda bir şeffaflık sürecinde olmasını, herkese kontrol etme ve gözetleme-gözleme imkanı veren bir simetriyi ve herkesin herkesle özellikle Obama ile iletişimde olduğu bütüncül bir iletişim sürecini mümkün kılmıştır.

3. Elektronik Kampanya Uygulaması

Seçim kampanyaları teknolojik gelişmeler nedeniyle medyayı etkin bir biçimde kullanmaktadır. Bu süreçte e-vatandaşlık ya da e-devlet gibi oluşumlar da kampanya sürecini etkilemektedir. Elektronik kampanya siber mekanda bir enformasyon süreci şeklinde biçimlenmekte, siyasal partiler ve adaylar da zaman içerisinde bu sürece dahil olmaktadır. Seçim sürecindeki partilerin web tasarımları ve kullanımları genellikle benzerdir. Tüm parti sitelerinde ortak olan nokta verilen enformasyondur. Sitelerde katılımcı ve interaktif tartışma platformları son derece yararlıdır. Parti web sitesinin tasarımı çok fazla multimedya unsuru içermez. Online seçim kampanyalarının seçim sürecinde son derece önemli katkıları olsa da bazı eksiklikler de mevcuttur. Web sitelerinde adaylar hakkındaki bilgi oranı yüksek olsa bile seçimler hakkında çok fazla bilgi bulunmamaktadır. Seçim kampanyasında aktif olmak isteyen üyeler ve destekçiler; posterler, seçim programları ve e-kartlar gibi kampanya materyallerine ulaşabilirler. Facebookta ise elektronik kampanya kullanımı tamamen farklılık göstermektedir. (Edelmann ve Sachs, 2012:209) Facebook, Youtube ve Twitter'ın farklı teknik özellikleri bulunur ve bu tip sosyal medya uygulamalarının seçimi ve kullanımı, seçim kampanyası çalışmalarının evrimi için önemlidir. Yeni kampanya çalışmaları yüksek oranda pazarlama taktiklerinden etkilenmektedir. Buna ek olarak internet potansiyelinin kent ve taşrada yayılan oranda kullanımı sosyal aktivizmin çeşitli biçimlerini meydana getirmekte ve politik bir *blogsfer*⁸ oluşturmaktadır. Bu saptamaları sentezlediğimizde dijital ve sosyal medyadan etkilenen dört farklı kampanya uygulaması sayabiliriz; mikro hedefleme, kişileştirme, karşılıklı etkileşim ve sürdürülebilir müşteri bağlılığıdır. İlki oy verenlerin mikro hedefidir. İletişim ve veri tabanı teknolojisindeki gelişmelerin etkisiyle kampanyalar kesin seçmeni hedefleyebilmektedir. Bunu yaparak bazı seçmenler için özellikle önemli olan konulara yoğunlaşabilmektedir. İkinci yöntem kişiselleşmiş siyasettir. Son dönemlerde sıkça kullanılan olan bu uygulamada siyasi kimlikler depolitize edilir. Adaylar katıldıkları talk show tarzı programlarda esprili yaklaşımları, ne yiyip içtikleri, ne giydikleri gibi sorularla halktan bir kişi haline gelir ve kurumsal bir figür olmaktan çıkarlar. İzleyiciyle böyle bir ilişki kurulması seçmen ve aday arasında bir iletişim bağı oluşturur. Üçüncü yöntem karşılıklı etkileşimdir. Ağ tabanlı teknolojideki gelişmeler ve sosyal medyanın ortaya çıkışı seçmenlerin kampanyayla doğrudan iletişim kurmalarını ve deneyimleri üzerinde kontrollerinin olmasını sağlamıştır. Seçmenlerin kampanya sürecinde kendilerini ifade etmeleri ve diğerleriyle iletişim içinde olmaları kampanyanın anlamsal bütünlüğünü derinleştirir. Aday sadece televizyondaki bir yüz olmaktan çıkar ve seçmenlerle iletişimde olan bir birey haline gelir. Seçmen kampanyayla ve adayla gerçek zamanlı bir iletişim kurma fırsatı yakalar. Dördüncü yöntem sürdürülebilir müşteri bağlılığıdır. Modern kampanya stratejileri seçmenlere aylar öncesinden angaje olurlar. Bu noktada angajizm ve aktivizm farkı ortaya çıkar. Aktivizm üyeliğe dayanır, daha agresif ve çatışmacıdır. Angajizm ise insanları kampanyaya davet dilini kullanır. Bu açıdan sosyal medyadaki kampanyalar çevrimiçi aktivizm ve çevrimdışı aktivizm imkanı sağlayan adımların oluşturulduğu bir angajizmdir. (Ridout,2013: s 84-85-86)

