

T. C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO-TELEVİZYON-SİNEMA ANABİLİM DALI

Doktora Tezi

**GÜNDELİK HAYAT PRATIĞİNİN BİÇİMLENMESİNDE İLETİŞİM
ARAÇLARININ ROLÜ: SİYASAL BİLGİLENME ARACI OLARAK
İNTERNET VE GENÇLER**

ASUMAN KUTLU

2502100326

TEZ DANIŞMANI

PROF. DR. NİLÜFER TİMİSİ NALÇAOĞLU

İSTANBUL-2015

DOKTORA

TEZ ONAYI

ÖĞRENCİNİN

Adı ve Soyadı : ASUMAN KUTLU

Numarası : 2502100326

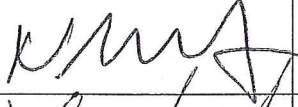
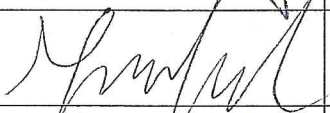
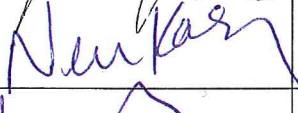

Anabilim/Bilim Dalı : RADYO TV SİNEMA


Tez Savunma Tarihi : 11.02.2015

Danışman : PROF. DR. NİLÜFER TİMİSİ NALÇAOĞLU Tez Savunma Saati : 14:00

Tez Başlığı : "GÜNDELİK HAYAT PRATİĞİNİN BİÇİMLENMESİNDE İLETİŞİM ARAÇLARININ ROLÜ: SİYASAL BİLGİLENME ARACI OLARAK İNTERNET VE GENÇLER"

TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'nin 50. Maddesi uyarınca yapılmış, sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin KABULÜNE OYBİRLİĞİ / ~~OYÇOKLUĞUYLA~~ karar verilmiştir.

| JÜRİ ÜYESİ | İMZA | KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME) |
|--------------------------------------|--|-------------------------------------|
| 1- PROF.DR. NİLÜFER TİMİSİ NALÇAOĞLU |  | KABUL |
| 2- PROF. DR. NAZİFE GÜNGÖR |  | KABUL |
| 3- PROF. DR. NEŞE KARS |  | KABUL |
| 4- PROF. DR. HAŞAN AKBULUT |  | KABUL |
| 5- DOÇ. DR. MURAT İRİ | | |

| JÜRİ ÜYESİ | İMZA | KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME) |
|---|---|-------------------------------------|
| 1- DOÇ. DR. AHSEN DENİZ MORVA KABLAMACI |  | KABUL |
| 2- YRD. DOÇ. DR. HALE TORUN | | |

GÜNDELİK HAYAT PRATIĞİNİN BİÇİMLENMESİNDE İLETİŞİM ARAÇLARININ ROLÜ: SİYASAL BİLGİLENME ARACI OLARAK İNTERNET VE GENÇLER

ASUMAN KUTLU

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, gençlerin çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarını kullanımlar ve doyumlar çerçevesinde ortaya koymak, çevrimiçi siyasal katılma davranışlarını keşfetmek ve bunların, çevrimdışı siyasal katılım ve medya kullanımı değişkenleriyle olan ilişkisini incelemektir. Öncelikle konuya ilişkin literatür taraması gerçekleştirilerek, teorik bir çerçeve oluşturulmuştur. Araştırma grubu İstanbul'da yaşayan ve yaşları 18-22 arasında değişen ve orantılı tabakalama yöntemiyle belirlenen 600 gençten oluşmaktadır. Verilerin değerlendirilmesinde SPSS (Statistical Package for Social Sciences) programı kullanılmıştır. Elde edilen verilerin çözüm ve yorumlanması için, korelasyon ve regresyon testleri, açıklayıcı faktör analizi, T testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve tukey post hoc testi uygulanmıştır. Araştırma sonucunda gençlerin en çok gerçekleştirdikleri siyasal katılma davranışının oy verme olduğu görülmüştür. Bunu, siyasal bilgilenmeye yönelik medya kullanımıyla ilgili katılım biçimleri takip ederken, gençlerin daha aktif siyasal katılım gerektiren davranışları sergilemedikleri bulgulanmıştır. Katılımcıların siyasal bilgilenmek için kullandıkları birincil kitle iletişim aracı televizyondur ve bunu internet takip etmektedir. Gençlerin siyasal bilgilenmek ve katılmak için en çok kullandıkları platformlar sosyal ağlardır ve gerçekleştirilen faktör analizine göre, bilgilenme, rehberlik/gözlemleme ve eğlence/sosyal fayda olmak üzere gençleri siyasal bilgilenme konusunda motive eden 3 temel unsur bulunmaktadır. Ayrıca, çevrimiçi siyasal katılım davranışlarına yönelik gerçekleştirilen faktör analizi, çevrimiçi siyasal paylaşım, sosyal medyada siyasal paylaşım ve çevrimiçi siyasal eylem/protesto olmak üzere 3 önemli unsur ortaya çıkarmıştır. Gerçekleştirilen korelasyon analizleri neticesinde çevrimiçi ve çevrimdışı siyasal katılım, çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları ve çevrimiçi katılım arasında anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Regresyon analizi bulgularına göre, çevrimdışı siyasal katılım ve çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları, çevrimiçi katılımı arttırmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Çevrimiçi siyasal bilgilenme, çevrimiçi siyasal katılım, kullanımlar ve doyumlar, internet

THE ROLE OF MEDIA IN SHAPING EVERYDAY LIFE: INTERNET AS A MEANS OF POLITICAL INFORMATION AMONG YOUNG PEOPLE

ASUMAN KUTLU

ABSTRACT

This study aims to reveal uses and gratifications of accessing online sources and online political participation behaviours of young people and their relationship with two variables which are offline political participation and media use. In accordance with this purpose, we reviewed the related literature and constructed a theoretical framework. The research group sampled by proportional stratified technique includes 600 Istanbul residents who are aged between 18-22. SPSS (Statistical Package for Social Sciences) was used to evaluate data. In order to resolve and interpret data obtained after conducted analysis, correlation, regression, T-test, one-way analysis of variance (ANOVA) and tukey post hoc tests were done. As a result, this research shows that most frequently displayed offline political participation is voting. While information-oriented political participation behaviours related to media use follows voting, it is found that young people do not exhibit behaviours requiring a more active participation. In addition to this, most frequently preferred media to obtain political participation is television. The internet takes the second place. The young use social networks more frequently than other platforms to be politically informed and participate online. On the other hand, a factor analysis revealed 3 primary motivations to access online political information which are information, guidance/surveillance, entertainment/ social utility. Furthermore, another factor analysis revealed 3 online political behaviours: online political sharing, sharing on social media and online political action/protest. Correlation tests conducted showed that online/offline political participation, online political information motivations and online political participation have an impact on each other. According to regression analysis results, offline political participation and online political information motives increase online political participation.

Key Words: Online political information, online political participation, offline political participation, uses and gratifications, the Internet.

ÖNSÖZ

Bilginin varlığı, algılanması ve konumlandırılması insanlık tarihi kadar eski olmakla birlikte, bilgi, bilgiye erişim, bilginin dağıtılması ve paylaşılması ile demokratik bir toplum arasındaki ilişki özellikle 1990'lardan sonra yapılan internet odaklı iletişim araştırmalarının merkezinde yer almaktadır. İnternetin yaygınlık kazanmasıyla birlikte iletişim ortamları çoğullaşmış ve bireyler özellikle siyasal bilginin üreticisi aynı zamanda tüketicisi olarak bilgilenme sürecinde daha etkin rol oynamaya başlamıştır. Konvansiyonel medyada siyasal sürecin işleyişiyle ilgili kamuoyunun hiyerarşik bir şekilde tek yönlü olarak gerçekleşen bilgi akışının, bugün yurttaşların da dahil olduğu çok yönlü bir şekilde gerçekleşmesinin bilgiyi demokratikleştireceğine, iktidarların bilgiyi saklama güçlerinin de aynı oranda azalacağına inanılmaktadır. Bilginin denetlenemiyor olması, internetin demokratik olma açısından en önemli tarafı olarak gösterilmektedir. Dolayısıyla, bilginin diğer bir ifadeyle iktidarın paylaşılmasının, kişilerin siyasal ilgi ve katılımlarının artmasına, siyasal aktörler ve yurttaşlar arasında daha etkili bir iletişim yaratarak katılımcı demokrasiyi sağlayacağına inanılmaktadır çünkü siyasal bilgi kaynakları çeşitlendikçe, toplumun siyasete ilişkin bilgisi artmakta ve bilgi dağılımı arasındaki farklar ortadan kalkmaktadır. Bunun da, iktidarı daha demokratik hareket etmeye zorlayacağı, kişilerin daha etkin bir siyasal katılım göstermelerini sağlayacağı düşünülmektedir. Son yıllarda internet kullanımı ekseninde yapılan pek çok çalışmanın, internet kullanımının çevrimdışı siyasal katılımı artırma ya da kişilerin çevrimiçi mecraları kullanma nedenleri ve elde ettikleri doyumlar üzerine gerçekleştirildiği görülmektedir. Ancak siyasal katılmanın boyutlarından biri olarak kabul edilen siyasal bilgilenme ve internet ilişkisine, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde ya da kişilerin internette gerçekleştirdikleri siyasal katılma davranışlarına yoğunlaşmadığı gözlenmektedir. Siyasal bilgilenme ve katılma davranışlarını çevrimiçi ortamlarda sorgulayan bu çalışma, gençlerin çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları ve katılım davranışlarını, gerçek hayatta gösterdikleri siyasal katılım biçimlerinin çevrimiçi katılmaya etkisini incelemektedir.

Bu doktora tezinin konusunun belirlenmesinden tamamlanmasına kadar geçen her süreçte benden hiçbir şekilde yardımını esirgemeyen değerli hocam ve danışmanım Prof. Dr. Nilüfer Timisi'ye, yüksek lisans yıllarımdan bu yana her daim ufkumu açan ve bana destek olan sevgili hocam Prof. Dr. Neşe Kars'a, değerli yönlendirmeleriyle bana yol gösteren sayın hocam Prof. Dr. Nazife Güngör'e ve bu zorlu süreçte benden desteklerini esirgemeyen aileme, başta sevgili Evin Doğan olmak üzere bütün arkadaşlarıma çok teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

| | |
|---|-----|
| ÖZ | ii |
| ABSTRACT | iii |
| ÖNSÖZ | iv |
| ŞEKİLLER LİSTESİ | xi |
| TABLolar LİSTESİ | xii |
| GİRİŞ | 1 |
| BİRİNCİ BÖLÜM: SİYASAL KATILMANIN ÖNCÜLÜ OLARAK SİYASAL BİLGİLENME | 14 |
| 1.1. Bilginin Tanımı ve Kapsamı | 14 |
| 1.2. Bilginin Kaynağına Yönelik Epistemolojik Tartışmalar | 17 |
| 1.3. Bilginin Sınıflandırılması | 23 |
| 1.4. Bilgi ve Siyaset İlişkisi | 29 |
| 1.4.1. Siyasal Bilgilenme | 32 |
| 1.4.2. Siyasal Bilgilenmeden Siyasal Katılmaya | 34 |
| 1.4.2.1. Siyasal Katılma Biçimleri | 37 |
| 1.4.3. Siyasal Bilgilenme ve Katılma Davranışlarını Etkileyen Faktörler | 41 |
| 1.4.3.1. Sosyo-Ekonomik Faktörler | 42 |
| 1.4.3.2. Yaş | 44 |
| 1.4.3.3. Cinsiyet Rollerini | 46 |
| 1.4.3.4. Medya Kullanımı | 48 |
| İKİNCİ BÖLÜM: SİYASAL BİLGİLENME VE KATILMA ORTAMI OLARAK YENİ MEDYA | 54 |

| | |
|--|------------|
| 2.1. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme..... | 54 |
| 2.1.1. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme ve Katılma Platformları..... | 59 |
| 2.1.1.1.Sosyal Ağlar..... | 60 |
| 2.1.1.2. Forumlar | 62 |
| 2.1.1.3. Bloglar | 64 |
| 2.1.1.4. Siyasal İçerikli Web Siteleri ve Çevrimiçi Gazeteler | 66 |
| 2.1.1.5. Wikiler | 70 |
| 2.1.1.6.İçerik Paylaşım Siteleri..... | 71 |
| 2.1.1.7.Mikroblogculuk: Twitter | 72 |
| 2.2. Medya, Kamuoyu, Kamusal Alan ve Siyasal Katılım..... | 75 |
| 2.2.1. Liberal Çoğulcu Medya Kuramı ve Siyasal Katılma | 78 |
| 2.2.2. Kamusal Alana Kuramsal Bir Bakış | 83 |
| 2.2.2.1. Sanal Kamusal Alanlar | 92 |
| 2.3. Siyasal Bilgilenme ve Katılma Açısından Yeni Medya ve Geleneksel Kitle İletişim Araçlarının Karşılaştırılması | 106 |
| 2.3.1. Yeni Medyada Bilginin Çarpıtılması: Dezenformasyon..... | 114 |
| ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: KULLANIMLAR VE DOYUMLAR YAKLAŞIMI ÇERÇEVESİNDE ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ VE UYGULAMA SÜRECİ | 125 |
| 3.1. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı ve Yeni Medya Çalışmaları | 125 |
| 3.1.1. Siyasal Bilgilenme ve Sağladığı Doyumlar | 133 |
| 3.1.2. Teknolojiye Dayalı Kuşaklar Sınıflandırması: Dijital Yerliler Kavramı | 139 |
| 3.2.Problem..... | 143 |

| | |
|---|------------|
| 3.3. Çalışmanın Modeli ve Hipotezler..... | 144 |
| 3.4. Araştırmanın Önemi | 148 |
| 3.5. Varsayımlar..... | 148 |
| 3.6. Sınırlılıklar..... | 149 |
| 3.7. Yöntem ve Veri Toplama Tekniği..... | 149 |
| 3.7.1. Evren ve Örneklem..... | 151 |
| 3.7.2. Veri Toplama Aracının Oluşturulması..... | 154 |
| 3.7.3. Verilerin Analizi..... | 157 |
| DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: “SİYASAL BİLGİLENME ARACI OLARAK İNTERNET” ALAN ARAŞTIRMASI VERİLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ | 160 |
| 4.1. Katılımcıların Demografik ve Tanımlayıcı Özellikleri | 160 |
| 4.2. Katılımcıların Çevrimdışı Siyasal Katılım Davranışları..... | 163 |
| 4.2.1. Sosyo-demografik Özellikler ve Çevrimdışı Siyasal Katılım..... | 166 |
| 4.2.2. Medya Kullanımı ve Çevrimdışı Siyasal Katılım | 170 |
| 4.3. Katılımcıların Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonları | 176 |
| 4.3.1. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarına İlişkin İfadelerin Ortalamaları..... | 176 |
| 4.3.2. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarına İlişkin Faktör Analizi..... | 179 |
| 4.3.2.1. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Demografik ve Tanımlayıcı Özelliklere Göre Farklılaşma Durumu | 182 |
| 4.3.2.1.1. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu | 183 |
| 4.3.2.1.2. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Yaşa Göre Farklılaşma Durumu | 184 |

| | |
|--|-----|
| 4.3.2.1.3. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Eğitim Seviyesine Göre Farklılaşma Durumu | 185 |
| 4.3.2.1.4. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Medeni Duruma ve Çocuk Sahipliğine Göre Farklılaşma Durumu | 187 |
| 4.3.2.1.5. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Çalışma Durumuna Göre Farklılaşma Durumu | 188 |
| 4.3.2.1.6. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Katılımcıların Gelir Durumuna Göre Farklılaşma Durumu | 189 |
| 4.3.2.1.7. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının, Siyasal Bilgilenmek için Kullanılan Kitle İletişim Araçlarına Göre Farklılaşma Durumu | 190 |
| 4.3.2.1.8. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Haftalık İnternet Kullanma Süresine Göre Farklılaşma Durumu | 192 |
| 4.3.2.1.9. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Haftalık Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Sıklığına Göre Farklılaşma Durumu | 193 |
| 4.3.2.1.10. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının İnternette Edinilen Bilginin, Siyasal Düşünceleri Üzerinde Bir Etkide Bulunma Durumuna Göre Farklılaşma Durumu | 195 |
| 4.3.2.1.11. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının İnternetteki Siyasal Bilgiyi Güvenli Bulma Durumuna Göre Farklılaşması | 196 |
| 4.3.2.1.12. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Katılımcıların Çevrimiçi Siyasal Bilginin Kontrol Alınması Gerekliliğine Yönelik Düşüncelerine Göre Farklılaşması | 197 |
| 4.4. Katılımcıların Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme ve Katılım Platformlarının Kullanım Sıklıkları | 198 |
| 4.5. Çevrimiçi Siyasal Katılım | 200 |

| | |
|--|-----|
| 4.5.1. Çevrimiçi Siyasal Katılma Davranışlarına Yönelik Faktör Analizi..... | 207 |
| 4.5.1.1. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu | 210 |
| 4.5.1.2. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Yaşa Göre Farklılaşma Durumu | 211 |
| 4.5.1.3. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Eğitim Seviyesine Göre Farklılaşma Durumu | 213 |
| 4.5.1.4.Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerin Medeni Duruma ve Çocuk Sahipliğine Göre Farklılaşma Durumu | 215 |
| 4.5.1.5. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Çalışma Durumuna Göre Farklılaşması..... | 217 |
| 4.5.1.6. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Gelir Durumuna Göre Farklılaşması..... | 219 |
| 4.5.1.7. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Siyasal Bilgilenmek için Kullanılan Kitle İletişim Araçlarına Göre Farklılaşma Durumu | 220 |
| 4.5.1.8. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Haftalık İnternet Kullanma Süresine Göre Farklılaşma Durumu..... | 222 |
| 4.5.1.9. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Haftalık Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Sıklığına Göre Farklılaşması | 225 |
| 4.5.1.10. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Çevrimiçi Edinilen Bilginin Siyasal Düşünceleri Üzerinde Bir Etkide Bulunma Durumuna Göre Farklılaşması..... | 227 |
| 4.5.1.11. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Çevrimiçi Siyasal Bilgiyi Güvenli Bulma Durumuna Göre Farklılaşma Durumu | 228 |

| | |
|---|-----|
| 4.5.1.12.Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Çevrimiçi Siyasal Bilginin Kontrol Altına Alınması Gerekliliğine Yönelik Düşüncelerine Göre Farklılaşma Durumu | 229 |
| 4.6. Çevrimdışı Siyasal Katılım ve Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörleri Arasındaki İlişki | 229 |
| 4.7. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörleri ile Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonları Arasındaki İlişkinin Korelasyon Analizi ile İncelenmesi | 230 |
| 4.8. Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeyinin Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörleri Üzerine Etkisi | 233 |
| 4.9. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Çevrimiçi Siyasal Katılım Üzerine Etkisi | 235 |
| SONUÇ | 240 |
| ÖZGEÇMİŞ | 285 |

ŞEKİLLER LİSTESİ

| | |
|--|-----|
| Şekil 1. Siyasal Seçkinler Ve Siyasal Zemin Arasındaki Medya | 95 |
| Şekil 2. Araştırmanın Modeli..... | 145 |

TABLolar LİSTESİ

| | |
|--|-----|
| Tablo 1. Geleneksel Kamusal Alan Ve Yeni Kamusal Alan Arasındaki Farklar | 99 |
| Tablo 2. Örneklem Dağılımı..... | 153 |
| Tablo 3. Katılımcıların Demografik ve Tanımlayıcı Özelliklerine Göre Dağılımı..... | 161 |
| Tablo 4. Çevrimdışı Siyasal Katılma Maddelerinin Yüzdelerik Dağılımları | 164 |
| Tablo 5. Katılımcıların Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeylerinin Ortalaması | 165 |
| Tablo 6. Katılımcıların İçinde Buldukları Yaş Kategorilerinin Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeylerinin Göre Ortalamaları | 166 |
| Tablo 7. Katılımcıların Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeylerinin Eğitim Seviyesine Göre Ortalamaları | 167 |
| Tablo 8. Katılımcıların Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeylerinin Çalışma Durumuna Göre Ortalamaları | 169 |
| Tablo 9. Katılımcıların Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeylerinin Aylık Geliri Göre Ortalamaları | 169 |
| Tablo 10. Katılımcıların Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeylerinin Gündemdeki Siyasal Konularla İlgili Haberleri Aldığı Kitle İletişim Aracı Göre Ortalamaları..... | 171 |
| Tablo 11. Katılımcıların Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeylerinin Haftalık İnternet Kullanma Süresi Göre Ortalamaları | 172 |
| Tablo 12. Katılımcıların Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeylerinin Siyasal Gündem Hakkında Bilgi Edinmek Amacıyla Haftalık İnternet Kullanma Süresi Göre Ortalamaları | 173 |
| Tablo 13. Katılımcıların Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeylerinin İnternet Üzerinden Edindiği Bilginin, Siyasal Düşünceleri Üzerinde Bir Etkide Bulunma Durumuna Göre Ortalamaları | 174 |
| Tablo 14. Katılımcıların Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeylerinin İnternetteki Siyasal Bilgiyi Güvenli Bulma Durumu Göre Ortalamaları | 174 |

| | |
|--|-----|
| Tablo 15. Katılımcıların Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeylerinin Kendisine Göre İnternetteki Siyasal Bilginin Kontrol Altına Alınması Gerekliği Göre Ortalamaları | 175 |
| Tablo 16. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarına İlişkin İfadelerin Ortalamaları 1 | 176 |
| Tablo 17. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarına İlişkin İfadelerin Ortalamaları 2 | 177 |
| Tablo 18. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Ölçeği Faktör Yapısı | 180 |
| Tablo 19. Katılımcıların Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Faktörlerinin Ortalamaları | 181 |
| Tablo 20. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu | 183 |
| Tablo 21. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Yaşa Göre Farklılaşma Durumu | 184 |
| Tablo 22. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Eğitim Seviyesine Göre Farklılaşma Durumu | 186 |
| Tablo 23. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Çalışma Durumuna Göre Farklılaşma Durumu | 188 |
| Tablo 24. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Katılımcıların Gelir Durumuna Göre Farklılaşma Durumu | 190 |
| Tablo 25. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Siyasal Bilgilenmek için Kullanılan Kitle İletişim Araçlarına Göre Farklılaşma Durumu | 191 |
| Tablo 26. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Haftalık İnternet Kullanma Süresine Göre Farklılaşma Durumu | 192 |
| Tablo 27. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Haftalık Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Sıklığına Göre Farklılaşma Durumu | 194 |
| Tablo 28. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının İnternette Edinilen Bilginin, Siyasal Düşünceleri Üzerinde Bir Etkide Bulunma Durumuna Göre Farklılaşma Durumu | 195 |

| | |
|--|-----|
| Tablo 29. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının İnternetteki Siyasal Bilgiyi Güvenli Bulma Durumuna Göre Farklılaşması | 196 |
| Tablo 30. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Katılımcıların Çevrimiçi Siyasal Bilginin Kontrol Alınması Gerekliliğine Yönelik Düşüncelerine Göre Farklılaşması..... | 197 |
| Tablo 31. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme ve Katılım Platformlarının Kullanım Sıklıkları | 198 |
| Tablo 32. Katılımcıların “Çevrimiçi Siyasal Katılım” İle İlgili İfadelere Verdiği Cevapların Dağılımları 1 | 201 |
| Tablo 33. Katılımcıların “Çevrimiçi Siyasal Katılım” İle İlgili İfadelere Verdiği Cevapların Dağılımları 2..... | 202 |
| Tablo 34. Çevrimiçi Siyasal Katılım Ölçeği Faktör Yapısı | 208 |
| Tablo 35. Katılımcıların Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Ortalamaları | 209 |
| Tablo 36. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu | 211 |
| Tablo 37. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Yaşa Göre Farklılaşma Durumu | 212 |
| Tablo 38. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Eğitim Durumuna Göre Farklılaşma Durumu | 214 |
| Tablo 39. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Medeni Durumu Göre Farklılaşma Durumu | 216 |
| Tablo 40. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Çocuk Sahipliğine Göre Farklılaşma Durumu | 217 |
| Tablo 41. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Çalışma Durumuna Göre Farklılaşması | 218 |
| Tablo 42. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Aylık Gelire Göre Farklılaşması | 220 |
| Tablo 43. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Siyasal Bilgilenmek için Kullanılan Kitle İletişim Araçlarına Göre Farklılaşması..... | 221 |
| Tablo 44. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Haftalık İnternet Kullanma Süresine Göre Farklılaşması..... | 223 |

| | |
|--|-----|
| Tablo 45. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Haftalık Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Sıklığına Göre Farklılaşması | 225 |
| Tablo 46. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Çevrimiçi Edinilen Bilginin Siyasal Düşünceleri Üzerinde Bir Etkide Bulunma Durumuna Göre Farklılaşması | 227 |
| Tablo 47. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Çevrimiçi Siyasal Bilgiyi Güvenli Bulma Durumuna Göre Farklılaşması | 228 |
| Tablo 48. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Çevrimiçi Siyasal Bilginin Kontrol Altına Alınması Gerekliliğine Göre Farklılaşması | 229 |
| Tablo 49. Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeyi ile Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörleri Arasındaki İlişkinin Korelasyon Analizi ile İncelenmesi | 230 |
| Tablo 50. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörleri ile Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonları Arasındaki İlişkinin Korelasyon Analizi ile İncelenmesi | 231 |
| Tablo 51. Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeyinin Çevrimiçi Siyasal Paylaşım Düzeyi Üzerine Etkisi | 233 |
| Tablo 52. Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeyinin Sosyal Medyada Siyasal Paylaşım Düzeyi Üzerine Etkisi | 234 |
| Tablo 53. Gençlerin Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeylerinin Çevrimiçi Siyasal Eylem/Protesto Üzerine Etkisi..... | 234 |
| Tablo 54. Gençlerin Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeylerinin Çevrimiçi Siyasal Katılma Üzerine Etkisi | 235 |
| Tablo 55. Gençlerin Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Çevrimiçi Siyasal Paylaşım Üzerine Etkisi..... | 236 |
| Tablo 56. Gençlerin Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Sosyal Medyada Siyasal Paylaşım Üzerine Etkisi | 237 |
| Tablo 57. Gençlerin Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Sosyal Medyada Siyasal Paylaşım Üzerine Etkisi | 238 |
| Tablo 58. Gençlerin Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Çevrimiçi Siyasal Katılım Genel Puanı Üzerine Etkisi | 238 |

| | |
|---|-----|
| Tablo 59. Gençlerin Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Genel Puanının Çevrimiçi Siyasal Katılım Genel Puanı Üzerine Etkisi | 239 |
|---|-----|

KISALTMALAR LİSTESİ

AB: Avrupa Birliği

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

A.e.: Aynı eser

A.g.e.: Adı geçen eser

AKP: Adalet ve Kalkınma Partisi

C:Cilt

CIA: Central Intelligence Agency

CNN: Cable News Network

Çev:Çeviren

G.S.B.:Gençlik ve Spor Bakanlığı

No:Sayı

s.:Sayfa

TÜİK:Türkiye İstatistik Kurumu

v.d.: ve diğerleri

Yay. haz.:Yayına hazırlayan

GİRİŞ

1990’lardan itibaren hızla gelişen dijital teknolojinin altyapısını oluşturduğu ve kullanıcıya veya hedef kitlesine etkileşim olanağı sağlayan, çevrimiçi (online) ve çevrimdışı (offline) medyanın bir birleşimi olarak tanımlanan yeni medya, günümüzde giderek genişlemiş ve farklı uygulamaları içerir hale gelmiştir. Jan Van Dijk’a göre, yeni medyayı konvansiyonel medyadan ayıran en önemli yapısal karakteristik uzaktan iletişimin, veri iletişiminin ve kitle iletişiminin tek bir araçta bir araya gelmesidir. Bu süreç “yöndeşme” olarak da adlandırılmakta, yeni medya sıklıkla multimedya olarak ifade edilmektedir.¹ Henry Jenkins de, kitle iletişim araçlarının tekelleştiği ve tek bir merkezden yönetildiği büyük iletişim ağlarının aksine, yöndeşmenin, matbaa ya da mikrobilgisayarların yaptığı gibi iletişim yollarını yayarak, dağıtarak ve kolaylıkla ulaşılabilir kılarak özgürlüğün güçlenmesini sağladığının altını çizmektedir. Medya yöndeşmesi sadece teknolojik bir değişim değildir, yöndeşme, teknolojiler, endüstriler, pazarlar, medya çeşitleri ve tüketiciler arasındaki ilişkileri başkalaştıran bir süreçtir. Yöndeşme, medya endüstrilerinin işleme mantığıyla birlikte medya tüketicilerinin haberi ve eğlenceyi tüketme mantığını da değiştirmiştir. Bugün, ders çalışan bir öğrenci aynı anda arkadaşlarıyla konuşabilmekte, müzik dinleyebilmekte ya da internette gezinebilmektedir. Benzer şekilde popüler bir televizyon dizisinin takipçileri, dizi bölümlerinin özetini yayınlama, tartışma forumları açabilme ya da kendi filmlerini üreterek bunu, internet aracılığıyla bütün dünyaya yayabilme imkanına sahiptir. Jenkins ayrıca, yöndeşmenin bir bitiş noktasına değil bir sürece işaret ettiğinin unutulmaması gerektiğini de vurgulamaktadır. Bugün yaşanan yöndeşme kültürünün içinde medya

¹ Jan Van Dyke, **The Network Society: Social Aspects of New Media**, Second Edition, Great Britain, Sage,2006, s.6-7.

akışını sağlayan tek aracın televizyon olmadığı, kanal sayısının hızla çoğaldığı ve yeni iletişim teknolojileri sayesinde medyanın her yerde olduğu yeni bir çağa girilmiştir.²

İnternetin yaygınlık kazanmasıyla birlikte iletişim mecraları çoğullaşmış, medyanın etki alanı genişlemiş ve bireyler hem medya üreticisi hem de tüketicisi olarak bilgilenme sürecinde daha etkin rol oynamaya başlamıştır. İnternet bilginin sadece kaynağını değil, niteliğini de değiştirmiştir. Bilgi, coğrafi sınırları aşarak uluslararası platformlarda üretilip, paylaşılan bir ürün/meta haline gelmiştir. İnternetin bilginin üretimi, dağıtımı ve paylaşımı konusunda yarattığı bu dönüşüm, siyaset, yurttaş ve demokrasi odaklı geleneksel medya çalışmalarının interneti bu anlamda sorunsallaştırmasına da vesile olmuştur. Bilgi, bilgiye erişim ve bilginin dağıtılması ile demokratik toplum arasındaki ilişki özellikle 1990’lardan sonra yapılan (siyasal) iletişim araştırmalarının merkezinde yer almaktadır. Abramson vd.³ “The Electronic Commonwealth” isimli çalışmalarında, “yeni medyayı yeni yapan özelliklerin ne olduğu” sorusunu demokratik değerler açısından ele almaktadır. Yazarlara göre, yeni medyanın en temel özelliği enformasyon miktarındaki artış, enformasyona erişim, depolama ve dolaşma sokma kapasitesinin gelişimi, tüketicinin enformasyon üzerindeki kontrolünün artması, hedef grup odaklı mesajların olanaklı hale gelmesi, iletişim araçlarının erişiminin ve mülkiyetinin ademi merkezi hali gelmesi ve etkileşim kapasitesinin artmasıdır. Yazarlar bu özelliklerin kitle toplumunun demokratik kurumlarını ve usullerini değişime uğratacağını, yurttaşın baskı grubu olarak işlevinin artacağını örneklemektedirler.

Robert Dahl, bilgi edinebilmeyi etken katılım, oy kullanma eşitliği, gündem üzerine son sözü söyleme hakkı ve yurttaşların dahil olmasıyla birlikte demokrasinin beş kriterinden biri olarak kabul etmektedir. O’na göre demokrasilerde kişilerin

² Henry Jenkins, **Convergence Culture: Where Old and New Media Collide**, New York, New York University Press, 2006, s.11-16.

³ Jeffrey B. Abramson, F.C. Arterton ve Gary D. Orren, **The Electronic Commonwealth. The Impact of New Media Technologies on Democratic Politics**. Basic Books Inc. Publishers, New York, 1988.

alternatif politikalar geliştirebilmek ve onların muhtemel sonuçları hakkında bilgi edinebilmek için etkin ve eşit imkanlara sahip olması gerekir.⁴ Konuya etik bir perspektiften bakan Kultgen ise bilginin kolektif bir üretim olduğunda toplumsal bir anlam içerdiğini söylemektedir. Demokrasi kolektif olarak üretilen bilginin yine topluma tahsis edilmesini gerektirmektedir çünkü adil bir toplum, bilgiyi herkes arasında eşit olarak dağıtacak biçimde örgütlenen toplumdur.⁵ 20. yy'dan itibaren modern toplumlarda geleneksel kitle iletişim araçlarına atfedilen, alınan siyasi kararlar ve siyasi partilerin ideolojileri hakkında kamuoyunun bilgilendirilmesi ve toplumu demokratikleştirme misyonu günümüzde artan bir biçimde internetten de beklenmeye başlamıştır. Liberal çoğulcu medya kuramında demokratik bir toplumun varlığı, bağımsız bir medya ve halkın doğru bir şekilde bilgilendirilmesiyle ilişkili kılınmıştır çünkü medya, siyasal iktidar ve halk arasında bilgi akışını sağlayan bir köprü görevi görerek, toplumun demokratikleşmesine hizmet etmekle yükümlüdür. Geleneksel iletişim araçlarında hiyerarşik bir şekilde yukarıdan aşağıya tek yönlü gerçekleşen bilgi akışının, bugün internetle birlikte yatay ve çapraz çok yönlü bir akışa dönüşmesi iletişimi ve siyasal iletişimin demokratikleşmesinin bir örneği olarak sunulmaktadır. İnternetin vatandaşların düşüncelerini gerek siyasal otoritelerle, gerekse toplumun diğer üyeleriyle paylaştıkları, birlikte harekete geçerek kolektif eylemlerde bulunabildikleri daha demokratik ve çoğulcu bir iletişim sürecine dönüştürmesi, internetin siyasal iletişimin sınırlarını genişlettiği iddialarına neden olmaktadır.⁶ Bilgilenme sürecinde etkileşime olanak tanımayan İnternet Web 1.0 uygulamalarının yanında, ilk çıkış amaçları sosyalleşmek olan Facebook ve Twitter gibi sosyal paylaşım siteleri, özellikle siyasal gündemin yoğun yaşandığı seçim dönemlerinde daha çok siyasi görüşlerin

⁴ Robert A. Dahl, **Demokrasi Üzerine**, Çeviren: Betül Kadioğlu, 2. Basım, Ankara, Phoenix Yayınevi, 2010.,s. 47,48.

⁵ John Kultgen, **Ethics and Professionalism**, Philedalphia, University of Pennsylvania Press, 1988, s.356, 357.

⁶ Nilüfer Timisi, **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi**, Ankara, Dost Kitabevi, 2003, s.197.

belirtildiği ya da politik gündemle ilgili resim ya da videoların paylaşıldığı siyasal paylaşım sitelerine dönüşmektedir. Bunlara ek olarak günümüzde gazete blogları da, önemli birer siyasal paylaşım merkezi haline gelmiştir. İnternetin, özellikle sosyal paylaşım sitelerinin bilgi akışındaki kontrol mekanizmalarını zayıflatarak karar verme süreçlerini değiştirdiği ve böylece bilgi iktidarının tekeline kırarak farklı ülkelerdeki otoriter/hiyerarşik sistemleri zayıflattığı düşünülmektedir. Enformasyonun denetlenemiyor olması, internetin demokratik olma açısından en güçlü tarafı olarak gösterilmektedir çünkü internetin, bilginin diğer bir ifadeyle “iktidar”ın paylaşımını mümkün kılarak kişilerin siyasete olan ilgi ve katılımın artmasına, siyasetçiler ve yurttaşlar arasında daha etkin bir iletişim yaratarak katılımcı demokrasiyi sağlayacağına inanılmaktadır. Bu nedenle, çevrimiçi siyasal bilginin çeşitlenmesi ve artmasının, çevrimiçi ve çevrimdışı siyasal katılmayı arttırdığı bu nedenle internette geçirilen zaman ve siyasal katılma arasında olumlu bir ilişki olduğu öne sürülmektedir. Bu argümanın savunucularına göre, insanlar internete çok zaman ayırdıklarında, politik siteleri daha çok kullanmakta, bu da çevrimiçi edindikleri siyasal bilginin artmasını ve gerçek hayatta daha yüksek bir siyasal katılma göstermesini sağlamaktadır.⁷ Çevrimiçi siyasal katılmanın, hem maddi, hem de zaman bakımından maliyeti düşürmesi nedeniyle, internetin demokratik bir iletişim yöntemini gerçekleştirmeye en yakın ve geleneksel katılma yöntemlerine göre daha etkili bir ortam sunduğu düşünülmektedir.