⁷ http://news.cnet.com/8301-13579_3-10058231-37.html (08-01-2014)

⁸ Blogsfer: Tüm bloglar ve onların kendi aralarındaki bağlantıları için kullanılan bir sözcüktür. Bu kavram, blogların, bağlantılı bir topluluk (veya bağlı topluluklar kümesi) olarak veya her yazarın kendi fikrini özgürce ifade edebildiği bir sosyal ağ olarak var olduğunu ima etmektedir. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Blogsfer>- (15-12-2015)

Amerikada yeni medya, elektronik seçim kampanyalarını 2008 yılında kullanmaya başlamış, bu süreçte aday stratejisinin standart bir içeriği haline gelmiştir. Sosyal medya seçmenlere ağ üzerinden iletişim kurma, işbirliği, belirli bir grup oluşturma, ve aktif bir angajman imkanı sağlamaktadır. 2008 yılındaki seçimde özellikle genç seçmenler seçim süreciyle daha aktif bir şekilde ilgilenme imkanını yakalamışlardır. Gençler belirli bir grup kimliği etrafında yapılandırılmış olan organizasyonlar ve siyasal partilere benzer işlevlerin ortaya koyulmasına yardımcı olmuşlardır. (Sabato, 112:2013) 2012 seçimlerinde ise Obama ve Romney'in seçim kampanyaları yüksek oranda sosyal medya çalışmalarına ilişkin olmuştur. Adayların sosyal medya uzmanları tanıtımları sosyal medya platformları üzerinden gerçekleştirmiş ve yüklü oranda enformasyonu bu kanal üzerinden vermişlerdir. Sosyal medyanın güçlü bir şekilde kullanıldığı bu kampanya bir önceki seçim kampanyası ile karşılaştırıldığında aralarında büyük bir fark bulunmaktadır. 2012 seçim kampanyasında seçmenler bir önceki seçim kampanyasına göre adaylara karşı daha ilgisiz olduğundan seçmenleri aktif hale getirmek için seçimlere odaklama çalışmaları yapılmıştır. Böylelikle ana akım medyanın da ilgisi canlı tutulmaya çalışılmıştır. Kampanya sürecinde sosyal medya uygulamaları seçmenlerle bir diyalog kurma platformu olmaktan ziyade yayın teknolojisinin bir uzantısı olarak görülmüştür. Kampanyalar ve siyasal partiler adaylardan gelen binlerce mesaj, video ve reklamı adayın sosyal medya sayfasına yükleyerek destekçiler ve kaynak arasında geri dönüşümlü bir ağ oluşturmuştur. Adayların sosyal medya sayfaları diğer adaydan keskin farklılıklarını ve kişiliklerini yansıtmaktaydı. Mesela Obama gençlere yönelik parodiler ve animasyonlarla gençlerin ilgisini çekmeye çalışmıştır. Siyasi adayın halktan ayrı ve özel bir şahsiyet olmadığının altı çizilmeye ve adaya sempatik bir imaj kazandırılmaya çalışılmıştır.

4. Venezuela Seçim Görsellerinde Chavezyen Maduro İmgesine Sahip Afişler

4.1. Posterlerin İçeriksel Analizi⁹

Seçim esnasında sosyal medyada kullanılan posterlerin analizinde üzerinde durulan konular;

- Bu posterde kullanılan ana renkler hangileridir?
- Posterde hangi semboller kullanılmıştır? Eğer sembol kullanımı varsa; Açık (yorumlaması kolay) mı? Akılda kalıcı mı? Dramatik mi?
- Posterde görsel mi, sözel mi yoksa hem görsel hem sözel mesajlar mı kullanılmıştır?
- Posterin hedef kitlesi kimlerdir?
- Bu posterle izleyenlerde nasıl bir davranış gelişebilir?
- Posterin kullananın amacı nedir?
- En etkili poster; sembolleri sıra dışı, basit ve direk olarak kullanandır. Bu durumda bu etkili bir poster midir?