İnternetin tek başına siyasal katılmayı artırdığı fazlasıyla iyimser ve teknolojik determinist bir varsayım oluştursa da, çevrimiçi siyasal bilgilenme ve katılma ekseninde yapılan araştırmalar, kişilerin çevrimdışı siyasal katılma düzeyleri ve çevrimiçi tartışmalara katılma sıklığı arasında pozitif yönde bir ilişki olduğunu göstermektedir. Demokrasi teorilerine göre etkin bir siyasal katılma öncelikle vatandaşların siyasal

⁷ Jessica Vitak vd., “It’s Complicated: Facebook Users’ Political Participation in the 2008 Election”, **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, C.14., No:3, 2011, s.109; Rabia K. Polat, “The Internet and Political Participation: Exploring the Explanatory Links”, **European Journal of Communication**, C.20, No:4, 2011, s.436-451; Darren G. Lilleker, **Siyasal İletişim Temel Kavramlar**, Çev. Abdullah Altın vd., İstanbul, Kaknüs Yayınları, 2013, s.160.

sistemin işleyişi hakkında bilgi sahibi olmasını gerektirmektedir. Siyasal bilgi arttıkça, siyasal kaynaklar çeşitlenmekte, dolayısıyla katılım da aynı oranda artmaktadır.⁸ Ancak herkesin internetle birlikte siyasal ilgisinin ve dolayısıyla katılımının artacağını düşünmek fazlaca iyimser bir yaklaşım olacaktır. Bu noktada çevrimdışı siyasal katılmayı etkileyen eğitim faktörünün, çevrimiçi siyasal bilgilenme ve katılma için de önemli bir değişken olduğunun altını çizmek gerekir, çünkü her internet kullanıcısı siyasal gündemi takip etmemekte, bazıları sadece arkadaşlarıyla sohbet etmek için bu mecrayı kullanabilmektedir. Buna rağmen, insanların eğitim seviyesi yükseldikçe, politik ya da haber sitelerine girme eğilimi de aynı oranda artmaktadır.⁹ İmza kampanyasına katılmak ya da bir siyasal partiye para bağışında bulunmak gibi bugün geleneksel olarak kabul edilen siyasal katılım davranışları, artık çevrimiçi olarak gerçekleştirilmektedir. Sosyal ağlar, bloglar ve forumlar gibi çevrimiçi siyasal bilgi kaynakları olarak kabul edilen mecralar, bilgi tekeli elinde bulunduran geleneksel medyayı daha şeffaf olmak zorunda bırakmaktadır. Bilgi demokratikleştikçe, iktidarların bilgiyi saklama güçleri de aynı oranda azalmaktadır. Her ne kadar bazı kuramcılar iktidarın kontrolündeki teknolojinin aslında demokrasiyi tehdit ettiğini öne sürseler de¹⁰, neticede internetin, siyasal gündem ve hükümet politikaları hakkında bilgili yurttaşlardan oluşan, daha demokratik ve siyasal süreçte aktif olarak yer alan bir toplum ortaya çıkmasına yardımcı olduğu söylenebilir.

İnternetin siyasal alana etkisine ilişkin birbirine karşıt iki farklı kuramsal yaklaşım olan mobilizasyon ve pekiştirme yaklaşımı, çevrimiçi siyasal bilgilenme ve katılma davranışlarını değişik şekillerde açıklamaktadır. Mobilizasyon kuramcılarının görüşüne göre, internetin bağlanırlılık, interaktiflik ve hipermetinlik özellikleri farklı bir katılma biçimi yaratarak, yönetenlerle yönetilenler arasındaki mesafeyi daraltacak,

⁸ Abdullah Özkan, **Siyasal İletişim: Partiler, Seçimler, Stratejiler**, İstanbul, Nesil Yayınları, 2004, s.99.

⁹ Nur Kırmızıdağ, "Türkiye'de Gençler ve Siyasal Katılım", **Demokrasi ve Siyasal Katılım Konferans Kitabı**, Yay. Haz.: İlker Gökhan Şen, İstanbul, Heinrich Böll Stiftung Derneği, 2013, s.170.

¹⁰ Dijk, **a.g.e.**, s.3.

siyasal tartışma olanaklarını, bilginin yayılmasını ve farklı gruplar arasındaki etkileşimi artırarak, doğrudan demokrasiyi güçlendirecektir. Bu bağlamda internetin, siyasal işleyişi, hem yurttaşlar, hem de politik aktörler için, yeniden yapılandırarak kadar güçlü olduğu düşünülmektedir. İnternete daha temkinli yaklaşan pekiştirme kuramcıları ise internetin siyasal katılımın var olan örüntülerini kökten değiştirmese de güçlendireceğini düşünmektedir. İnternet, bu teknolojiye sahip olanlar ve olmayanlar arasındaki bilgi uçurumunu genişleterek mevcut durumu pekiştirecektir.¹¹

Diğer taraftan internet ve katılımcı yurttaşlık arasında doğrudan olumlu bir yönelim kuran yaklaşımlara getirilen başlıca eleştiri, kişileri bilgi sahibi olmadan fikir sahibi olmaya teşvik ettiği yönündedir. Herkesin üretim sürecine katılabildiği, internet aracılığıyla herhangi bir denetimden geçmeden yayılan enformasyon, bilginin doğruluk niteliğini düşürmekle, bilgi kalitesine zarar vermektedir. Bu durum gelecekte sanal kültür ve geleneksel bilgi anlayışının iç içe geçerek toplumsal kültürün zedelenmesine neden olacaktır.¹² İnsanlar artık bilginin doğruluğunu araştırmadan siyasal gündem hakkında doğru bilgilendiğini, sosyal paylaşım ortamlarında siyasal bir video ya da yorum paylaşarak siyasal katılma davranışı gösterdiklerini düşünmektedir. Dolayısıyla çevrimiçi siyasal bilgilenme, sanılanın aksine katılmayı arttırmayacak, siyasal anlamda eylemsizliğe neden olacaktır.

Yeni medya ortamlarına veya genel olarak internete yüklenen anlamlar farklılaşsa da, internetin, siyasal bilgi edinme, paylaşma ve politik tartışma zemini oluşturma, diğer bir ifadeyle kendini ve siyasal düşüncesini rahatça ifade edebileceği ve tartışabileceği yeni ve yaygın bir alan oluşturduğu konusunda bir uzlaşma söz

¹¹Hasret Aktaş, **Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak İnternet: Partilerin Seçim Kampanyalarında İnternetin Yeri**, Konya, Tablet Kitabevi, 2004, s.211, 212.

¹² Andrew Keen, **The Cult of the Amateur: How blogs, MySpace, YouTube, and The Rest of Today's UserGenerated Media Are Destroying Our Economy, Our Culture, and Our Values**, New York, Doubleday, 2007, s.9.

konusudur.¹³ Çevrimiçi siyasal bilgilenme ve katılma davranışlarının gerçek hayatla ne kadar örtüştüğü ya da uzun vadede nasıl sonuçlanacağı bilinmemektedir. İnternette gerçekleştirilen siyasal davranışlar belki gerçek hayatta da karşılık bulabilir ancak bunun tersi de olabilir. Ayrıca erişim kolaylığı ve kullanıcıların katılımıyla aktif bir iletişim süreci sağlayan sosyal medya, geleneksel medya üzerinde üstünlüğünü kabul ettirmiş gibi görünse de, televizyon ya da gazete gibi geleneksel kitle iletişim araçlarındaki editoryal bir mekanizmanın olmaması, dezenformasyon tartışmalarını da beraberinde getirmektedir. Bilgiye dayalı bir demokrasinin kurulabilmesi için insanların kendilerine sunulan her türlü içeriği sorgulamaları, dayanaklarını araştırmaları gerekir.

“GÜNDELİK HAYAT PRATIĞİNİN BİÇİMLENMESİNDE İLETİŞİM ARAÇLARININ ROLÜ: SİYASAL BİLGİLENME ARACI OLARAK İNTERNET VE GENÇLER” başlıklı tez çalışması, çevrimdışı siyasal bilgilenme ve katılma davranışlarını merkeze alarak, internetin siyasal bilgi edinme ve katılmadaki rolünü irdelemektedir. Bu nedenle bu çalışmanın amacı, yeni iletişim teknolojilerinin toplumların demokratikleşme süreçlerindeki yeri ve etkisini tartışmak değil, siyasal bilgilenme ve katılma davranışlarının internetle birlikte kazandığı yeni anlamları keşfetmektir. Özellikle gençlerin çevrimiçi siyasal bilgilenme eğilimlerini ve kullandıkları platformları, gerçek hayatta sergiledikleri katılma davranışlarının, çevrimiçi platformlardaki katılım biçimleriyle olan ilişkisini inceleyen bu araştırma, gençlerin çevrimiçi siyasal bilgi edinme motivasyonlarını da kullanımlar ve doyumlar çerçevesinde ortaya koymaya amaçlamaktadır.

Geçmişte televizyon ya da gazete gibi geleneksel kitle iletişim araçları ve siyasal bilgilenme ve katılma odaklı yapılan çalışmalar, son yıllarda internetin siyasal katılımı artırma potansiyeli üzerine yoğunlaşmaktadır. Bu araştırmaların daha çok gençler üzerinde yapıldığı dikkat çekmektedir. Bunun iki önemli nedeni vardır. Öncelikle yaş faktörünün kişilerin siyasal katılımı için önemli bir değişken olduğu kabul edilmektedir.

¹³ Timisi, a.g.e., s.203-205.

Yaşla birlikte siyasal bilginin arttığı, siyasal tercihlerin şekillendiği ve dolayısıyla katılımın arttığı varsayılmaktadır. Ayrıca yaş, siyasal katılım üzerinde etkili olduğu vurgulanan eğitim ve ekonomik gibi diğer faktörleri de etkileyen bir değişkendir.¹⁴ Bununla birlikte çoğunlukla politikaya karşı ilgisiz oldukları düşünülen gençlerin, internetle birlikte ortaya çıkan yeni bilgilenme mecralarını nasıl ve neden kullandıkları, bunların çevrimdışı siyasal katılıma olası etkileri de yapılan araştırmaların gençlere odaklanmasına neden olmuştur.

Türkiye’de bilgi teknolojilerinin kullanımıyla ilgili yapılan çalışmalar, son on sene içerisinde internet kullanımının, hem kent hem de kırsal bölge nüfusu içinde hızla arttığını göstermektedir. Örneğin 2004 senesinde %18,8 olan internet kullanım oranı 2014’te yaklaşık üç katına çıkarak %53,8’e ulaşmıştır. İnterneti en sık kullanan yaş gruplarının 16-24 yaş arasındaki yaş grupları olduğu görülmektedir. Bu yaş grubundaki erkeklerin oranı %83, kadınların ki ise yaklaşık %63’tür. Kadın ve erkekler arasında internet kullanım oranları arasındaki fark son on sene içerisinde giderek kapanmıştır. Belirtilen süreç içerisinde internetin kullanım amaçları da farklılaşmaktadır. 2004 senesinde mesajlaşma olan birincil amacın yerini günümüzde, internet üzerindeki sosyal gruplara katılmanın aldığı görülmektedir. Bunu çevrimiçi gazete okuma etkinliği takip ederken, kişilerin internet kullanma amaçlarında üçüncü sırada gelen davranış ise bu tezin de çıkış noktasını oluşturan bilgi arama etkinliğidir.¹⁵ Ipsos Sosyal Araştırmalar Enstitüsü’nün Türkiye’deki gençlerin sosyal medyayla ilgili tutum ve davranışlarını anlamak için 2013 yılında gerçekleştirdiği benzer bir araştırmaya göre, internet kullanıcısı gençlerin çok büyük bir kesimi sosyal medya kullanıcısıdır ve her üç gençten birisi sosyal medyada günde en az üç saat geçirmektedir. Gençler en çok arkadaş listelerindeki kurum ya da kişilerin paylaştıklarını takip etme ve arkadaşlarının

¹⁴ Ersin Kalaycıoğlu, **Karşılaştırmalı Siyasal Katılma: Siyasal Katılmanın Kökenleri Üzerine Bir İnceleme**, İstanbul Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, 1984, s.20-23.

¹⁵ TÜİK, “İnternet Kullanan Bireylerin İnterneti Kişisel Kullanım Amaçları” (Çevrimiçi) http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028, 13.04.2014.

paylaştıklarına yorum yapma gibi aktiviteler gerçekleştirmektedir. Sosyal medyada görsel yükleme, yazı yazma, tweet atma ürün ya da şirket hakkında yorum yapma gibi kendi oluşturdukları içeriği başkalarıyla paylaşma gibi aktif katılım gösterdikleri görülmüştür. Gençler sosyal medyayı daha çok eğlence ve bilgi sağlama amacıyla kullanmaktadır. Yani sosyal medya gençler açısından sadece eğlence değil geleneksel medyanın da alternatifi durumundadır ve gençlerin çoğunluğu ana akım medyada yer verilmeyen haberlere internet aracılığıyla ulaşmaktadır. Gençler ayrıca sosyal medyayı politik bir platform olarak görmekte ve araştırmaya katılanların çoğu sosyal medyanın kitleleri harekete geçirme gücü olduğuna inanmaktadır.¹⁶

Bu çalışma, internet kullanımı ve çevrimdışı siyasal katılım arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmaya çalışan etki araştırmalarının aksine, ters bir perspektiften hareket ederek gençlerin çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarını tespit etmeyi ve bunu yaparken de gençlerin çevrimdışı siyasal katılım davranışlarının, çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları ve çevrimiçi siyasal katılma davranışları üzerindeki etkisini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Türkiye’de gençlerin, internet ve özellikle son yıllarda sosyal medya kullanımları ve doyumlarını ekseninde çalışmalar yapılmasına rağmen, çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarını konu edinen akademik bir çalışmanın yapılmadığı görülmektedir.

Çalışmanın evrenini internet kullanan gençler oluşturmaktadır. Araştırma, genç nüfus arasından, 18-22 yaş aralığındaki gençlerle gerçekleştirilmiştir. Örneklemin bu yaş aralığındaki gençlerden seçilmesinin nedenleri, katılımcıların bu çalışmanın yapıldığı dönemde ilk ya da ikinci kez oy kullanacak olmaları ve geç ergenlik olarak adlandırılan bu dönemin kişilerin değer yargılarının netlik kazanmaya başladığı bir dönem olarak kabul edilmesidir. Buna ek olarak, kişilerin eğitim seviyesinin siyasal katılımı etkileyen bir değişken olarak kabul edilmesi nedeniyle, çalışma farklı eğitim seviyelerinden gençleri kapsamaktadır. Zaman ve maliyet açısından tüm evrene

¹⁶ **Gençlik ve Sosyal Medya Araştırma Raporu**, Ankara, G.S.B., 2013, s.16-18.

ulaşabilmek mümkün olmadığı için Türkiye nüfusunun yaklaşık beşte birinin yaşadığı ve farklı demografik özelliklerde gençlere ulaşmanın mümkün olduğu İstanbul ili bu çalışmada örneklem olarak seçilmiştir.

Araştırmanın veri toplama tekniği yüz yüze uygulanacak ankettir. Örneklemin belirlenmesinde orantılı tabakalama yöntemi tercih edilerek, örneklemin, genel evren içindeki gençlerin sayıları oranında temsil edilmeleri sağlanmıştır. Bu çalışma, İstanbul'da yaşayan ve internet üzerinden siyasal gündemi takip eden, 18-22 yaş kategorisindeki 600 katılımcıdan 2014 Temmuz ayında yüz yüze gerçekleştirilen anket sonucunda elde edilen verilerle sınırlıdır.

Tez çalışmasının teorik çerçevesini oluşturmak üzere mevcut yabancı ve yerli alan bilgisi, birincil kaynakların taranması ile gerçekleştirilmiştir. Konunun kapsamlı bir analizi için öncelikle teorik yaklaşımları, kuramları ve yapılan çalışmaları aktarmak gerekmektedir. Siyasal bilgilenmeye ilişkin yapılacak akademik-kuramsal bir çalışmada, bilgi epistemolojisi ve bilgi felsefesi önemli bir başvuru alanı olarak belirginleşmektedir, çünkü siyasal bilgilenmenin anlaşılması için bilginin tarihsel süreç içerisinde nasıl değerlendirildiği ve özellikle felsefede bilgiye yönelik yaklaşımların nasıl şekillendiği önemlidir. Bu amaçla çalışmanın birinci bölümünde bilginin tanımından başlayarak, bilgi felsefesi ve epistemoloji üzerinde durulmuştur. Bilgi kavramına ilişkin özerk bir alanın varlığı modernleşmeyle birlikte ortaya çıkan bilişsel teknolojilerle ilişkili görünmekle birlikte, bilginin varlığı, algılanması ve konumlandırılması insanlık tarihi kadar eskidir. Tarihin ilk çağlarında sözlü kültürün bir parçası olarak ağızdan ağza yayılan bilgi, toplumsal teknolojik iletişim sistemlerinin oluşmasıyla kalıcı ve standart bir nitelik kazanmıştır. Yazının ortaya çıkışı, bilginin hem coğrafi, hem de zaman içinde uzaklara taşınmasını mümkün hale getirirken, matbaanın icadıyla birlikte artan kitap sayısı ve büyüyen ve sayıca artan kütüphaneler, bilgi kaynaklarını artırmıştır. Her geçen yüzyıl artan kaynak sayısı, bugüne geldiğimizde internet sayesinde en büyük rakamlara ulaşmıştır. Bütün bunlar teknolojik gelişmelerin

kümülatif ilerleyen doğasına işaret etmektedir. Bugün bilginin yayılmasında en büyük role sahip olan iletişim teknolojileri, kendilerinden önceki bütün aşamaları üzerinde taşımaktadır. Her ne kadar elektronik tabletler kitap formatını taklit etse de, kağıt, matbaa makinesi, televizyon ve bilgisayar sabit kalan iletişim nesnelere olacaktır.¹⁷ Bu bölümde ayrıca bilginin sınıflandırılması yapılarak bilgi türleri ve siyasal bilgi, siyasal katılma, bilgi ve demokrasi ilişkisi bağlamında ele alınacaktır. Siyaset ve bilgi ilişkisinin sadece siyasette aktif rol alan yönetenler veya egemenler çerçevesinde değil, siyasetle ilgilenen toplumun diğer kesimleri açısından da önemli olduğu, siyasal bilgilenmenin siyasal katılma için önemi ve sözü edilen siyasal davranışlara etki eden sosyo-demografik değişkenler ve bireysel faktörler yapılan çalışmalar ışığında incelenecektir.

Çalışmanın ikinci bölümünde yeni iletişim teknolojilerinin siyasal bilgilenme ve katılma açısından önemi, liberal çoğulcu medya kuramı ve kamusal alan ve yurttaşlık pratiği kavrayışları bağlamında ele alınmaktadır. Liberal teoride medyanın en önemli işlevi yurttaşın bilgilendirilerek kendisi için en iyi yöneticiyi seçmesine yönelik haber ve bilgi akışını gerçekleştirmesidir. Dördüncü kuvvet medya teorisi olarak adlandırılan bu yaklaşım bilgi, yurttaş ve katılım arasında doğrusal bir ilişki kurmakta, medyayı kamuoyunu özgürce biçimlendiren bir kamusal alan olarak tanımlamaktadır. Siyaset kamusal alan içinde yer alan bir faaliyettir ve kamusal alanın darlığı ya da genişliği doğal olarak siyasal hayata da etki edecektir. Liberal çoğulcu medya teorisinin tersine, günümüzde medya örgütlerinin ticari bir nitelik kazanmasının, insanların ifade özgürlüğünü ve sınırsız bilgiye erişimini kısıtlamadığını iddia eden eleştirel medya araştırmaları, kamusal alan ve ortak tecrübe üzerine temellenmektedir. İnternetin sunduğu yeni kamusal alan biçimleri yurttaşların doğru ve güvenilir bilgiye ulaşabilmeleri ve fikirlerini çekinmeden paylaşabilmeleri için alternatif bir kamusal alanı mümkün

¹⁷ Halil Nalçaoğlu, “Yeni Toplumsal İletişim Ethos’u: İstanbul Gençliği ve İletişim Teknolojileri Kullanımı, **Katılımın “e-hali”**: **Gençlerin Sanal Alemi**, Haz: Aslı Telli Aydemir, 2011, İstanbul, Alternatif Bilişim, s.167,168.

kılabilmektedir. Bu bölümde kamusal alan tartışmaları da merkez alınarak, siyasal bilgilenme ve katılma açısından geleneksel medya ve yeni iletişim teknolojileri karşılaştırılmakta, geleneksel medyada bir grup azınlığın aktif olarak yer aldığı ve kitle olarak adlandırılan topluluğun pasif izleyiciler olarak katıldığı siyasal iletişim sürecinin, yeni medyadaki değişimi ele alınacaktır. Yeni medya, siyasal bilgilenme açısından pek çok avantajlar sunmasının yanında dezenformasyon gibi bazı dezavantajları da vardır. Geleneksel medyadaki gibi editoryal bir süzgecin olmaması, yanlış ve eksik bilgilerin internet ortamında yayılmasını kolaylaştırmaktadır. Bu nedenle bu bölümde dezenformasyon konusuna da yer verilecektir.

Çalışmanın üçüncü bölümü çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarını tespit etmede yöntem olarak referans alınan Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı'na, metodoloji ve uygulama sürecine ayrılmıştır. Kişilerin kendi gereksinimleri doğrultusunda kitle iletişim araçlarını kullandığını ve kendi amaçlarına uygun tercihler yapma gücüne sahip olduğunu öne süren kuram, iletişim çalışmalarına aktif izleyici görüşünü getirmiştir. Aktif izleyici görüşüne göre iletişim, kaynaktan enformasyon seçildiği zaman oluşmaktadır, bu nedenle kişi kendi enformasyonunun yaratıcısıdır. Son yıllarda yapılan pek çok araştırma, insanların neden internet kullandıklarını ve bunun sonucunda elde ettikleri doyumları anlamak için bu yaklaşımı benimsemiştir. Kullanım ve doyum sağlama yaklaşımı (1963) öncesinde siyasal bilgilenme ve geleneksel medya üzerine yapılan araştırmalar, kitle iletişim araçlarının bireylere bir takım siyasal davranış biçimlerini gerçekleştirmelerini sağlayacak yönde bilgi aktarımı yaptığı ve izleyicilerin de bilgiyi sorgulamaksızın kabul ettiği varsayımından hareketle, seçmenlerin medyadan etkilendiklerini iddia etmektedir. Ancak bu tez çalışması kullanım ve doyum yaklaşımını merkezine alarak, etki paradigmasından uzaklaşmakta, seçmenlerin ihtiyaç duydukları siyasal bilgiyi, kendi ihtiyaçları doğrultusunda bilinçli bir şekilde arayarak kullandıkları hipotezinden hareketle, kişilerin siyasal bilgilenme motivasyonları ve elde ettikleri doyumlar arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu bölümde kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde

geleneksel medyada yapılan çalışmalarla birlikte, yeni medya ve siyasal bilgilenmenin sağladığı doyumlar bağlamında yerli ve yabancı literatürde yer alan araştırmaların bulgularına da yer verilmektedir.

Çalışmanın son bölümü İstanbul'da yaşayan 18-22 yaş arası gençlerin çevrimiçi siyasal bilgilenme davranışlarını ve elde ettikleri doyumları belirlemek ve çevrimiçi ve çevrimdışı siyasal katılma davranışları arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla 30 Mart 2014 Mahalli İdareler Genel Seçimleri ve 10 Ağustos 2014 Cumhurbaşkanlığı seçimleri arasındaki dönemde İstanbul'da 600 katılımcıyla gerçekleştirilen saha araştırması bulgularının istatistiksel değerlendirilmesinden oluşmaktadır. Yüz yüze anket yöntemiyle gerçekleştirilen araştırmanın bulguları SPSS aracılığıyla değerlendirilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM: SİYASAL KATILMANIN ÖNCÜLÜ OLARAK SİYASAL BİLGİLENME

1.1. Bilginin Tanımı ve Kapsamı

Bilgi kavramına ilişkin özerk bir alanın varlığı ve toplumların enformasyona dayalı olarak (enformasyon toplumu) sınıflandırması günümüz modernleşmesiyle birlikte ortaya çıkan bilişsel teknolojilerle ilişkili görünmekle birlikte, bilginin varlığı, algılanması ve konumlandırılması insanlık tarihi kadar eskidir. Her ne kadar içinde bulunduğumuz yüzyıl, sürekli bilgiyle ilişkisi bağlamında tanımlansa da, bilgi unsurunun salt bu yüzyılın ayırıcı bir özelliği olduğunu düşünmek eksik bir yaklaşımdır. Çünkü geride bıraktığımız yüzyılın sonunda gerçekleşen ve enformasyon teknolojilerinde devrim olarak nitelendirilen dönüşüm, bilgi ve enformasyonu merkezi bir öneme taşıması nedeniyle değil, bu bilgi ve enformasyonun bilgi üretim sürecinde kullanılmasını, bilgi işleme/iletme aygıtlarına uygulanmasını sağlaması sebebiyle bir dönüşüm ve ayrıcalık olarak kabul edilmektedir. İnternet örneğinde olduğu gibi kullanıcılar, teknolojinin kontrolünü ellerine alabilmiş ve tarihte ilk defa insan aklı, üretim sistemini belirleyen niteliğinden sıyrılarak doğrudan üretici bir güç haline gelmiştir.¹⁸

Bilgi olgusu hakkında yüzyıllarca farklı tanımlamalar yapılmıştır, ancak genel itibarıyla bilgi, özne (bilen) ile nesne (bilinen) arasındaki ilişkinin sonucu ortaya çıkan bir kavram olarak ele alınmıştır. Bilgi, bilinçli bir varlık olan insanın nesneye yönelmesi ve bu eyleminin neticesinde düşünmesi, kavram oluşturması ve çıkarım yapması sonucu oluşur. Yani bilgi, öznesi olan insan tarafından üretilmektedir. Ancak bilginin ele alınışı genellikle bireysel olmuş, onun toplumla ilişkisine pek dikkat edilmemiştir. Buna göre özne, toplumsal koşullardan, onun inanç, değer ve normlarından soyutlanmış bir özne, nesne de yine tamamıyla yalınlaştırılmış bir nesne olarak düşünülmüştür. Halbuki böyle

¹⁸ Manuel Castells, **The Rise of Network Society: The Information Age: Economy, Society and Culture**, Birinci Cilt, Oxford Blackwell Publishing, 2000, s.31.

bir özne ancak farazi olarak var olabilir. Bu nedenle bilgi teorisi düzeyinde bilgi ile ilgilenişin tarihi çok eski olmasına rağmen, onun sosyal bir ortamda ele alınması ihtiyacı yeni doğmuştur.¹⁹ Çünkü birey, dünya hakkındaki bilgisini bireysel olarak değil, toplumsal olarak, toplumun içinde yaşayarak, öğrenerek ve deneyimleyerek oluşturmaktadır. Bu nedenle bilgi sosyolojisi, bilginin toplumdaki işleviyle değil, onunla olan ilişkisini incelemektedir.

Gündelik hayatta bilgi genellikle, veri ve enformasyon kavramlarının yerine geçecek şekilde kullanılmaktadır ancak bu üç kavram birbirinden farklıdır. Türkçe sözlükte “bir araştırmanın, bir tartışmanın, bir muhakemenin temeli olan ana öge, muta, done”, “bilgi, data” ve “bir problemde bilinen, belirtilmiş anlatımlardan bilinmeyi bulmaya yarayan şey” (Türk Dil Kurumu) olarak tanımlanan “veri” kelimesi, bilişim literatüründe ise “bir çözüme ulaşmak için işlenebilir duruma getirilmiş gözlemler, ölçümler”, olgu, kavram veya komutların, iletişim, yorum ve işlem için elverişli biçimli gösterimi”, “bilgisayar için işlenebilir duruma getirilmiş sayısal ya da sayısal olmayan nicelikler” olarak açıklanmaktadır.²⁰ Enformasyon ise veriyi bir formül içinde düzenlemeyi gerektirir. Dolayısıyla veri, enformasyon ve bilgi birbirlerinden farklı kavramlara işaret etmektedir. Ayrıca bu kavramlar arasında iki dönüşüm süreci vardır. Birincisi verinin, belli bir formülle düzenlenerek enformasyona dönüştürülmesi, ikincisi ise üretken bir amaç için bilginin enformasyona (ayrıca enformasyonun bilgiye) dönüştürüldüğü dönüşüm sürecidir.²¹ Veri ve enformasyon, beyin dışından transfer edilen, alınan ve kaydedilen formlardır. Bilgi ise sadece kişisel olarak insanların beyinlerinde bulunur. Alıcılar enformasyonu alır ve insan beynine ulaştırır. Alınan enformasyon, işleyiciler tarafından, önceki bilgilerle birleştirilerek yeni bir bilgiye dönüştürülür ve hafızadaki yerini alır. Enformasyon işlenmesi sürecinde daha çok yeni

¹⁹ Mustafa Aydın, **Bilgi Sosyolojisi**, İstanbul, Açılım Kitap, 2010, s.11-20.

²⁰ Bülent Sankur, **Bilişim Sözlüğü**, İstanbul, Pusula Yayıncılık, 2002, s.158.

²¹ Povl Erik Jensen, “A Contextual Theory of Learning and the Learning Organization”, **Knowledge and Process Management**, C.12., No:1, 2005, s.54.

enformasyon elde edildiğinden, yeni bilgiler elde edilebilmekte ve daha sonraki kullanım için üretilmektedir.²² Enformasyon terimi görece “çiğ”, özgül ve pratik olanı anlatmak için kullanılırken, “bilgi” ise “pişmiş”, işlenmiş ya da düşünce ile sistemleştirilmiş anlamında kullanılır.²³ Bilgi ve enformasyon kavramlarını karşılaştırsak, bilgi, farkında olma ve bilme edimini sağlarken, enformasyon karmaşa yaratmaktadır. Bilgi elde etmek için araştırma yapmak gerekir ama enformasyon ihtiyaç duyulmadığında da gelir. Bilgi süreci verirken, enformasyon sonucu aktarır, dolayısıyla hükmü bildirir, bilgi gibi düşünce üretmez. Bu nedenle bilgi nedeni, niçini sorgularken, enformasyon kim ve ne sorularını yanıtlar.²⁴

Bilgi kavramını ve farklılaşan doğasını anlamak için tarihsel deneyimlere bakmakta yarar bulunmaktadır. Tarihin en eski dönemlerinden bugüne, bilgi, bilme edimi ve varlığa ilişkin doğru bilgiye ulaşıp ulaşamayacağı filozofların üzerinde düşündüğü ve felsefede bilgi teorisini oluşturdukları bir konu olmuştur ancak bilgiyi konu alan tek disiplin bilgi felsefesi değildir. Örneğin psikoloji, bilgiyi farklı bir şekilde ele alan bir diğer disiplindir. Psikoloji, bilgiyi zihinsel bir olgu olarak ele alır ve bilgiyi meydana getiren zihinsel edimlerle uğraşır. Psikolojiyle, bilgi felsefesi konuları bakımından birbirleriyle benzerlik gösterebilirler de, psikoloji bilme sürecinde zihnin nasıl bir tavır sergilediğini bulmak ve bilişsel süreçlerin gelişimini keşfetmeye çalışması bakımından epistemolojiden ayrılır. Çünkü bilgi felsefesi, bilginin insan zihninde nasıl oluştuğunu araştırmaz, bilgiyi ortaya çıkaran mekanizmayı da keşfetmeye çalışmaz. Bilgiyi salt bilgi olarak ele alır ve bilgi kavramının kendisini inceleyip, onu aydınlatmaya çalışır.

²² Ali E. Akgün, Halit Keskin, “Sosyal Bir Etkileşim Süreci Olarak Bilgi Yönetimi ve Bilgi Yönetimi Süreci”, **Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, C.5, No:1, 2003, s.183.

²³ Peter Burke, **Bilginin Toplumsal Tarihi**, Çev: Mete Tunçay, 2. Basım, İstanbul, 2001, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, s.12.

²⁴ Nurdoğan Rigel, **Rüya Körleşmesi**, İstanbul, Der Yayınları, 2000, s. 64.

Bilgi felsefesinin bir temel felsefe disiplini olarak güç kazanması veya öne çıkması aslında modern dönemde veya 17. Yüzyılda olmuştur. Bunun en önemli nedeni de modern kültürü belirleyen en temel unsurun bilim olmasıdır.²⁵ Son yıllarda bilgiye ulaşmayı diğer yüzyıllardan çok daha kolay bir şekilde mümkün kılan yeni iletişim teknolojileri, bilgi kavramına yeni anlamlar ekleyerek, bilgilenme sürecini bir anlamda dönüştürmüştür. Bu nedenle çevrimiçi siyasal bilgilenmeye ilişkin yapılacak akademik-kuramsal bir çalışmada, öncelikle bilgi epistemolojisi ve bilgi felsefesine dikkat çekmek gerekir. Zira siyasal bilgilenmenin anlaşılabilmesi, bilginin tarihsel süreç içerisinde nasıl değerlendirildiği ve özellikle felsefede bilgiye yönelik yaklaşımların nasıl şekillendiğinin incelenmesini gerektirir.

1.2. Bilginin Kaynağına Yönelik Epistemolojik Tartışmalar

Bilgi konusu, felsefenin en önemli problemlerinden biridir ve filozofların yüzyıllar boyunca bilginin ne olduğu ve insanların bilme eylemlerini nasıl ve hangi yollarla gerçekleştirdikleri sorusuna cevap arayışı, bilgi felsefesinde ampirizm ile rasyonalizm olmak üzere iki önemli temel geleneğin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ampirizm insan zihnindeki bilgilerin insan duyularından meydana geldiğini savunurken, rasyonalizm bilginin kaynağı olarak akli işaret eder ve deneyden önce akla öncelik verir. Filozofların her ne kadar bilgiye yaklaşımları birbirinden farklı olsa da, bilgi her zaman güçle ilişkilendirdikleri bir konu olmuştur. Örneğin Aydınlanma felsefesinin kurucularından biri olan Francis Bacon, bilgi konusunda “insan bilgisiyle, insan gücü birbiriyle örtüşür,” demiştir. Onun bu sözü daha sonra bilgi güçtür şeklinde yorumlanmıştır.²⁶

²⁵ Ahmet Cevizci, **Bilgi Felsefesi**, 2. Basım, İstanbul, Say Yayınları, 2012b, s.10, 11.

²⁶ Advaye Erbay, “Bilim ve İdeoloji: Tekniğin İktidarı”, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, C.11, No:2, 2009, s.4.

Bilgi felsefesinde bütün filozofların en çok cevap aradığı sorular, bilgiyi oluşturan etkenler ve herkes için geçerli doğru bilginin varlığı olmuştur. Doğru bilginin imkanı sorunsalı felsefede doğru bilgiye erişmenin mümkün olmadığını savunan septisizm ve doğru bilginin ulaşılabilir olduğunu düşünen dogmatizm olarak iki farklı görüş altında toplanır. Bilginin ne olduğu ve onu tanımlamaya yönelik çalışmalar Antik Yunan Felsefesi'nde Parmenides'e kadar gitmektedir. Filozof, bilgiyle (episteme) ve sanı (doxa) arasında bir ayırım yapmış ve sadece gerçekten var olanın bilinebileceğini, değişenin, var olmayanın veya görünüşün bilgisi olamayacağını ileri sürmüştür.²⁷ Doğru bilgiye şüphe ile yaklaşan filozof, septisizme zemin hazırlayan düşünürlerin öncülerindendir. Septikler felsefede şüpheciliği ortaya çıkarmışlardır ve evrendeki her şeye karşı kuşkuyla yaklaşmamız gerektiğini öne sürmüşlerdir. Şüpheyi bilgiye ulaşmada bir araçtan çok bir amaç olarak kullanmışlardır. Sofistler de benzer şekilde bilginin imkansız olduğunu ve hiçbir şeyin bilinemeyeceğini öne sürmüşlerdir. Onlara göre herkes için geçerli olan mutlak bir doğru yoktur, birisi için doğru olan bir bilgi, diğeri için yanlış olabilmektedir.

İnsanın herkese göre doğruluğu değişmeyen, mutlak bilgiye ulaşabileceğini savunan görüş ise dogmatizmdir. Düşünürler, doğru bilginin mümkün olduğu görüşünde birleşeler de, bilginin kaynağı nedir sorusuna getirdikleri yanıtlarla birbirilerinden ayrılırlar. Bazı filozoflar bilginin kaynağı olarak salt akli gösterirken, diğerleri deney ya da sezgiye işaret etmektedir. Epistemolojide bilginin kaynağı konusunda pek çok akım ortaya çıkmıştır. Gerek Antik Yunan Felsefesinde gerekse aydınlanma döneminden günümüze filozoflar, bilgi konusunda iki temel soruya cevap aramışlardır; bilginin imkanı ve kaynağı. Birinci soru doğru bilginin varlığıdır. Bu konuda da düşünürler, ikiye ayrılmaktadır. Birinci grupta, bilginin kaynağını duyular olarak gösteren ancak duyuların kişiden kişiye değiştiği için güvenilir olmadığını bu nedenle de doğru bilgiye ulaşmanın imkansız olduğunu öne süren septikler bulunmaktadır. Diğer düşünürlere

²⁷ Ahmet Cevizci, **İlkçağ Felsefesi Tarihi**, İstanbul Asa Kitabevi, 2007, s. 75.

göre ise doğru bilgiye ulaşmak olanaklıdır ancak kullanılacak araçlar yine filozoflar arasında farklılaşmaktadır. İkinci soru insanın bilgiyi nasıl edindiği ile ilgilidir. Bazı filozoflar bilginin kaynağı olarak duyu verilerini gösterirken, diğerler deneyi ya da sezgileri göstermiştir.

İlk ve Ortaçağ'da düşünürler, realist bir yaklaşımla önce varlığın mahiyetini ortaya koyduktan sonra bu gerçekliğin bilgisine nasıl erişebileceğini tartışan bir bilgi kuramı geliştirirken, modern filozoflar önce bilginin mahiyetini tartışıp, sonra buna uygun bir varlık tasarımı oluşturmaya geçerler.²⁸ Örneğin İlkçağın önemli düşünürlerinden Platon, öğretmeni Sokrates'in öğretisini kabul etmiş ve bilginin kaynağının akıl olduğunu savunmuştur²⁹, ancak onun varlık kavramı sadece elle tutulabilir şeyleri değil, diğer bütün gözle görülemeyen şeyleri de kapsamaktadır. Filozof, bunlara da idealar adını verir. Ama bilgimiz var olanlarla sınırlıdır. Çünkü O'na göre, var olmayan hakkında hiçbir şekilde bilgi ortaya konulamaz; var olmayan bilinemez. Bir de hem var hem de yok denebilecek şeyler vardır. İmgeler, doğadaki nesnelere, canlılar ve insanların yaptıkları şeyler bu gruba dahildir. Bunlar hakkında kesin bir bilgiye ulaşmaktan söz edilemez, bunlar bilgiyle bilgisizliğin ortasında sanı ortaya koyarlar. Bilgi doğrudan doğruya deneyden, sanı ise bir ikna sonucuna dayanabilmekle birlikte ikinci el bilgiden doğar. Bilgide ikna yoktur.³⁰ Bilgiyi nesnesine bakarak ayıran ilk filozof da Platon'dur.³¹ Kendisinden sonra gelen Aristoteles bilgi

²⁸ Cevizci, Bilgi..., a.g.e. , s.129,130.