Poster 1. Maduro'nun seçim mitinginde kullanılan "desde mi corazo Maduro" yazılı Chavez posteri. Bir miting alanında Chavez sivil kıyafetleri içinde asker selamı veriyor.



Ana Renkler	Kırmızı- Sarı- Mavi
Semboller	Chavez 'in fotoğrafı
Sembol Niteliği	Açık (X) Akılda Kalıcı (X) Dramatik (X)
Mesaj	Maduro desde mi corazon
Mesaj Niteliği	Görsel (X) Sözel (X)
Hedef Kitle	Chavez destekçileri
Yaratılmak İstenen Davranış Biçimi ve Amaç	Chavez'in siyasal kimliğinin hala daha varlığını sürdürmesi, Chavez'in hayatta olsaydı Maduro'yu destekleyeceği, bu nedenle seçmenlerin bunu gözününe alarak Maduro'ya oy vermesi.
Etkili mi?	Evet

⁹ Bu içeriksel analiz şablonu, Education Staff, National Archives and Records Administration tarafından geliştirilmiştir. Washington, DC 20408. <http://www.archives.gov/education/lessons/worksheets/poster.html>-(18-11-2015)

Poster 2. Maduro ve Nikaragua Devlet Başkanı Daniel Ortega



Ana Renkler	Kırmızı- Sarı- Yeşil
Semboller	Chavez'in askeri üniforma içindeki fotoğrafı ve Nikaragua Başkanı Ortega. Bolivarcı Üçgen denebilecek bu poster Latin Amerika Birliğini ve Nikaragua'nın Maduro'ya desteğini temsil etmektedir.
Mesaj	Latin Amerika Birliği
Sembol Niteliği	Açık (X) Akılda Kalıcı (X) Dramatik (X)
Mesaj Niteliği	Sözel () Görsel (X)
Hedef Kitle	Tüm Latin Amerika ülkelerinin vatandaşları, Latin Amerika'nın Birliğine inananlar ve Venezuela'lı Ortega hayranları.
Yaratılmak İstenen Davranış Biçimi ve Amaç	Birleşik ve güçlü Latin Amerika için oyların Maduro'ya verilmesi, Latin Amerika liderleri arasındaki dayanışma ve işbirliğinin vurgulanması, Ortega ve Chavez'in destek verdiği Maduro'ya oy verilmesi.
Etkili mi?	Evet

Poster 3. Maduro, Chavez'in yağlıboya tablosu önünde Venezuela bayrağı tasarımlı eşfomaniyla gazetecilere poz verirken



Ana Renkler	Sarı-Kırmızı-Mavi
Semboller	Chavez'in yağlıboya tablosu, Venezuela bayraklı eşofman
Sembol Niteliği	Açık (X) Akılda Kalıcı (X) Dramatik ()
Mesaj	"Chavez daima bizimle ve yanımızda"
Mesaj Niteliği	Görsel (X) Sözel ()
Hedef Kitle	Chavez destekçileri
Yaratılmak İstenen Davranış Biçimi ve Amaç	Chavez'in siyasal kimliğinin hala daha geçerli oluşu, Chavez'in Maduro hükümetinde de varlığını sürdüreceği, Chavez' in yaşasaydı Maduro'yu destekleyeceği, Maduro'nun daima Chavez'in izinden gideceği. Maduro'nun güçlü ulusal duygular taşıdığı.
Etkili mi?	Evet

Poster 4. Maduro'nun seçim mitinginde Chavez ve Bolivar'ın karikatür tekniğiyle yapılmış posterleri.