²⁹ İlkçağın önemli düşünürlerinden Sokrates bilgiyi, hazır, hemen öğrenilebilecek bir şey olarak değil, tersine birlikte çalışarak keşfedilecek bir amaç olarak tanımlar. Bu nedenle, bilgileri öğretimle edindirmekten ziyade, doğruyu, çevresindekilerle birlikte aramaya çalışır. Üzerinde durup düşünülürse temel bir doğrunun bulunabileceğine inanır. Her ne kadar o da sofistler gibi gelenek ve göreneklerin oluşturduğu ölçüler üzerinde düşünmeyi kendisine ilke olarak belirlese de, bilgi anlayışı onlarınki gibi göreceli değildir. Onun için bilginin kaynağı, akıl ve akıl yürütme yeteneğidir; Macit Gökberk, **Felsefe Tarihi**, 18. Basım, İstanbul, Remzi Kitabevi, 2008, s.43.

³⁰ İhsan Turgut, "Platon'da Bilgi Türleri", **Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, C:22, No:1, s:349-351.

³¹ Platon kendisinden önceki felsefecilerden farklı olarak, varlığı bilgiyle ilişkisinde inceler. Platon'un yapmak istediği esas şey bilgi ayrımı yapmaktır. Bunu yaparken de varlığı dikkate alır. Platon bilgiyi,

ayrımını nesnelere bakarak yapmaktan ziyade, oluşumuna bakarak ayırır ve bu amaçla konuşmalarına “nasıl biliyoruz?” sorusuyla başlar.³² İslam düşüncesinin önde gelen filozoflarından Fârâbi için de bilginin kaynağı akıldır ama duyu organlarından sağlanan verilerin, akıl tarafından bilgiye dönüştürüldüğünü savunur. İnsanlar için en yüksek erdemin bilgi olduğunu düşünen Farabi’ye göre, bilginin üç kaynağı vardır, bunlar duyu, akıl ve nazardır. Duyularımız yoluyla dış dünyayı algılarız. Akıl yoluyla kendi iç dünyamızı gözlemleriz. Nazar yoluyla da, daha derin bir düşünce safhasına geçerek, akılda doğuştan bulunan düşünceleri kavrarız. Duyu organlarıyla algıladığımız dünyaya ait bilgiler doğru bilgiler değildir. Bunlar sadece doğru bilginin malzemesini oluşturan tekil bilgilerdir. Bu bilgiler daha sonra nazarla, yani derinliğine düşünme sonucunda, belirli kalıplara sokularak genel kavramlara ve yargılara dönüşür.³³

Kilise öğretileriyle varlığını sürdüren Ortaçağ dönemi, felsefeyi de teolojinin sınırları içinde hapsetmiştir. Anlamak için inanıyorum (Credo Ut Intelligam) anlayışı üzerine temellenen Ortaçağ bilgi kuramı, inanmayı bilginin önüne koymuştur. İnanmak, bilmenin temel ilkesidir ve asıl hakikattir.³⁴ Rönesans’la birlikte bilimsel ya da eleştirel düşünceyi temel alan ve genellikle Aydınlanma dönemi içinde incelenen filozofların

bilginin hakkında olduğu nesneye bakarak ayırır. Filozofa göre bilginin, uygulamalı, yaratıcı ve kuramsal olmak üzere üç türü vardır. Ev ve gemi yapımıyla ilgili olan yaratıcı bilgidir çünkü sonucunda çıkan eser gözle görülebilir. Devlet yönetimi ya da bir enstrüman çalma gibi olanlar uygulamalı bilgi sınıfına girer çünkü gözle görülemeseler de, bir şey gerçekleştirirler. Geometri ya da yıldızbilim ise kuramsal bilgidir çünkü bunlar, ne bir şey yaratır ne de gerçekleştirirler. Diogenes Laertios, **Ünlü Filozofların Yaşamları ve Öğretileri**, Çev. Canan Şentuna, Üçüncü Basım, Yapı Kredi Yayınları, 2007, s.157.

³² Aristoteles, insanın doğuştan getirdiği bilgiler olduğu tezine karşı çıkar ve bilginin deneyimle başladığını öne sürer. Ona göre bütün insanlar doğal olarak bilmek ister. Buna verdiği gerekçe de, insanın duyularından, özellikle de, görme duyusundan aldığı hazdır, çünkü görme bütün duyularımız içinde bize en fazla bilgi kazandırmasıdır. Hayvanlar doğaları gereği duyu yeteneğine sahiplerdir, ancak duyma yeteneği her zaman hafızayı meydana getirmez. Öğrenme yeteneği ise hafızaya ek olarak, işitme duygusuna da sahip olan varlıklarda bulunur. İnsan, hafıza yeteneği sayesinde sanat ve akıl yürütmelere kadar yükselir. İnsanlar deneye hafıza sayesinde ulaşırlar. Aristoteles, **Metafizik**, İstanbul, Sosyal Yayınlar, 2012, s:149.

³³ İsmail Tunalı, **Felsefeye Giriş**, İstanbul, Altın Kitaplar Yayınevi, 2010, s.50.

³⁴ A. Kadir Çüçen, **Ortaçağ Felsefesi Tarihi**, İstanbul, İnkilap Kitabevi, 2000, s.41.

ortaya koyduğu düşünce ve fikirler, modern dönem ve onu takip ettiği ileri sürülen postmodern dönemde güncelliğini korumaya devam etmektedir.³⁵ Bu açıdan Aydınlanma, günümüzde gerek popüler söylemde, gerekse akademik alanda çok fazla atıfta bulunulan, aktüel siyasal fikirleri ve konumlanışları belirleyen önemli bir düşünce geleneğini oluşturmaktadır.³⁶

Modern felsefenin kurucusu olarak kabul edilen düşünür Rene Descartes'la birlikte din, Orta Çağ felsefesindeki etkisini kaybetmeye başlamıştır. Descartes da doğru bilgiye ulaşmak için şüphe yöntemini kullanmaktadır fakat bu şüphe, Septiklerin amaç haline getirilmiş şüphesinden oldukça farklıdır. Descartes, şüpheyi, doğru ve kesin bilgiye ulaşmak için, bir metot olarak kullanmıştır. Bu nedenle, onun şüphesi, kendiliğinden doğan bir şüphe değil, düşünülen istenilen, aklın ışığı ve iradenin gücü ile hakikati aramaya yönelik, hiçbir şeyi dışarıda bırakmayan tam bir şüphe, yani metodik şüphedir. Böyle bir şüpheden sonra ancak, mutlak ve sarsılmaz bir hakikate ulaşılabilir ve bu hakikat, bilgi binasının kuruluşunda sağlam bir temel teşkil edebilir. İşte hakikati aramak ve onun mutlak bilgisine ulaşmak amacıyla, şüpheyi bir araç olarak kullanan Descartes, işe, zamanındaki bilimi eleştirmekle başlamıştır.³⁷ Descartes, matematik ve geometri dahil, her şeyden şüphe etmiştir çünkü onun için şüphe etmek, bir çeşit

³⁵ John Locke Aydınlanma Çağı'nda deneyciliği ve liberal düşünceyi başlatan filozof olarak kabul edilmektedir. Deneycilik, sadece deneye dayanan bilgiyi doğru bilgi olarak kabul eden görüştür. Locke, bilgilerin doğuştan geldiğini savını kabul etmeyerek, rasyonalizme özellikle Descartes'a ve idealizme tepki göstermiştir. Düşünürü göre insan zihni doğuştan boş bir levhadır, dış dünyanın bilgisini deneyimleriz ve duyu organlarımız sayesinde öğrenebiliriz. Yani bu boş levha, zamanla duyu organlarımızın sağladığı bilgilerle dolar. Akılda bilgiyi işleyecek herhangi bir hammadde olmadan bilgi üretmek mümkün olmadığı için, insanlara, dış dünyadaki nesnelere algı akışını sağlayan şey aslında duyarımızdır. Bu nedenle bilgimizin birinci kaynağı duyarımızdır. Duyularımızın algıladığı ve onlar tarafından zihnimize gönderilen veriler üzerinde işlem yapan düşünceler ise bilgimizin ikinci kaynağını oluşturmaktadır; Hacer Aşık Ev, "Comparing Some Ideas of Ibn Haldun and John Locke about the Epistemology from Some Aspects", **Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences**, C. 43, No:2, 2010, s. 90.

³⁶ Fatih Duman, "Akılcılık Bağlamında İki Aydınlanma Geleneği: Fransız Aydınlanması Versus İskoç Aydınlanması", **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, C.61, No:1, 2006, s.118.

³⁷ Ülker Öktem, "Descartes'da Bilginin Kesinliği Problemi", **Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, C.40, No:1, 1999, s.311

düşünmektir. O halde, düşündüğünden şüphe ettiğinden kesinlikle şüphe etmez yani diğer bir ifadeyle düşündüğünden şüphe etmez ve ilk temel bilgi, ilk apaçık hakikat olarak “Cogito ergo sum” u (“Düşünüyorum öyleyse varım”) ortaya koyar ve bu hakikatin şüphecilerin bile sarsmaya gücü yetmeyecek kadar sağlam ve emin olduğunu görerek felsefenin ilk ilkesi olarak kabul ettiğini belirtir.³⁸ Descartes’ın düşünceye yaptığı vurgu ile özne kavrayışı da dönüşüme uğramıştır ve böylece Tanrı merkezli bir bakıştan, insan odaklı bir bilgi anlayışına geçilmiştir. Örneğin on yedinci yüzyılın akılcılığıyla, on sekizinci yüzyılın deneyciliği arasında geliştirdiği eleştirel felsefe anlayışıyla, bilgi felsefesindeki bir diğer önemli düşünür olan Immanuel Kant kendisinden önceki bilgi kuramcılarının, bilgiyi açıklarken nesneyi ön plana çıkartıp, özneyi edilgenleştirmesini tersine çevirerek, bilginin nesne tarafından değil de, özne tarafından oluşturulduğunu öne sürmüştür.³⁹ Kant’a göre ampirist düşünürlerin iddia ettiği gibi bütün bilgilerimizin deneyle başladığı saptaması oldukça doğru bir tespittir, ama bundan bütün bilgilerimizin deneyimden doğduğu sonucunu da çıkaramayız. Bilginin kazanılmasında bir diğer kaynak da insan zihnidir. Dış dünyadan duyuşal olarak algıladıklarımız ancak insan zihni tarafından düzenlendiği zaman anlamlı bir bilgi haline dönüşmektedir.⁴⁰ Kant’ın bilgi konusundaki görüşleri onu, deneyle sağlanamayan her tür bilginin geçersiz olduğunu iddia eden pozitivist yaklaşıma yakınlaştırır. Kurucusunun Auguste Comte olduğu sistemin temel aldığı ilk doktrin bilimsel bilginin tek geçerli bilgi olduğudur çünkü yaşanan çağ, pozitif çağdır, bilim çağıdır. Bilimin tek nesnesi duyuşal olan olgulardır, bu nedenle metafizik ve teolojik düşünceleri bilimlerin dışındaki bilgi olduğu gerekçesiyle kabul etmezler. Bilimsel bilginin doğruluğu ve değeri her zaman tartışmaya açıktır.⁴¹ Bilgiye erişmede tek bir

³⁸ Ayhan Aydın, **Felsefe: Düşünce Tarihi**, Ankara, Pegem Akademi, 2009, s. 150.

³⁹ A. Kadir Çüçen, **Bilgi Felsefesi**, İstanbul, Sentez Yayıncılık, 2012, s.234.

⁴⁰ Ali Taşkın, “Immanuel Kant’da Bilginin Kaynağı Problemi”, **Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, C.6, No:1, s.291.

⁴¹ Çüçen, Bilgi..., **a.g.e.**, s.83.

yöntem söz konusudur ve evrenseldir, bu yöntem hem doğa hem de beşeri bilimler için değişmez.

Bilgiye pragmatik olarak yaklaşan John Dewey'nin bilgi kuramı araçsalcılık adı altında incelenir. Çünkü Dewey, bilgiyi, insanların karşılaştıkları sorunları çözmeye bir araç olarak görür. Zihin sadece kendisinden bağımsız olarak nesnelere bilen bir güç değildir. Gerek ampirizm gerekse rasyonalizm bilmeyi statik varlıklar olarak özne ile nesne arasındaki ilişkiyi bazen nesneden hareketle pasif bazen de öznenen hareketle kurucu bir şekilde kavrarlar. Araçsalcılık ise refleksif düşünmenin pratik bir durumu dönüştürme, somut bir problemi çözmeye işiyle ilgilenir. Yani düşünme eylemini, yalıtılmış çerçevesinin içinden çekerek, somut dünyanın içine yerleştirmektedir.⁴² Dewey'nin bu söylemi açısından bilgi, ulaşılabilecek bir amaçtan çok, insanların yaşamına somut bir katkısı olacak, bireyin kendi yaşamında yeniden üretebileceği ve dönüştürebileceği bir niteliğe sahip olmayı gerektirir.

1.3. Bilginin Sınıflandırılması

Bilgi türleri konusunda pek çok kuramcı farklı sınıflandırmalara gitmişlerdir ancak bilgi, her ne kadar farklı kategoriler altında incelense de, önemli olan bütün bilgi türlerinin toplumla ilişki içinde olmasıdır. Georges Gurvitch bilgiyi yedi farklı sınıf altında ele almıştır. Bunlar algısal, toplumsal, gündelik, teknik, siyasal, bilimsel ve felsefi bilgidir. Gurvitch'in bu sınıflandırması bazı kuramcılar tarafından eksik bulunmaktadır. Öncelikle ilk üç bilgi türü (algısal, toplumsal ve gündelik) genelde bireylerin ve içinde buldukları toplumların kendileri ve çevreleri hakkındaki ortak algılama biçimlerini içermektedir. Yani bu üç bilgi türü, diğer bilgi kategorilerinden ayrılarak kendi içlerinde tek bir kategori altında toplanabilmektedir. Gurvitch'in kategorilendirmesinin diğer bir eksikliği dini bilgi gibi, tarih boyunca toplumların önem verdiği bilgi kategorisinin bu sınıflandırmada yer almamasıdır. Benzer şekilde

⁴² Ahmet Cevizci, **Felsefe Tarihi: Thales'ten Baudrillard'a**, 4. Basım, İstanbul, Say Yayınları, 2012a, s.1019.

toplumların bilgi sisteminde yer alan sanatsal bilgi türü de burada yer almamaktadır.⁴³ Buna ek olarak bilgi hemen hemen her yerde inanç yoluyla tanımlanmaktadır. Bilgi teorisinde hakim olan görüş, doğru inançları bilgiye dönüştüren şeyin inançların gerekçelerinin niteliği olduğu yolundadır. Yani inançlarımızı doğrulamak için ortaya koyduğumuz gerekçeler yeterince sağlam ve güçlü olduğu takdirde inançlarımızı bilgiye dönüştürdüğümüz kabul edilir.⁴⁴

Bilgi türleri içinde alanı en geniş olan *gündelik bilgidir* çünkü hemen herkesin belirli konularda az da olsa bir bilgisi vardır. Bilimsel açıdan doğruluğu kanıtlanmamış, bireylerin gözlemleyerek doğruluklarını kabul ettikleri gündelik bilgi, dini bilgiyle birlikte sahip olduğumuz en eski bilgi çeşidi olarak kabul edilir. Gündelik bilgilerin bir yöntemi yoktur. Yöntem genellikle deneme-yanılma yöntemidir; insan, bu bilgide kendi gözlemlerine dayanabildiği gibi başkalarını da takip edebilir.⁴⁵ Çünkü gündelik bilgi insanların hayatını kolaylaştırmak için edindiği deneyimlere dayanır, bu nedenle bireyseldir, doğal olarak kültürden kültüre farklılıklar taşıyabilmektedir. Çünkü ilk algılayış biçimimiz topluma bağlı olarak başlar. Kişi toplumda gündelik yani genel bir hayat bilgisi edinir, buna bağlı olarak da bilgi toplumdan topluma farklılıklar gösterir.⁴⁶ Gündelik hayat bilgisinin algıya dayanıyor olması, öznel niteliğini öne çıkarır. Bu nedenle her koşul için genellenemezler ama bir geçerliliklerinin ya da doğruluklarının olduğu söylenebilir. Yalnız bu, belirli bir zaman diliminde algılanan iki olay arasındaki bir doğruluktur. Sınırlı süredeki gözlemlere dayanan olaylar arasındaki nedensellik ilişkisi her koşul için geçerli olmayabilir.⁴⁷ Sıradan deneyimle elde edilen gündelik bilginin öne çıkan bir özelliği de belirli sınırlar içinde doğru olmasına rağmen, bu

⁴³Georges Gurvitch'den aktaran, Mustafa Aydın, **a.g.e.**, s.62.

⁴⁴ Ahmet Cevizci, **Bilgi...**, **a.g.e.**,s.21.

⁴⁵ Ahmet Cevizci, **Felsefeye Giriş**, İstanbul, Sentez Yayınları, 2010, s.49.

⁴⁶ Mustafa Aydın, **a.g.e.**, s.74.

⁴⁷ Tunalı, **a.g.e.**, s.16.

bilginin, bahsettiği olguların neden öyle olduklarını nadiren açıklamasıdır. Örneğin tekerleği icat eden toplumlar, ne sürtünme kuvveti hakkında ne de tekerlekli araçlara yüklenen malzemelerin neden yerde sürüklenen malzemedan daha kolay taşındığı hakkında bilgi sahibiydiler.⁴⁸ Gündelik bilginin her ne kadar insan hayatını kolaylaştırıcı ve yenellenebilir bir niteliği olsa da, öznel algılarla oluştuğu için bilimsel bilgi olarak kabul edilmektedir.

Gündelik hayat bilgisi gibi insanın hayatını kolaylaştırıcı niteliğe sahip bir diğer bilgi türü *teknik bilgidir* ancak bu bilgi türü deneyimden çok akla dayanmaktadır. Teknik bilgi, bir uygulama biçimi olarak düşünüldüğünde, gündelik hayat bilgisinden sonra gelen en genel bilgi türü sayılabilir çünkü sanatsal ya da siyasal bilginin de genel anlamda teknik bir tarafı vardır.⁴⁹ Her ne kadar günümüzde teknik bilgi, bilimsel bilgi içinde değerlendirilse de, teori ve pratik ilişkisi bağlamında bu iki bilgi türü birbirinden ayrılmaktadır. Gündelik bilgiye dayanan teknik ile bilimsel bilgiye dayanan teknik bilgi birbirinden ayırt edilmelidir. Gündelik bilgiye dayanan teknik ile su kabı ya da ekmek bıçağı gibi el becerisi ile yapılabilen basit aletler yapılabılır. Bilimsel bilgiye dayanan teknik ise teknolojik bilgi olarak ifade edilir. Teknoloji, bilimsel bilginin belli bir alana uygulanmasıdır. Bu uygulanma sonucunda bugün kullanılan teknoloji ürünleri ortaya çıkmıştır.⁵⁰ Teknik bilgi insanların nesnelere pratik amaçları için değiştirme, onlardan alet yapma bilgisidir. İnsanlara yarar sağlaması ve hayatı kolaylaştırması teknik bilginin pratik yönünü vurgular. Tarihe bakıldığında, ilk olarak alet yapma teknik bilgisinin geliştiği görülmektedir. İlk insanlar doğayla girdikleri mücadelede hayatta kalabilmek için yaşamlarını kolaylaştıracak avlanmak ve barınmak için alet ve gereçler yapmışlardır. Bunlar insanlık tarihinin teknik bilgisinin ilk ürünleridir. Daha sonraki dönemlerde, insanlar makine teknik bilgisine erişerek, el gücü yerine buharla çalışan

⁴⁸ Ernest Nagel, **Bilimin Yapısı: Bilimsel Açıklama Mantığında Problemler**, Çev. Aziz Yardımlı, İstanbul, İdea Yayınevi, 2013, s.19.

⁴⁹ Mustafa Aydın, **a.g.e.**, s.75.

⁵⁰ Tunalı, **a.g.e.**, s.17.

makineler gibi makine gücünü kullanmaya başlamışlardır. Günümüzde ise artık makine bilgisi de aşılarak, otomasyon teknik bilgisi kullanılmaya başlanmıştır. İnsan, seri üretimde makinelerin birlikteliğine geçerek, kendisini denetleyen otomatik makineler yapmıştır.⁵¹

Özne ve nesne arasındaki bağın, yüce bir varlık (Tanrı) tarafından belirlendiği bir inanç sistemine dayanan bilgi olarak nitelenen *dinsel bilgi* ise insanlık tarihi kadar eskidir. İnsanlık var olduğu günden bugüne herhangi bir dine (ilahi olsun ya da olmasın) inanmıştır ve gelişen inanç bağından kaynaklı olarak mutlak, zorlayıcı ve kesin niteliği bulunmaktadır.⁵² Dini bilginin kaynağı Tanrı olduğu için, dini otoritelerin varsaydığı bilgilerin kanıt aranmaksızın doğru bilgi olduğunu öne sürmesi bağlamında dogmatiktir, yani eleştiri ya da kuşku kabul etmez, olduğu gibi kabul edilir. Bu yönüyle de diğer bilgi türlerinden ayrılır çünkü dini bilginin fizik ötesine ve fiziki dünyaya uzanan iki yönü vardır. Fizik ötesine uzanan yönü, insanın Tanrı'yla ilişkisinin sağlanmasıyla ilişkilidir. İbadet etmek bu ilişkinin fiziki dünyadaki karşılığıdır. Bu süreçte insanın bilgi elde etmesi mümkündür. Ancak dinin daha geniş kapsamlı bir bilgi türü ortaya koyma niteliği fiziki dünyaya uzanan yönünde aranmalıdır çünkü din, tüm nesnelere hakkında görüş beyan etmiş ve kendi yorumunu getirmiştir.⁵³ Belki de bu nedenle, din, insanın hayatına anlam vermek için ve onu yorumlamak için bir kurtarıcı görevini üstlenmiş, yüzyıllar boyu önemini kaybetmemiştir.

Sanatçının doğadaki bir nesneye yönelerek, onu elindeki malzemeyle kendi iç dünyasının bir ifadesi olarak bir ürün ortaya koyması sürecinde ortaya çıkan bir başka bilgi türü, *sanatsal bilgidir*. Sanatçı bu ifadesini resim, edebiyat ya da müzik gibi farklı sanat dallarında ortaya çıkartır. Sanatçı bunu kendi öznel becerisiyle gerçekleştirdiği için kişinin duyuş ve düşünüş biçimine göre değişir. Her ne kadar teknik bilgi gibi bir

⁵¹ Çüçen, Bilgi..., **a.g.e.**, s. 18.

⁵² **A.e.**, s. 18.

⁵³ MustafaAydın, **a.g.e.**, s.78.

üretim etkinliği olarak ortaya çıksa da, yarar amacı gütmaz.⁵⁴ Sanatçının bir nesneye yönelerek, kendi hayal gücünün ışığında oluşturduğu sanat eseri de bir bilgi olayıdır. Ama buradaki nesnel bir bilgiden ziyade öznel bir bilgidir. Bu öznel yorum nedeniyle aynı manzarayı yapan üç ressamın resimleri birbiriyle aynı olmayacaktır.⁵⁵ Sanatın insanlara verdiği bilgi, suje-obje ilişkisi bakımından diğer bilgi türleriyle ortak noktalara sahip olsa da, belli ölçülerle onlardan ayrılır. Sanatsal bilgi, bir kavram geliştirememekle bilimden, anlamın yanında güzeli arama niteliğiyle dini bilgiden farklıdır.⁵⁶ Temelde yaratıcı hayal gücüne dayanması, öznel olması ve insan hayatını kolaylaştırıcı bir fayda arayışında olmaması, sanat bilgisini diğer bilgi türlerinden ayırmaktadır.

İçinde yaşadığımız dünyanın, duyuşal algılamalarımızın dışında da gerçekliğini kabul eden ve bazı varsayımlardan hareket eden *bilimsel bilgi*, insanların fiziksel evreni tam anlamıyla algılayabileceğini ve ona anlam verebileceğini kabul eder. Empririk olarak erişebildiğimiz verilerin, doğal fenomenleri anlamlandırabilmemiz için yeterli olduğu bilimsel bilginin bazı sınırlılıkları da vardır. Bilimsel bilgi, sadece doğal dünyanın duyuşal deneyimine dayalı olduğundan, duyuşlarımızın biyolojik sınırlarına tabidir. Örneğin, bizler kızılötesi ya da ultraviyole ışıkları göremeyiz ya da aşırı yüksek ya da düşük seviyedeki sesleri duyamayız. Her ne kadar gelişmiş teknoloji sayesinde duyuşlarımız gelişmiş olsa da, tam olarak teknolojik yeterliliğe ulaşamamış durumdayız. Buna ek olarak, bilimsel bilgi koşullu bir bilgi türüdür. Bu nedenle de kesin ve mutlak bilginin aksine belirsizdir. Çünkü bilim tarihi açıkça göstermiştir ki, bilimsel bilgi, yeni bulunan kanıtlar ve yeni düşünme biçimlerinin gelişmesinin ışığında değişime açıktır. Bu da bilimsel bilginin tam olarak bir kesinliğe ulaşamayacak niteliğinin altını

⁵⁴ Çüçen, Bilgi..., **a.g.e.**, s. 20.

⁵⁵ Tunalı, **a.g.e.**, s.19.

⁵⁶ Mustafa Aydın, **a.g.e.**, s.88.

çizmektedir.⁵⁷ Bilimsel bilginin de değişik türleri vardır. Bu yaklaşımların en öne çıkanları fenomenoloji, hermenötik ve pozitif yaklaşımlardır. Fenomenoloji, nesnelerin görünen kısımlarıyla ilgilenir. Bu yaklaşımın tam zıt kutbunda yer alan hermenötik ise soylu bir bilgiye, fenomenlerin arkasındaki özlerden, birleştirici bir yorumdan hareketle bulunabileceğine inanmaktadır. Pozitivizm ise iki yaklaşımın arasında bir yol belirler ve bir varsayımla hareket ettikten sonra deney verileri ve bizde bulunan kavramlar arasında kurulacak olan bir ilişkiden doğan bilginin bilimsel olabileceğini söyler. Bilimsel bilgi genellikle pozitivist yaklaşımı benimsemiştir, yani bir olayda kavramlara deney verileri eşlik ettiği sürece bilimsel bilgi elde edilebilir.⁵⁸ Bilimsel bilgi her ne kadar kendi içinde farklı kategorilere ayrılrsa da, kesinlik ve evrensellik kriterlerine dayanması ve sürekli ilerleyen bir niteliğe sahip olması nedeniyle diğer bilgi türlerinden neden-sonuç ilişkisi bağlamında ayrılmaktadır.

Felsefi bilgi ise düşünen öznenin bir nesneyi merak ederek, ona yönelmesi ve onu anlamaya çalışarak akıl çerçevesinde bir temele oturtuktan sonra ortaya çıkan tutarlı düşüncelerin oluşturduğu bilgi türüdür. Bu nedenle mantık ilkeleri çerçevesinde elde edilen sistemli bir bilgidir. Her ne kadar bir bilgi türü olarak ele alınsa da, bilimsel bilgi gibi deney ya da gözlemlerle kanıtlanabilir bir niteliğe sahip değildir. Bilimsel bilgi gibi doğruluğu açıkça saptanamaz ama felsefenin cevaplarını aradığı sorular sınırsızdır. Her ne kadar filozoflar, aynı problemlere kendi bakış açılarını getirerek sorunsalları farklı şekle yorumlasalar da, felsefe birikimsel olarak ilerleyen bir alandır.⁵⁹ Bu bağlamda bilimsel bilgiyle ortak özellikler gösterir. Felsefi bilgi aynı zamanda gündelik hayat bilgisine en uzak noktada bulunan bir bilgi türüdür çünkü felsefe bireysel yönü ağır basan ve pratik hayatla bağı az olan bir alandır.⁶⁰ Aydın toplumların o andaki hayat

⁵⁷ Martin Nickels, “The Nature of Modern Science & Scientific Knowledge”, (Çevrimiçi) <http://www.indiana.edu/~ensiweb/mart.nos.pdf>, 22.03.2014.

⁵⁸ Mustafa Aydın, **a.g.e.**, s.85.

⁵⁹ Çüçen, Bilgi..., **a.g.e.**, s.24.

⁶⁰ Mustafa Aydın, **a.g.e.**, s.91.

tarzına uygun düşen bilgi türlerine önem verdiklerini belirtilmektedir. Bu noktada, rekabet kapitalizminin bilimsel bilgiye, Marksist rejimin ideolojik bilgiye, Mesihçi toplumların dini bilgiye önem verdikleri örnekleri verilmektedir. Diğer bir ifadeyle diğer bilgi türlerinin pratik hayatla bağlantısı bulunurken, felsefe hiçbir toplumsal pratiğe denk düşmemektedir.

1.4. Bilgi ve Siyaset İlişkisi

Bilgi ve siyaset ilişkisi, felsefeden temelini alarak güncel politikalara ve uygulamalara kadar devam eden geniş bir ilişki ağını oluşturur. Demokrasinin başlıca dayanağı olan yer, zaman ve sınır kavramlarını tekrar gözden geçirmemizi sağlayan yeni medya, bizi kültürel kodlarımızdan uzaklaştırarak, siyasi alışkanlıklarımızı da değiştirmektedir. Politika sadece bir karar alma mekanizması değil, ayrıca bir bilgi sistemidir çünkü siyasetin içindeki aktörlerin, olaylar hakkında tam bir bilgi sahibi olmadan ya da içinde yaşadığımız demokrasilerde seçmenler hakkında bilgilendirilmeden karar alma süreçlerinin oluşması düşünülemez. Öyleyse bilginin, siyasetin bir anlamda itici gücü oluşu düşünülebilir. Bu bilgi, medyanın da dahil olduğu bir süreçte üretilerek, basın, televizyon ve elektronik medya gibi pek çok kanal aracılığıyla yayılır. İşte bu karşılıklı bağımlılık ilişkisinde, elektronik medyanın ortaya çıkmasıyla bilgi alışverişinde yaşanacak değişiklikler, siyaset arenasında da köklü değişimlerin yaşanmasını zorunlu kılacaktır.⁶¹

Siyaseti, bilgi hiyerarşisinin en üstünde tutan Aristo'dan günümüze kadar siyaset farklı düşünürler tarafından değişik şekillerde tanımlanmıştır. Kamusal konularda kendi tercihlerini kabul ettirmek, uygulamak ve başka tercihlerin gerçekleşmesini engellemek üzere bazı zümrelerin giriştikleri bir mücadele alanı olarak kavramlaştırılan siyaset, insanların doğuştan getirdikleri nitelikleri ve içinde buldukları sosyo-ekonomik durumları bakımından farklı düşünce, çıkar ve psikolojik eğilimlerden ortaya çıkan bir

⁶¹ Agnes Hubert, Benedicte Caremier, **Democracy and The Information Society in Europe**, London, Kogan Page, 2000, s.15-19.

çatışma alanı⁶² olarak da tanımlanır. Yani siyaset, özünde iktidar temelinde şekillenen bir olgu, bir iktidar mücadelesidir. İktidar veya iktidar mücadelesi, siyaset ve bilgi ilişkisinin anlaşılması için önemli bir alandır. Çünkü bilmek ediminin kendisi, güç ve iktidarın temel dinamiğini oluşturmaktadır. İktidar, yönetme gücünü bilgi aracılığıyla meşrulaştırmakta ve bu gücü yine bilgi aracılığıyla sürekli kılmaya çalışmaktadır. Ancak siyaset ve bilgi ilişkisinin anlaşılması, sadece siyasette aktif rol alan yönetenler veya egemenler çerçevesinde değil, siyasetle ilgilenen toplumun diğer kesimleri açısından da önemlidir. Özellikle aktif yurttaşlık ve siyasal katılım açısından değerlendirildiğinde siyasal bilgilenmenin önemi daha çok ortaya çıkacaktır. Çünkü siyasal bilginin, siyasal bir eylem için en temel araç olduğu genellikle kabul edilmektedir. Bireyler politika hakkındaki temel gerçekleri bilirlerse, en azından kendi politik tercihlerini belirleyebilir, politik dünyada kendilerini yönlendirebilir, kurumlarla sorunlar, sorunlarla kurumlar arasında bağ kurabilirler. Bu bağlamda siyasal bilgilenme ve katılma birbirlerini karşılıklı olarak etkilerken, birindeki artış diğerine de yansımaktadır.⁶³ Bu nedenle bireyin, siyasal görüşlerinin şekillenmesinde ve bunun neticesinde oluşacak karar verme sürecinde elde ettiği siyasal bilginin önemi büyüktür.

Demokrasinin başlangıcı genellikle Atina ve Roma'ya atfedilmektedir. Atinalılar hükümet işlerini Agora denilen alanlarda tartışırken, İtalya'da devlet işleri Comitia denilen meclislerde görüşülmüştür. Demokrasinin doğrudan uygulandığı ve oy vermenin sadece vatandaş olarak kabul edilen bir azınlığa tanındığı bu demokrasiler günümüz Batı demokrasilerinden farklılık göstermektedir. Modern demokrasinin temelini 18. Yüzyıllardaki Amerikan ve Fransız ihtilalleri ve 1832'deki Reform Kanunlarına dayandığı kabul edilmektedir. Lilleker, modern anlamda demokratik rejimleri şu şekilde tanımlamaktadır:

⁶² Münci Kapani, **Politika Bilimine Giriş**, 29. Basım, Ankara, Bilgi Yayınevi, 2012, s.17-22.

⁶³ Mira Sotirovic, Jack M. McLeod, "Values, Communication Behavior, and Political Participation", **Political Communication**, C.18., No:3, 2001, s.279.

“Demokratik rejimler ister seçmen olarak, ister aday olarak hiç kimsenin katılımının engellenmediği - 21. Yüzyılda bu kategoriler ırk, milliyet, cinsiyet ve siyasal düşünceyi içerir-adil, özgür ve düzenli seçimlerin yapıldığı sistemler olarak tanımlanır. Halk tarafından seçilen temsilcilerin, kendilerine seçmen oylarıyla verilen siyasi gücü halkın yararına kullanmaları beklenir. Demokratik rejimlerin temel kavramlarından biri olan temsili demokrasi, birçok farklı kişi ve görüşün temsil imkanı bulduğu ve medyaya erişimin bulunduğu bir sistemdir.”⁶⁴

Lilleker’in demokrasi tanımlamasında medyaya erişim koşulu dikkat çekmektedir. Medyanın en önemli siyasal bilgilenme kaynağı olduğu düşünüldüğünde, demokrasi için bilgilenme hakkının önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır çünkü demokrasi en klasik tanımıyla halkın kendi kendini yönettiği bir idare biçimidir ama gerçek demokrasi ancak yurttaşların bilgilenecek, siyasal sisteme katılmasıyla gerçekleşmektedir. Demokratik rejimlerde halkın rolü kendisini yönetecek kişileri seçmek, siyasal kararları alacak azınlığı, oylarıyla işbaşına getirmektir.⁶⁵ Eski Yunanca’da halk anlamına gelen “demos” ve iktidar anlamına gelen “kratos” kelimelerinin birleşmesinden oluşan demokrasi ister temsili ister doğrudan bir nitelik taşıyın, her zaman iktidarın halk tarafından seçildiği ve halkın isteği doğrultusunda kullanıldığı bir rejimdir. Demokrasiye ilişkin tanımlarda farklı gruplandırmalar dikkat çekmektedir. Temsili demokrasi ve doğrudan demokrasi ayrımı demokrasiye ilişkin öne çıkan sınıflandırma biçimidir. Doğrudan demokrasi bütün yurttaşların siyasal süreçte aktif olarak katılmasını öngörürken, temsili demokrasilerde, halk politik faaliyetleri, seçtikleri temsil organlarına devreder. Doğrudan demokrasinin en hararetli savunucularından J.J. Rousseau halk egemenliğinin başkalarına devredilemeyeceğini dolayısıyla milli iradenin temsil edilemeyeceğini söylemiştir. Onun savunduğu demokrasi anlayışında yurttaşlar eski Atina Sitesi’nde olduğu gibi kamusal alana toplanıp, iç ve dış siyasi yönetim kararlarını almalılardır.

⁶⁴ Lilleker, **a.g.e.**,s.13.

⁶⁵ Kapani, **a.g.e.**, s.132.

1.4.1. Siyasal Bilgilenme

Delli Carpini ve Keeter, siyasal bilgiyi, yurttaşlığın sahip olması gereken değer olarak tanımlamışlardır. Bu nedenle siyasal bilgi, politik olarak aktif ve katılımcı yurttaşlık görevini karşılayabilmek için önemli bir kaynaktır.⁶⁶ Diğer bir ifadeyle siyasal bilgi, siyasal politikaların halk tarafından belirlendiği demokratik rejimlerde önemli bir yurttaşlık hakkıdır. Demokratik sistemlerde, yurttaşların kendilerini temsil edecek kişiler arasında seçim yapabilmeleri için belirli oranda politik bilgiye sahip olması gerekir. Temsili demokrasilerde ise siyasal bilginin, yurttaşların kendilerini temsil etmesi için seçtikleri politik aktörlerin, demokrasinin gerektirdiği şekilde hareket edip etmediklerini kontrol edebilmek için başka bir önemi daha vardır.⁶⁷ Yani siyasal bilgi sadece seçim dönemlerinde değil, bütün siyasi süreçlerde sahip olunması gereken bir yurttaşlık hakkıdır. Seçim yapmak, farklı seçenekler arasında birinin tercih edilmesidir, yani yapılan bilinçli bir eylemdir. Kişilerin bilinçli bir eylemde bulunabilmesi ise ancak bir bilgiye göre olur. Özellikle temsili demokrasilerde seçim süreçleri, toplumdaki politik ilgiyi arttırarak, yurttaşları kendilerini temsil edecek politik aktörleri belirlemek için siyasal bilgi edinmeye yönlendirir. Ancak Huntington⁶⁸ demokrasinin seçimlere göre tanımlanmasının asgari bir tanım olduğunu öne sürerek, kavramı “yurttaşların politika üzerinde etkin denetimi, sorumlu yönetim, siyasette dürüstlük ve açıklık, bilgili ve akılcı tartışma, eşit katılma ve iktidar, ve diğer çeşitli vatandaşlık erdemleri” olarak genişletir.

⁶⁶ Frank Reichert, “Political Competences and Political Participation: On The Role of ‘Objective’ Political Knowledge, Political Reasoning, and Subjective Political Competence in Early Adulthood”, **Journal of Social Science Education**, C.9. No:4, 2010, s.63.

⁶⁷ Hendriks P.G.J. Vettehen v.d., “Political Knowledge and Media Use in Netherlands”, **European Sociological Review**, C.20, No: 5, s. 416.