Ana Renkler	Kırmızı-Sarı-Mavi
--------------------	--------------------------

Semboller	Chavez ve Bolivar Karikatürü, Venezuela bayrakları. Maduro seçim süreci boyunca Chavez'in izinden ayrılmadan Bolivarcı bir propaganda yürütmüştür.
Sembol Niteliği	Açık (X) Akılda Kalıcı (X) Dramatik (X)
Mesaj	"Chavez ve Bolivar daima bizimle"
Mesaj Niteliği	Görsel (X) Sözel ()
Hedef Kitle	Bolivar'ın ve Chavez'in ilkelerini destekleyenler ve Chavez destekçileri
Yaratılmak İstenen Davranış Biçimi ve Amaç	Bolivar ve Chavez'i destekleyenler Maduro'ya oy vermelidir, Bolivar'ın varlığı hatırlanmalı Chavez'in varlığı sürekli kılınmalıdır.
Etkili mi?	Evet

Poster 5. Maduro Chavez'in askeri üniformalı yağlıboya tablosunu taşıırken



Ana Renkler	Mavi-Kırmızı-Yeşil
Semboller	Chavez'in askeri üniformalı tablosu, Venezuela bayraklı eşofman ve şapka
Sembol Niteliği	Açık (X) Akılda Kalıcı (X) Dramatik ()
Mesaj	Chavez her zaman Maduro'nun yanındadır ve onun takipçisidir
Mesaj Niteliği	Görsel (X) Sözel ()
Hedef Kitle	Chavez destekçileri
Yaratılmak İstenen Davranış Biçimi ve Amaç	Chavez'in siyasal mirasçısı olan ve onu daima hatırlayan Maduro, Chavez destekçilerinin oyunu kazanmalıdır.
Etkili mi?	Evet

Poster 6. Maduro, Chavez'in yağlıboya tablosu önünde konuşma yaparken.



Ana Renkler	Kırmızı- Mavi-Sarı
Semboller	Bu görselde hem Chavez hem Maduro takım elbiseyle görülmektedir. Maduro Venezuela bayrağını koluna bant olarak takmıştır. Seçim kampanyası sırasında Maduro tarafından sürekli olarak kullanılan ve milliyetçi duyguları güçlendiren Venezuela bayrağındaki semboller şunlardır; Çiçek: Cattleya Trianae, Slogan: Dios y Federación" "Tanrı ve Federasyon" Ağaç: Araguany (Tabebuia chrysantha) ¹⁰
Sembol Niteliği	Açık (X) Akılda Kalıcı (X) Dramatik ()
Mesaj	Maduro hem görünüm olarak da fikirselle olarak da Chavez'den farksızdır.
Mesaj Niteliği	Görsel (X) Sözel ()
Hedef Kitle	Chavez Destekçileri
Yaratılmak İstenen Davranış Biçimi ve Amaç	Maduro görüntü olarak da Chavez'i andırmaktadır. Tıpkı onun gibi giyinmekte ve poz vermektedir. Chavez'den bir farkı yoktur. Ulusalçı duygular taşımaktadır. Bu nedenle oylar Maduro'ya verilmelidir.
Etkili mi?	Evet

Poster 7. Maduro Chavez'in duvar resminin¹¹ açılış töreninde.

¹⁰ <http://www.worldatlas.com/webimage/countrys/samerica/venezuela/vesymbols.htm> (17-11-2014)

¹¹ Mural (Düvar Resimleri): Düvar resimleri ve sokak sanatı Venezuela'da kültürün ve siyasal aksiyonun önemli bir parçasıdır. Hugo Chavez'in ölümünden iki yıl sonra bile duvar resimleri hala daha kentlerin özellikle başkentte duvarlarında görülebilmektedir.



Ana Renkler	Yeşil-Kırmızı- Sarı- Mavi
Semboller	Chavez'in yağlıboya tablosu, Venezuela bayrak desenli eşofman
Sembol Niteliği	Açık (X) Akılda Kalıcı (X) Dramatik ()
Mesaj	Chavez daima bizimle ve ona saygımız sonsuz.
Mesaj Niteliği	Görsel (X) Sözel ()
Hedef Kitle	Chavez'i destekleyen seçmenler.
Yaratılmak İstenen Davranış Biçimi ve Amaç	Chavez'e saygı göstermek, onu unutmamak, ulusalcı duygularla yaşamak.
Etkili mi?	Evet