⁶⁸ Samuel P. Huntington, **Üçüncü Dalga: Yirminci Yüzyıl Sonlarında Demokratlaşma**, Çev. Ergun Özbudun, Ankara, Türk Demokrasi Vakfı Yayınları, 1993, s.7.

Toplumun siyasete ilişkin bilgisi artıp ve bilgi dağılımı arasındaki farklar ortadan kalktıkça, iktidar daha demokratik hareket etmek zorunda kalır. Popkin ve Dimock'un araştırmaları, düşük seviyede siyasal bilgiye sahip olan vatandaşların, güncel politik meseleleri takip edemediğini, siyasal olaylardan çok karakterler üzerinden yargıya varma eğiliminde olduklarını ve oldukça önemli derecede politik katılımda bulunmaktan kaçındıklarını göstermiştir.⁶⁹ Yapılan çalışmalar da, demokrasinin işlevini yerine getirebilmesi için bilgili yurttaşlara olan ihtiyacını vurgulamaktadır. Çünkü bu kişilerin siyasal katılım eğilimi daha yüksektir, meseleler hakkında daha iyi değerlendirmelerde bulunup, daha akılcı fikirler üreterek, kendi politik düşüncelerine uygun adayları seçmeye yatkınlardır. Bu nedenle hem ampirik hem de normatif olarak kanıtlanmış nedenlerden ötürü, bugün siyasal bilginin birincil kaynağı olarak kabul edilen medyanın, seçmenleri politik meseleler hakkında yeterince bilgilendirmesi gerekmektedir.⁷⁰ Örneğin ABD'de yapılan benzer bir araştırma⁷¹ siyasal sürece ilişkin bilgisi yüksek olan seçmenlerin oy verirken politik faaliyetleri göz önünde bulundurduğunu, ancak bilgi düzeyi düşük olan kişilerde ise parti bağlılığı ve eskiden kalan değerler gibi faktörlerin etkili olduğunu göstermiştir. Benzer şekilde Türkiye, Kore ve Kenya'da siyasal bilgilenme ve siyasal katılımın üç boyutunu oluşturan oy verme, seçim kampanyası ve tartışma-bürokrasiyle temas faaliyetleri arasında ilişkinin varlığını araştıran başka bir çalışma, siyasal kaynaklar, siyasal ilgi ve etkinlik kontrol edildiği zaman iki değişken arasındaki ilişkinin Kore ve Türkiye'de yoğunluğunu koruduğunu göstermektedir. Bununla birlikte Türkiye'de medyayı takip etmenin ve Kore'de cinsiyet rollerinin bilgilenme ve katılma arasındaki ilişkiyi etkilediği görülmüştür. Ancak oy verme davranışının siyasal bilgiden bağımsız gerçekleştiği

⁶⁹ Samuel Popkin, Michael Dimock'dan aktaran William A. Galston, "Political Knowledge, Political Engagement and Civic Education", **Annual Review of Political Science**, C.4., No:2, 2001, s.218.

⁷⁰ Toril Aalberg vd., "Media Systems and the Political Information Environment: A Cross-National Comparison", **The International Journal of Press/Politics**, C.XV., No:3, 2010, s.258.

⁷¹ Stephen P. Nicholson vd., "Political Knowledge and Issue Voting among the Latino Electorate", **Political Research Quarterly**, C.59, No:2, s.259.

sonucuna varılmıştır.⁷² O halde bireyin siyasal hayata yoğun ilgisi ya da parti tutma eğilimi dolayısıyla, oy vermenin siyasal bilgiden bağımsız gerçekleştiği düşünülebilir. Halkın kendini temsil edecek iktidarı sahip olduğu bilgi süzgecinden geçirmeden seçim yaptığı bir toplumda, seçimler dışında da katılımcı bir siyasal davranış göstermesi zordur çünkü demokratik rejimin başarısı, yurttaşların bilgilenme düzeyleri ile doğru orantılıdır.

1.4.2. Siyasal Bilgilenmeden Siyasal Katılmaya

Huntington ve Dominguez “modern devlet”i “geleneksel devlet”ten ayıran temel özelliğin halkın siyasete katılması, siyasi kararları etkilemesi olduğunu vurgulamaktadır. Diğer bir ifadeyle modern insan, geleneksel atalarına göre siyasal olarak daha bilinçli, siyaseti etkilemeye çalışan ve siyasal örgütlere katılma konularında daha eğilimlidir.⁷³ Bunun gerçekleşebilmesi için de özgür bir siyasal katılma ortamının sağlanması gereklidir. Ancak bu şekilde yurttaşlar, iktidarı elinde bulunduran kişileri denetleme gücüne sahip olarak bütün ülkenin yönetiminde söz sahibi olabilirler. Siyasal katılma kavramının tanımlanmasında henüz bir uzlaşmaya varılamamıştır. Bazı siyaset bilimciler katılma etkinliğinin içinde sadece eylemleri değil tutum ve davranışların da bulunduğunu belirtmekte ve kişilerin tutumları ve eğilimleri katılım davranışının oluşması için birer ön koşul niteliğinde olduğunu vurgulamaktadır. Diğer yandan tutumların eyleme dönüşmedikçe katılma olarak kabul edilemeyeceği de ileri sürülmekte ve yasadışı eylemler de dahil olmak üzere katılmayı sadece siyasal faaliyet süreci olarak kavramsallaştırılmakta, siyasal tutumlar kavram dışında bırakılmaktadır.⁷⁴

⁷² Kalaycıoğlu, Karşılaştırmalı..., **a.g.e.**, s.326-340.

⁷³ Samuel P. Huntington, Jorge I. Dominguez, **Siyasal Gelişme**, Çev: Ergun Özbudun, Ankara, Siyasi İlimler Derneği Yayınları, 1975, s.37.

⁷⁴ M. Akif Çukurçayır, **Siyasal Katılma ve Yerel Demokrasi: Küreselleşme Sürecinde Yurttaş, Yönetim, Siyaset**, Konya, Çizgi Kitabevi, 2002, s.30; Robert Dahl, **Modern Political Analysis**, Englewood Cliff, Prentice-Hall Inc, 1984, s. 57,58, Ahmet Taner Kışlalı, **Siyasal Sistemler: Siyasal Çatışma ve Uzlaşma**, 8. Basım, İstanbul, İmge Kitabevi, 2010, s.222; Reichert, **a.g.e.**,s.63; İlter Turan, **Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış**, 3. Basım, İstanbul, Der Yayınları, 1986, s.69.

Siyasal katılmaya ilişkin kavramsal farklılıklar olsa da, katılma davranışında, herkesin üzerinde uzlaştığı ortak nokta, siyasetin dışındaki bireylerin doğrudan ya da dolaylı olarak hükümete yönelik bir girişimde bulunuyor olmasıdır.⁷⁵ Bu da, özel alan içinde faaliyetlerini sürdüren bireylerin, demokratik rejimlerde yurttaşların ülke yönetimine katılabilmesi için büyük öneme sahip seçimler olmak üzere kamusal alana etkide bulunması anlamına gelmektedir. Bu çerçevede demokrasinin aslında birbirleriyle siyasal iktidar için yarışan gruplar arasında seçme yapmanın ötesinde herhangi bir işleyişinin olmadığı kabul edilmiş olur.⁷⁶ Demokratik süreç sadece oy verme eylemiyle eşitlenir.

Siyaset bilimi açısından bakıldığında siyasete karşı ilgi ve devamında ortaya çıkan bilgilenme sürecinin oy verme davranışında bulunmak gibi siyasal katılmanın ön koşulu olduğu vurgulanmaktadır. Ama oy verme siyasal katılmanın tek bir biçimi değildir. Bu nedenle siyasal bilgi de, siyasal yeterlilik gibi kendi başına siyasal katılmanın önemli boyutlarından biri olarak düşünülmelidir.⁷⁷ Robert Dahl, siyasal katılmanın boyutlarını ilgi, önemseme, bilgi ve eylem olarak sıralamıştır. Katılım öncelikle kişinin siyasete ilgi duymasıyla başlar. Kişi siyasete ilgi duydukça gündemdeki politik meseleler kendi hayatında önemli bir yere oturur. Bilgilenme süreci olan üçüncü aşamada kişi, kitle iletişim araçları aracılığıyla siyasal olayları düzenli olarak takip etmeye, gündemdeki konulardan haberdar olmaya çalışır. Eylem aşamasında ise kişi, siyasal olayların içinde aktif olarak yer alır.⁷⁸ Yani katılma basit bir ilgiden eyleme kadar uzanan bütün tutum ve aktiviteleri kapsayan bir süreçtir. Bu dört

⁷⁵ Nie Norman H. Sidney Verba, Philip E.Converse, **Siyasal Katılma, Kamuoyu ve Oy Verme Davranışı**, Çev. İlder Turan ve Tuncer Karamustafaoğlu, Siyasi İlimler Türk Derneği Yayınları, Ankara, 1989, s.1

⁷⁶ Levent Köker, **İki Farklı Siyaset: Bilgi Teorisi-Siyaset Bilimi İlişkileri Açısından Pozitivizm ve Eleştirel Teori**, Ankara, Dipnot Yayınları, 2013, s.66.

⁷⁷ Ronald D. Lambert vd., “The Social Sources of Political Knowledge”, **Canadian Journal of Political Science**, C.21., No:2, s.360.

⁷⁸ Robert Dahl, *Modern...*, **a.g.e.**, s. 57,58.

siyasal katılma boyutu arasındaki ilişki, katılımın yoğunluğunu belirler. Shani⁷⁹ siyasal ilgiyi, hem siyasi bilgi edinme arzusu, hem de siyasete katılma motivasyonunu içine alacak şekilde kavramsallaştırır. Ancak basit bir ilginin her zaman siyasal katılmaya dönüşmesi güçtür, siyasal katılmayı esas sağlayacak olan güç bilgidir. Ayrıca bilgi siyasi katılmanın sadece niceliğini değil niteliğini de belirler çünkü siyasal olarak bilgilenmiş bireyler siyasal düşüncülerini daha doğru bir şekilde ifade ederken, siyasetçilerin faaliyetleri hakkında daha iyi bir şekilde yargıya varırlar.

Kalaycıoğlu ise siyasal katılmayı sadece siyasal eylem olarak kabul ederek, bireylerin siyasete karşı olan ilgi ve tutumlarını katılma çerçevesinin dışında birer kaynak olarak ele alır ve siyasal bilginin, eyleme geçebilmenin temel koşullarından biri olduğunu vurgular. Bu siyasal katılma modeli, siyasal kaynaklar, siyasal fırsat yapısı, siyasal güdü ve siyasal bilgi unsurlarından oluşur. Siyasal kaynaklar arasında kitle iletişim araçlarının da olduğunu çünkü bunların, yeterli eğitim almamış kişiler için siyasal ilgi ve bilgi kaynakları oluşturduğunun altını çizer. Katılmanın ikinci unsuru olan siyasi fırsat yapısı toplumdaki siyasi aktörlerin hangi nitelikleri taşıyacakları konusunda yasal ve toplumsal düzenlemeleri içerir. Siyasal güdü ise, kişilerin siyasal kaynaklarını, karşılaştığı siyasal fırsat yapısı içinde değerlendirmesini sağlayan yönelim, eğilim, beklenti ve tutumlardır. Kişilerin siyasal katılma gerçekleştirebilmelerinde hem siyasal güdü hem de siyasal yaşama katılma fırsatlarına sahip olduklarıyla ilgili bilgi önemli rol oynar. Diğer bir ifadeyle, bilgi, eyleme geçebilmenin temel koşuludur. Kişinin siyasal özne karşısındaki tutumu ne kadar yoğunsa, siyasal eylemde bulunma olasılığı da o derece artacaktır. Bireylerin siyasal sistemin işleyişi hakkında bilgi sahibi olması siyasi ilgiyle birlikte siyasal katılma araçlarının türü ve sayısını da artıracaktır.⁸⁰

⁷⁹ Danielle Shani, “**On The Origins of Political Interest**”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Princeton University, 2009, s.6.

⁸⁰ Ersin Kalaycıoğlu, **Çağdaş Siyasal Bilim: Teori, Olgu ve Süreçler**, İstanbul, 1984, Beta, s.242,243.

1.4.2.1.Siyasal Katılma Biçimleri

Siyasal katılma değişik düzeylerde meydana gelebilir. Bazı insanlar siyasal sistemi olduğu gibi kabul ederken, diğerleri siyasetin içinde aktif olarak yer alarak sistemi düzeltmek için çaba harcarlar. Diğer bir ifadeyle, insanların bir kısmı siyasetle yakından ilgilenip, siyasal sürece faal olarak katılırken (aktif vatandaşlar), bazıların siyasete karşı ilgileri azdır (pasif vatandaşlar). Siyasetle hiç ilgilenmeyen bir grup vatandaşlar daha vardır ki bunlara apatetik vatandaşlar denir. Ama bu vatandaşların sayısı çok azdır. İnsanların az da olsa siyasete ilgi duyduğu kabul edilmektedir.⁸¹ Milbrath siyasal katılma eylemlerini izleyici, geçiş ve gladyatör eylemleri olarak üçe ayırmaktadır. Milbrath, en kolay eylemlere izleyici faaliyetleri, daha zor olan eylemlere geçiş faaliyetleri ve en zor eylemlere ise gladyatör faaliyetleri adını vermiştir. Sadece seçimden seçime oy kullanan bir kişi izleyici faaliyetleriyle meşgul olan, izleyici rolü oynayan bir bireydir. Oy vermenin yanı sıra siyasal liderlere talep ve görüşlerini iletmek için iletişim kurmaya çalışıyorsa, artık geçiş faaliyetlerinde bulunan bir kişi olmaktadır. Yine aynı şekilde birey bir seçim kampanyasında aktif olarak faaliyette bulunacak olursa, gladyatör faaliyetlerinde bulunan bir kişi olacaktır.⁸² Huntington ve Dominguez, siyasal katılmanın alabileceği şekillerin toplumlar arasında farklılık gösterse de, normal olarak oy vermeyi, diğer seçim faaliyetlerini, hükümet kararlarını etkilemeye yönelik çalışmaları, örgütsel faaliyetleri ve şiddet eylemlerini içine aldığı belirtir.⁸³ Benzer şekilde Baykal da siyasal katılma düzeyleriyle ilgili sınıflandırmaların farklı sistemlerde farklı anlamlar ifade edebileceğini vurgulamıştır. Bir toplumda geçiş faaliyeti olarak kabul edilebilecek bir eylem başka toplumda bir gladyatör faaliyeti olarak görülebilir.

⁸¹ Bülent Daver, **Siyaset Bilimine Giriş**, Beşinci Baskı, Ankara, Siyasal Kitabevi, 1993, s.203.

⁸² Lester W. Milbrath'dan aktaran Kalaycıoğlu, **Çağdaş...a.g.e.**, s.202, 203.

⁸³ Huntington, Dominguez, **a.g.e.**s.43.

Baykal'a göre bütün toplumlar için kabul edilebilecek siyasal katılma seviyeleri şu şekildedir.⁸⁴

1-) İzleme Faaliyetleri: Siyasal olayları kitle iletişim araçlarıyla takip etme, mitinglere dinleyici olarak katılma, kişilerin içinde buldukları sosyal çevrelerinde siyasal konularla ilgilenmeyi içerir. Bu faaliyetlerin ortak niteliği, kişinin amacının siyasal hayattan haberdar olmakla sınırlı olmasıdır. Bu faaliyetlere katılan kişilerin de siyasal tercihleri olabilir ama amaçları siyasal tercihlerini yaymak değildir.

2-) Siyasal Olaylar Hakkında Tavrı Takınma: İzleme eyleminden daha yoğun bir siyasal faaliyet ifade eder. Birey, kitle iletişim araçlarını kullanarak ya da özel temaslarla, siyasal grupların yanında ya da karşısında bir tutum alır.

3-) Siyasal Olayların İçine Karışma: Siyasal katılmanın en üst seviyesidir. Bu kategorinin içine siyasal partilere veya siyasal derneklere üye olmak, bunlar içerisinde görev almak, yürüyüş ve mitinglere katılmak gibi faaliyetler girer.

Siyasal katılma düzeylerine ek olarak, bireylerin politikaya katılımı açısından da gruplandırılmalar yapıldığı görülmektedir. Robert Dahl toplumu siyasete duydukları ilgi yönünden, siyasal olmayan tabaka, siyasal tabaka, iktidar peşinde koşanlar ve iktidar sahipleri olmak üzere dört gruba ayırır. Siyasal olaylar hakkında ilgi ve bilgisi olmayan kişiler siyasal olmayan tabakayı oluştururlar. Bu kişilerin siyasete ilgileri az ya da hiç olmadığı için politika hakkında da bilgi edinmek eğiliminde değildir, bu nedenle de siyasal bir eylemde bulunmazlar. Nadiren siyasal katılma gösterirler. Hemen hemen bütün siyasal sistemlerde en büyük tabakayı oluştururlar. Siyasal tabaka ise siyasete ilgi duymayan grupların yanında azınlıkta kalan ve aktif olarak siyasal eylemlerin içinde yer

⁸⁴ Deniz Baykal, **Siyasal Katılma: Bir Davranış İncelemesi**, Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, 1970, s.32-35.

alan kişilerden oluşmaktadır. İktidar peşinde koşanlar ve iktidar sahipleri ise küçük bir azınlıktır.⁸⁵

Siyasal katılma olağan ve olağanüstü olmak üzere iki eylem biçiminde gerçekleşebilir. Olağan siyasal katılma yasal sınırlar içerisinde gerçekleşir ve seçim süreciyle siyasal rejim tarafından konulmuş kurallara uygun eylemleri içerir. Olağandışı siyasal katılma ise yasaların dışında gelişir ve katılımda bireyin siyasal amaçlarına erişmek için fiziksel güç kullanması ve bu amaçla çeşitli eylemler gerçekleştirmesi söz konusudur.⁸⁶ Yani normal demokratik katılma sürecinin dışındaki bütün girişimler, siyasal amaçları ne olursa olsun, olağandışı katılma içinde değerlendirilir. Bazı siyaset bilimciler ise katılmayı konvansiyonel, konvansiyonel olmayan ve postmodern katılım olarak üç farklı boyut içinde ele alırlar. Bir siyasi partiye üye olmak ya da bir seçim kampanyasında parti bildirisi dağıtmak gibi siyasal partilerle doğrudan ilişkili davranışlar konvansiyonel katılım biçimi içinde değerlendirilirken, kişisel nedenlerle ya da yaşanan çevreyle ilgili siyasal otoritelere dilekçe vermek ya da gösteriye katılmak gibi eylemler konvansiyonel olmayan katılma olarak kabul edilir. Bunlara ek olarak son dönemde gündeme gelmiş postmodern katılım biçimi vardır. Buna örnek olarak, çevrimiçi protestolara katılmak veya bir sivil toplum örgütüne üye olmak gösterilebilir. Bu katılma davranışını diğer katılım biçimlerinden farklı kılan özelliği nesnesinin doğrudan siyasal kurumlar olmamasına karşın kolaylıkla siyasallaşabilen bir katılım biçimi olmasıdır.⁸⁷ Genel olarak çağdaş demokrasiler, yurttaşlığın temelini politik kontrolün sağlanmasına katılmak olarak kabul ederler ama seçimler sadece katılımın hukuki boyutunu oluşturur. Bu nedenle söz konusu katılımı sadece seçimlere indirgemek, yurttaşlık kavramının fazlasıyla daralması ve o görevi ayrıcalıklı gruplara

⁸⁵ Robert Dahl, *Modern...*, a.g.e., s. 95, 96.