Poster 8. Maduro kürsüde miting konuşması yaparken Chavez'in fon olarak kullanıldığı grafiti kürsü



Ana Renkler	Kırmızı-Sarı-Beyaz
Semboller	Chavez grafitisi ¹²
Sembol Niteliği	Açık (X) Akılda Kalıcı (X) Dramatik (X)
Mesaj	"Los Pueblos de Nuestra America Rodilla En Tierra Chavez" (Latin Amerikamızın halkları, hepimiz Chavez'iz)
Mesaj Niteliği	Görsel (X) Sözel (X)
Hedef Kitle	Ortega'yı seven, destekleyenVenezuelalılar ve Chavez destekçileri
Yaratılmak İstenen Davranış Biçimi ve Amaç	Latin Amerika halkları bir bütündür. Chavez bugün yaşasaydı Ortega tarafından da desteklenirdi. Tüm Latin Amerikalılar Chavez'i destekliyor ve seviyordu bu yüzden şimdi Maduro desteklenmelidir.
Etkili mi?	Evet

Poster 9. Maduro ulusal sembollerinden olan ordu ceketini¹³ giymiş bir çocukla Chavez fotoğrafı önünde poz verirken



Ana Renkler	Kırmızı Sarı Mavi
Semboller	Chavez'in fotoğrafı, Venezuela askeri üniforması, Venezuela bayrağı
Sembol Niteliği	Açık (X) Akılda Kalıcı (X) Dramatik (X)

¹² Grafiti: Grafiti, en temel anlamıyla, duvar yazıları ve resimler yoluyla kendini ifade eden bir görsel uygulamadır. Grafik sözcüğünden türetilmiştir. Grafiti, kimi çevrelerce bir sanat dalı olarak kabul edilirken, bir başka bakış açısı da, grafitiyi vandalizm olarak değerlendirmektedir. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Grafiti> 15-12-2016.

¹³ Venezuela ordu ceketini; Venezuela'nın ulusal sembollerinden birisidir. 18 Nisan 1836 yılındaki kongrede resmen kabul edilmiştir. Tarihsel süreçte ufak değişikliklerle bugünkü versiyonuna dönüşmüştür. https://en.wikipedia.org/wiki/Coat_of_arms_of_Venezuela- (18-11-2015)

Mesaj	Ordu, bayrak, millet bütünü içinde yeni nesil Maduro'yu destekliyor.
Mesaj Niteliği	Görsel (X) Sözel ()
Hedef Kitle	Venezuela ordusunu ve Chavez'i destekleyenler, ulusalcılar
Yaratılmak İstenen Davranış Biçimi ve Amaç	Chavez'in ulusal, militer ve dinsel kodlarla biçimlendirdiği Venezuela yola onun siyasal mirasçısı olan Maduro ile devam etmelidir. Yeni neslin garantisi Maduro'dur.
Etkili mi?	Evet

Görsel 1. Venezuela askeri formasındaki arma¹⁴



Poster 10. Maduro Chavez'in yağlıboya tablosunu taşıırken.



Ana Renkler	Kırmızı- Mavi
Semboller	Chavez'in yağlıboya tablosu, Venezuela bayrağı, Venezuela bayraklı eşofman ve şapkalar
Sembol Niteliği	Açık (X) Akılda Kalıcı (X) Dramatik ()
Mesaj	Chavez daima bizimle, aramızda ve hala liderimiz"
Mesaj Niteliği	Görsel (X) Sözel ()
Hedef Kitle	Seçmenler
Yaratılmak İstenen Davranış Biçimi ve Amaç	Chavez daima aramızdadır. Maduro onun takipçisidir.
Etkili mi?	Evet

Poster 11. Chavez; *desde mi corazon*¹⁵



Ana Renkler	Kırmızı-Beyaz-Pembe
Semboller	Chavez ve imzası
Sembol Niteliği	Açık (X) Akılda Kalıcı (X) Dramatik (X)
Mesaj	Maduro Desde Mi Corazon

¹⁴ Arma ulusal bayrağın renklerine bölünmüştür. Kırmızı tarla üzerindeki sarı buğdaylar, ülkenin refahını ve yirmi eyaletin birliğini temsil eder. Sarı zemin üzerinde, kılıç, silah ve mızrak bulunur. İki bayrak figürü zafer temsili olarak defne dalıyla bağlanmıştır. Mavi fon üzerinde ise özgürlük simgesi olan beyaz bir at bulunur. https://en.wikipedia.org/wiki/Coat_of_arms_of_Venezuela- (18-11-2015)

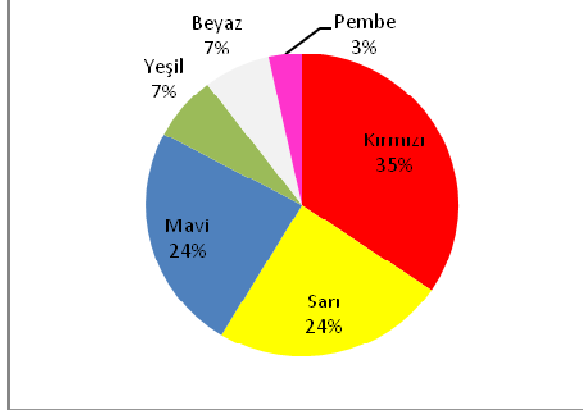
¹⁵ Desde mi corazon: "kalbimden" anlamına gelir. Maduro'nun başkanlık seçim kampanyasının şarkısıdır. Aynı zamanda kampanya sloganı olarak da kullanılmıştır.

Mesaj Niteliği	Görsel (X) Sözel (X)
Hedef Kitle	Chavez destekçileri
Yaratılmak İstlenen Davranış Biçimi ve Amaç	Chavez tüm kalbiyle ve dualarıyla Maduro'yu desteklemektedir. Bu yüzden seçmenler Maduro'ya oy vermelidir.
Etkili mi?	Evet

Sonuç

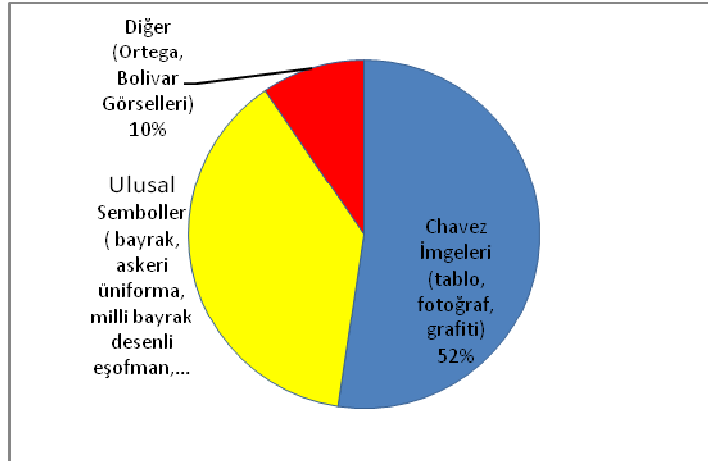
Çalışma kapsamında, seçim döneminde sosyal medya ortamında kullanılan on bir adet afiş seçilmiştir. Bu posterlere biçimsel olarak, kullanılan ana renkler bazında bakılırken, içeriksel olarak posterlerdeki semboller saptanmış, mesajlar belirlenmiş, hedef kitle ortaya çıkarılmış ve tüm bunların sonucunda yaratılmak istenen davranış biçimi ve amaçlar konusunda bir görüşe varılarak görsellerin etkili olup olmadığı sınanmıştır. Poster analizlerindeki niceliksel ve niteliksel verilerin grafiği aşağıda belirtilmiştir.

Grafik 1. Seçim Posterlerinde Kullanılan Ana Renkler



Seçim posterlerinde kullanılan ana renk dağılımına bakıldığında sarı-mavi ve kırmızı rengin baskın olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu renkler Venezuela bayrağının renkleridir. Maduro'nun kampanyası milli sembollerin yoğun kullanıma dayanmakta ve ulusalcı bir çizgi izlemektedir. Bu ana renkler bayrak dışında, şapka ve eşofman olarak da Maduro'nun üzerinde görülmektedir. Maduro gazetecilere poz verirken sıkça bu renkler içinde olmaya özen göstermiştir. Bunun yanında görsel kültürün Venezuela halkı arasındaki yerine bakıldığında; Latin Amerika'nın sıcak ve renkli doğasının, müziğinin, anlatılarının vb. unsurların bu renklerin yoğun kullanımına neden olduğu görülmektedir.

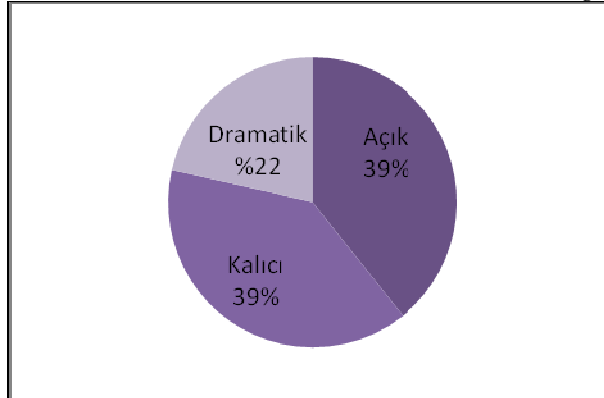
Grafik 2. Seçim Posterlerinde Kullanılan Semboller



Seçim posterlerinde kullanılan sembollere bakıldığında Chavez'in görsellerinin hemen hemen tüm posterlerde yer aldığı görülür. Kampanya ağırlık olarak Chavez imgesi üzerine yapılandırılmıştır. Chavez, Venezuela halkını ve Maduro'yu sürekli olarak izler durumdadır. Chavez görselleri genellikle fotoğraf ve yağlıboya tablo olarak sunulmuştur. Bunun yanında 2013 Venezuela seçimlerinde ulusal sembollerin yoğun bir şekilde kullanıldığı görülmektedir. Maduro hemen hemen tüm görsellerinde bu sembollere yer vermiştir. Venezuela'nın ulusal sembolleri; bayrak, ordu ceketi ve ulusal marşidir. Maduro'nun seçim mitingi sırasında ulusal sloganların gerek halk tarafından gerekse görsellerde özellikle duvar resimlerinde sıkça kullanıldığı göze çarpmaktadır.

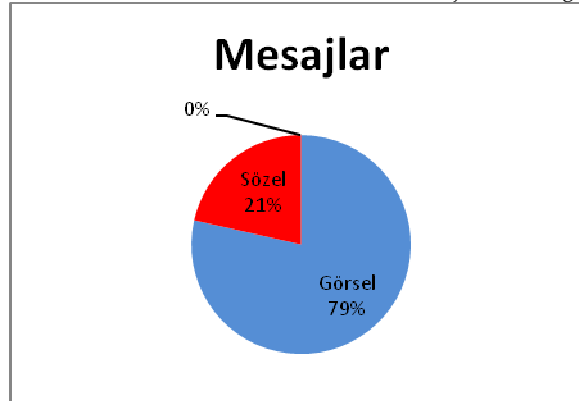
Venezula'nın siyasi platformunda sıkça kullanılan sloganları; honor y lealtad; onur ve sadakat, tumba de sus tiranos; zalimlerinin mezarı, dios y federación ; tanrı ve federasyon, ocassus servititis; köleliğin sonu, la paz en la federación; federasyonda barış, ıgualdad, libertad, propiedad y seguridad; eşitlik, özgürlük, uygunluk ve güvenlik¹⁶

Grafik 3. Seçim Posterlerinde Kullanılan Sembollerin Niteliği



Seçim posterlerinin geneline bakıldığında verilen mesajların açık, net, herkes tarafından anlaşılabilir olduğu görülmektedir. Maduro'nun kampanyası son derece yalın bir biçimde, isteklerini ve hedeflerini ortaya koyabilen, geleneksel bir anlayışla dijital medyanın teknik desteğinin alındığı bir kampanyadır. Seçmenler Maduro'nun talepleri konusunda net bir bilgi sahibi olmuştur. Kampanya, sosyal medya kullanımı nedeniyle sadece Venezuela içinde değil dış ülkelerde de özellikle sol ideolojiyi benimseyen gençler tarafından yoğun bir biçimde takip edilmiştir. Chavez'in uluslararası nitelikteki ikonik lider imajı tüm dünya kamuoyu üzerinde etkili bir şekilde kullanılmıştır.

Grafik 4. Seçim Posterlerinde Kullanılan Mesajların Niteliği



Seçim posterlerinde görsel motifler sözel düzenlemeye göre daha yoğun bir biçimde kullanılmıştır. Özellikle "desde mi corazon" cümlesi kampanyanın kilit mesajı haline gelmiştir. % 95.5'i okuryazar olan bir ülkede bu durum kaçınılmazdır. Kampanya gücünü görsellerden almak yerine sözel düzenlemelere gitmiştir. Kampanyanın bütününe bakıldığında seçimlerin hem ülke içi hem de ülke dışı kamuoyuna yönelik güçlü bir gövde gösterisi olarak organize edildiği görülmektedir. Bunun yanında Venezuela'nın kendi bölgesinde Latin Amerika liderliğine soyunan durumu da göze çarpmakta, ABD'ye de gizli bir mesaj gönderilmektedir. Bu seçimler sadece siyasal bir aktiviteyi değil, Venezuela'nın, ulusalcılık, solculuk ve Katolikliğin birlikteliğiyle oluşturduğu melez bir yapılanmayı ifade etmektedir. Maduro seçimlerden galip çıkmış olsa bile uzun dönem boyunca Chavez'in gölgesinde kalan bir politika izleyeceği açıktır. Maduro'nun kazandığı oylar sadece muhalefet partisinin kaybı olarak değil, ABD destekli bir muhalefet anlayışının yenilgisine ilişkin olarak da değerlendirilmelidir.

KAYNAKÇA

- NUCCETELLI Susana.,SCHUTTE Ofelia, BUENO Otávio. (2010). *A Companion To Latin American Philosophy*, Singapore: Blackwell Publishing.
- BERNIN Christopher G., NICHIPORUK Brian, STAHL Dale, BECK Justin, SANCHEZ Ricky Radaelli. (2008). *Unfolding The Future Of The Long War: Motivations, Prospects, Motivations, Prospects, and Implications For The U.S. Army*. Santa Monica: Rand Corporation.
- CHAPLIN Ari. (2014). *Chavez's Legacy: The Transformation From Democracy To A Mafia State*, USA: University Press Of America. University Press of America.
- RIDOUT Travis (2013). "CeDEM 12 Conference for E-Democracy and Open Government 3-4 May 2012 Danube University Austria", "New Directions in Media and Politics", Newyork: Routledge.

¹⁶ https://tr.wikipedia.org/wiki/%C3%9Cİke_sloganlar%C4%B1n%C4%B1n_listesi- (18-11-2015)

SABATO Larry J. (2013). *Barack Obama and the New America: The 2012 Election and the Changing Face of Politics*, UK: Rowman&Littelfield.
<http://phys.org/news/2012-08-venezuelan-election-social-media.html> (08-01-2014)
<http://www.nationalturk.com/venezuela-yerel-secimlerinde-zafer-sosyalistlerin-154346#.Us6qNPRdVe8> (08-01-2014)
http://www.bbc.co.uk/turkce/haberler/2013/12/131209_venezuela_yerelsecim.shtml (08-01-2014)
<http://www.cubiccreative.com/blog/index.php/2011/11/09/social-media-politics/> (08-01-2014)
<http://www.flickr.com/photos/infobahn/2906969971/> (08-01-2014)
http://news.cnet.com/8301-13579_3-10058231-37.html (08-01-2014)
<https://tr.wikipedia.org/wiki/Blogosfer> (15-12-2015)
<http://www.archives.gov/education/lessons/worksheets/poster.html> (18-11-2015)
<http://www.worldatlas.com/webimage/countrys/samerica/venezuela/vesymbols.htm> (17-11-2014)
https://en.wikipedia.org/wiki/Coat_of_arms_of_Venezuela (18-11-2015)
https://tr.wikipedia.org/wiki/%C3%9Clke_sloganlar%C4%B1n%C4%B1n_listesi (18-11-2015)
https://en.wikipedia.org/wiki/Coat_of_arms_of_Venezuela (18-11-2015)