⁸⁶ Çukurçayır, a.g.e., s.50.

⁸⁷ Emre Erdoğan, “Türk Gençliği ve Siyasal Katılım Boyutları: Bir Katılım Endeksi Denemesi”, **Türk Gençliği ve Katılım**, İstanbul, ARI Düşünce ve Toplumsal Gelişim Derneği, 2002, s.13-18.

tanıma anlamına gelir. Böyle düşünülduğünde, şehir devletinin ayrıcalıklı statülere sahip yurttaşlık anlayışına da geri dönmüş olur.⁸⁸

Temsili demokrasilerin, demokrasinin temelde öngördüğü katılcı, etkin yurttaş kimliğini oluşturmada yetersiz kaldığı düşüncesi bütün dünyada yaygınlık kazanmakta ve halkın siyasete giderek uzaklaştığı düşünülmektedir. Özellikle ekonomik olarak gelişmiş toplumlarda siyasal bakımından ilgisizleşme oranının daha yüksek olduğu söylenmektedir. Buna delil olarak da Batıda proleteryanın maddi durumunun düzelmesine paralel olarak militan tutumunu terk etmesi gösterilir. Marcuse, ileri sanayi toplumlarındaki endüstriyel gelişmeyle birlikte bireyin toplumsal kontrol mekanizmaları karşısında belirli bir özgürlük kazandığını öne sürer. Ancak uygulanan ekonomik politikalar yaygın bir medya gücünün sayesinde istenilen şekilde kullanılmaktadır. Dolayısıyla artık özgür toplum geleneksel ekonomik, politik ve anlksal özgürlüklerin kavramlarında yeterince tanımlanamamaktadır. Nedeni bu özgürlüklerin önemsizleşmeleri değil, geleneksel biçimler içerisine sınırlanamayacak denli önemli olmalarıdır. Bu nedenle toplumun kazandığı yeni yeteneklerine karşılık yeni olgusallaşma kipleri ihtiyacı doğmuştur:

“Politik özgürlük bireylerin etkili hiçbir yoldan denetleyemedikleri politikadan kurtulmaları anlamına gelecektir. Benzer olarak anlksal özgürlük şimdi kitle iletişimi ve öğretilme tarafından söğrulan bireysel düşüncenin yeniden diriltilmesi, ‘kamu oyu’nun onu oluşturanlarla birlikte ortadan kalkması anlamına gelecektir.”⁸⁹

Mills de benzer şekilde siyasal ve toplumsal açıdan yabancılaşmış bireylerden oluşan Amerikan toplumunun bir kamu toplumu olma özelliğini kaybettiğinden bahseder. Bu toplumdaki insanlar, kendi düşünce ve kanaatlerinden çok diğer kişilerin fikirlerine itaat ederler. Kitle medyasının örgütlenme biçimi halkın anında tepkide bulunmasına imkan tanımamaktadır. Kamuoyu bir kez oluştuktan sonra kendi

⁸⁸ Ali Yaşar Sarıbay, **Global Bir Bakışla Politik Sosyoloji**, İstanbul, Everest Yayınları, 2008, s. 110.

⁸⁹ Herbert Marcuse, **Tek-Boyutlu İnsan: İleri İşleyim Toplumunun İdeolojisi Üzerine İncelemeler**, Çev: Aziz Yardımlı, İstanbul, İdea Yayınları, 1990, s.4-10

denetimini yitirmekte, kontrolü siyasal iktidara devretmektedir. Dolayısıyla kitleleşmiş halk, iktidar karşısında bağımsızlığını yitirmektedir.⁹⁰ Ancak Kapani siyasal ilgi bağlamında yapılan akademik çalışmaların bu ilginin geçmiş kuşaklarla karşılaştırıldığında azalmadığını aksine arttığını gösterdiğini, fakat katılım biçimlerinde ve stilinde bir değişme söz konusu olduğunu düşünmektedir. Televizyon, toplantı ve mitinglerin yerini almıştır. Bir zamanlar sadece siyasal partiler kadrosu içinde yapılan faaliyetler, günümüzde sendikalar ve dernekler gibi sosyal gruplara da yayılmıştır.⁹¹ Bugün özellikle internet yeni bir siyasal katılma biçimi yaratmıştır. Yani sonuç olarak kişilerin siyasete ilgi ve katılım düzeyi azalmamış, aksine siyasal faaliyet alanı genişlemiş, karar ve etki merkezleri çoğalmıştır.

1.4.3. Siyasal Bilgilenme ve Katılma Davranışlarını Etkileyen Faktörler

Eğitim seviyesi, cinsiyet, yaş ve ekonomik refah seviyesi, katılımı olduğu gibi siyasal bilgi seviyesini belirleyen en önemli değişkenler olarak kabul edilmektedir. Siyasal katılma, siyasal sürecin içinde yer almama, yalnızca oy kullanma, ya da başka katılma faaliyetlerinden herhangi birisinde gerçekleşiyor olsa da her şekilde bu eylemin oluşmasında çeşitli faktörler rol oynamaktadır. Siyasal katılma çeşitli değişkenlere göre farklılıklar gösterir. Seçmenlerin siyasete karşı olan ilgisi sosyo-ekonomik, psikolojik, kültürel ve çevresel gibi çeşitli faktörler tarafından belirlenir. Gelir, eğitim, meslek, cinsiyet, yaş, kentte ya da kırsal bölgede yaşama ve din gibi önemli değişkenler yurttaşların siyasal katılımlarını etkiler.⁹² Siyasal bilgilenme ve katılma üzerine yapılan daha önceki araştırmalara dayanarak bu çalışmada sosyo-ekonomik faktörler ve bireysel faktörler olarak iki farklı demografik ve yapısal değişken incelenmiştir. Sosyo-

⁹⁰ Charles Wright Mills'den aktaran Barlas Tolan, **Çağdaş Toplumun Bunalımı: Anomi ve Yabancılaşma**, Ankara, İktisadi ve Ticari Bilimler Akademisi Yayınları, 1981, s.164.

⁹¹ Kapani, **a.g.e.**, s.149.

⁹² Oya Tokgöz, **Siyasal İletişimi Anlamak**, İstanbul, İmge Kitabevi, 2008, s.177, 178.

ekonomik faktörler olarak bireylerin gelir, eğitim ve meslek değişkenlerine odaklanılırken, bireysel faktörlerin çerçevesi yaş, cinsiyet, ve medya kullanımı olarak sınırlanmıştır.

1.4.3.1. Sosyo-Ekonomik Faktörler

Yapılan araştırmalar, siyasal bilgilenme ve katılma düzeyini belirleyen başlıca koşulların sosyo-ekonomik kaynaklı olduğunu göstermektedir. Sosyo-ekonomik faktörleri belirleyen değişkenler olarak genellikle eğitim ve meslek gösterilmektedir. Özellikle eğitim, kişilerin siyasal görüşlerinin biçimlenmesinde ve siyasete aktif katılımını belirleyen en önemli etken olarak gösterilmektedir. Eğitim seviyesi düşük bireylerin oy verme davranışı dışında siyasal katılma göstermediği, ancak eğitim düzeyi arttıkça bir siyasal partiye üye olmak gibi daha eylem içeren siyasal katılma davranışlarında bulunduğu görülmektedir. Huntington ve Dominguez, toplumlarda meydana gelecek sosyal ve ekonomik gelişmenin, siyasal katılma eğilimi lehinde bir etki meydana getireceğini belirtmektedir. Toplumun daha yüksek gelirli, daha iyi eğitim almış ve daha yüksek statülü mesleklere sahip olan bireyleri, az eğitilmiş, gelir düzeyleri düşük ve düşük statülü mesleklerde çalışan kesime göre daha çok siyasal katılım göstermektedir. Ayrıca iktidar perspektifinden bakıldığında ekonomik gelişme, devletin fonksiyonlarını artırırken, devletin birey üzerindeki etkisini ve baskısını arttırmaktadır. Buna karşılık halk da, siyasal hayata katılarak, devletin özgürlükleri sınırlandırıcı işlevlerini daraltmaya çalışmaktadır. Çoğu zaman gruplar, hükümetin kendilerinden vergi ya da hizmet biçiminde isteklerinin önüne geçmek için siyasal eyleme girişirler.⁹³ Yüksek ekonomik statüye sahip olan bireylerin siyasal katılım göstermesindeki bir diğer amaçsa, siyasetin içinde aktif olarak yer alarak karar mercilerini etkileyerek toplumdaki statülerini muhafaza etmektir. Sosyo-ekonomik statü, siyasal katılmanın bir kaynağı olarak görülmekle birlikte, örgütsel ilişkilerin yaratacağı bir katılma kadar kuvvetli değildir. Yüksek sosyo-ekonomik statü, siyasal katılmayı, siyasal bilgi, ilgi ya da siyasal

⁹³ Samuel P. Huntington, Jorge I. Dominguez, **a.g.e.**, s.44-49.

etkinlik gibi psikolojik ara değişkenler yoluyla etkileme eğilimindedir. Buna karşılık örgütsel hayat, bireyde böyle bir tutum değişikliği gerektirmeden siyasal katılımı artırabilir. Yani bu kişiler, sosyo-ekonomik statüsü yüksek olan kişilere göre siyasal bilgi ve ilgileri düşük olsa bile daha çok katılım göstermektedir.⁹⁴

Siyasal katılmanın seçimlerden seçime görüldüğü pek çok toplumda katılma davranışı, oy vermeyle açıklanır. Ancak seçimlerden seçime gerçekleştirilen oy verme davranışı siyasal katılımın çok önemli bir belirleyicisi değildir. Dolayısıyla seçimlerde oy kullanma oranının yüksek olduğu toplumların siyasete karşı daha ilgili olduklarını düşünmek eksik bir yaklaşımsa, yüksek eğitim ve ekonomik refah seviyesine sahip her bireyin siyasal katılım göstereceğini düşünmek de bir o kadar yanlıştır. Araştırmalar, eğitim ve gelir seviyesinin yüksek olduğu Batılı toplumlarda siyasal ilginin kaybolmasını açıklayan bazı gerekçeler ortaya koymaktadır. Öncelikle insanlar daha iyi yaşam şartlarına kavuştukça siyasetten uzaklaşmaktadır. Batı'da proletaryanın maddi durumunun düzelmesine paralel olarak siyasal alanda eski militan ruhunu kaybetmesi bunun bir göstergesidir. Ayrıca gelişmiş toplumlarda halkın karşılaştığı sorunlar daha karmaşık ve teknik bir hal almıştır. Halk kendi bilgisini aşan sorunlar karşısında ürkmekte ve dolayısıyla politikadan uzaklaşmaktadır.⁹⁵ Batılı toplumlarda halkın siyasetten uzaklaşması sorunun yeni iletişim teknolojileriyle aşılabileceğini düşünenler bulunmaktadır. İnternet, geleneksel medyanın aksine yeni siyasal bilgilenme ve katılma yolları sunarak, kişilerin yine aktif olarak siyasete katılmasını sağlayacaktır. Çünkü siyasal katılımı öngörülen varsayım kişilerin maddi güçleri arttıkça siyasete daha aktif olarak katılabilmeleri ya da internet gibi yeni iletişim teknolojileri dahil olmak üzere medya kullanımlarının artacağıdır. Sonuç olarak bireylerin sosyo-ekonomik durumları siyasal katılmayı doğrudan etkileyebileceği gibi, kitle iletişim araçlarını kullanma gibi dolaylı yoldan da etkilemektedir.

⁹⁴ Ergun Özbudun, **Türkiye'de Sosyal Değişme ve Siyasal Katılma**, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları, 1975, s.9.

⁹⁵ Şükrü Balcı vd., **Medya ve Siyasal Katılım**, Konya, Literatürk Academia, 2013, s.53.

1.4.3.2. Yaş

Siyasal katılmanın yaşla birlikte arttığı ve siyasi tutumlarda önemli bir değişken olduğunu gösteren çok sayıda araştırma yapılmıştır. Bireylerin özellikle orta yaş grubuna yaklaştıkça siyasi katılma düzeylerinin arttığı, gençlerin ise siyasete olan ilgilerinin az olduğunu ortaya koyan araştırmalar bulunmaktadır. Bireyler politik bilgi edinmeye genellikle ortaöğretim sürecinde başlar ve yetişkinlikte televizyon ve gazete gibi kitle iletişim araçlarını kullanarak bilgilerini artırmaya devam ederler. Pek çok insan hayatında en azından bazen, hatta aralarından bazıları her gün, sosyal çevresiyle siyasi olaylar hakkında konuşmaktadır. Bu nedenle medya ya da gündelik konuşmalarla bireylerin elde ettiği politik bilginin yaşla beraber giderek arttığı önermesi mantıklıdır. Kalaycıoğlu ise yaşla beraber kişilerin siyasi tercihlerinin kararlılık kazandığını bu nedenle başta oy verme davranışı olmak üzere siyasi katılımlarının arttığını belirtmektedir.⁹⁶ Ayrıca yaş değişkeni, diğer siyasi kaynaklardan olan meslek ve sosyo-ekonomik statüler üzerinde etkilidir. Pek çok yüksek statülü meslek ve dolayısıyla yüksek sosyo-ekonomik statü ancak belirli bir deneyim birikimi sonucunda ulaşılabilir. Ayrıca insanlar yaşla beraber kazandıkları itibar ölçüsünde bir takım toplumsal örgütlerde yer alırlar. Dolayısıyla yaş, doğrudan siyasi katılmayı etkilediği gibi, siyasi katılma üzerinde rolü olabilecek diğer siyasi kaynaklar aracılığıyla da siyasi katılmayı belirleyen önemli bir faktördür. Ancak bazı araştırmacılar, özellikle internetle birlikte yaş ve siyasi katılma arasındaki ilişkiyi belirlemenin zor olduğunu belirtmektedir çünkü burada yaşın yanında jenerasyon gibi önemli bir faktör de bulunmaktadır. Bireylerin yaşlandıkça siyasi bilgilerinin arttığı ama aynı şekilde yeni iletişim teknolojileri kullanımlarının da düştüğü gözlenmektedir. Bu bağlamda jenerasyon faktörünün siyasi katılmada, yaş değişkenine göre daha belirsiz olduğu düşünülmektedir. ABD’de yapılan bir araştırma, genç neslin, yaşlı nüfusa göre daha iyi bir eğitim aldığını ve bunun da siyasi bilgi erişiminde genç nesil

⁹⁶ Ersin Kalaycıoğlu, Karşılaştırmalı..., **a.g.e.**, s.20-23.

adına daha avantajlı bir durum yarattığını savunurken, gençlerin siyasete karşı ilgilerinin olmamasının, siyasal bilgi arayışlarında da olumsuz bir etkisi olabileceğini göstermiştir.⁹⁷

1897 ve 1934 yılları arasında Avrupa'daki seçimlere katılan kişilerin yaş aralıklarıyla ilgili yaptığı başka bir çalışma, yıllar içinde oy verme eğiliminin en düşük olduğu genç nüfus içinde giderek arttığını göstermiştir. 50'li yaşlarda maksimum seviyeye ulaşan oy verme davranışı sonraki yıllarda tekrar düşmeye başlamaktadır.⁹⁸ Yani orta yaş grubunda en yüksek düzeye çıkan siyasal ilgi ve katılımın yaşlı nüfus içinde tekrar düşmeye başladığı gözlenmektedir. Amerika'da 2008 ve 2012 yıllarında yapılan başkanlık seçimleri ise genç nüfusun oy verme davranışının giderek arttığını göstermiştir. İnternet teknolojilerinin yükselişi, özellikle Youtube ve Twitter gibi sosyal iletişim ortamları, adayların, geleneksel medyayı takip etmeyen genç jenerasyona ulaşmasını kolaylaştırmıştır.⁹⁹

Türkiye'de yapılan araştırmalar da dünya ülkeleriyle benzer sonuçlara sahiptir. Kışlalı tarafından, genç ve yaşlı kuşaklar arasında siyasal bilgilenme ekseninde yapılan bir araştırma gençlerin siyasal ilgilerinin dolayısıyla bilgilerinin daha fazla olduğunu ortaya koymuştur. Hatta aynı kuşak içinde birkaç yıllık yaş farklılıkları bile bazen önemli olabilmektedir.¹⁰⁰ Selim Oktar, gençlerin siyasal katılma göstermekte karşı karşıya kaldığı engelleri sembolize eden demir üçgen tezini geliştirmiştir.¹⁰¹ Üçgenin

⁹⁷ Vettehen vd., **a.g.e.**, s.417.

⁹⁸ John Crittenden, "Aging and Political Participation", **The Western Political Quarterly**, C.16. No: 2, 1963, s.323.

⁹⁹ "Age and Participation", (Çevrimiçi) <https://www.boundless.com/political-science/political-participation-and-voting/who-votes/age-and-participation>, 10.01.2014

¹⁰⁰ Ahmet Taner Kışlalı, "Siyasal Tutumlarda Cinsiyet ve Kuşak Etkenleri: Bir Alan Araştırması", **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, C. 31., s.125.

¹⁰¹ Selim Oktar, "Demir Üçgen:Türkiye'de Gençliğin Katılımını Anlamak", **Türk Gençliği ve Katılım**, İstanbul, ARI Düşünce ve Toplumsal Gelişim Derneği, 2002, s.31,32.

kenarlarını aile yapısı, eğitim sistemi ve mevcut sistem oluşturmaktadır. Bu kenarlar birbirlerinden bağımsız olmakla birlikte, birbirlerini desteklemektedir. İlk olarak aile yapısı kendi içinde katılıma açık bir yapı değildir. Katılım ise bireyin kendi fikirlerini üretmesi ve onları uygulamaya geçirme istekliliğidir. Ancak Türkiye'deki ailelerin baskın ebeveynlerden oluşan yapısı içinde çocuk bir türlü katılım gösteremez. Yani birey kendi ailesini kurana kadar kendini tam olarak ifade edemez. Demir üçgenin ikinci boyutu eğitim sistemidir. Kalabalık sınıflar, öğrencilerin kendilerini ifade etmelerinin önünde ciddi bir engel olmakla birlikte, öğrenim şeklinin mekanikliği bireysel çaba ve başarıyı engellemekte katılımı imkânsızlaştırmaktadır. Son boyut ise nitelik ve ihtiyaçlara cevap verme açısından yetersiz kalan yozlaşmış devlet bürokrasinden ibaret olan yapıdır. Böyle bir sistem içinde bağlantılar ve tanıdıklar yolu ile günlük çözümler teşvik edilmektedir. Yani böyle bir yapıda kişinin hayatını iyileştirmesi için kişisel çözümler içeren bir strateji ön plana çıkarılarak, toplu tepkiler dışlanmaktadır.

1.4.3.3. Cinsiyet Roller

Siyasal ilgi ve bilgilene konusunda yapılan araştırmalar, kadınların erkeklere oranla daha az politik bilgiye sahip olduğunu ileri sürmektedir. Benzer şekilde siyasal katılma araştırmalarında da kadınların, erkeklere göre daha pasif bir katılım gösterdiği belirtilmektedir. Özellikle 1950'li ve 1960'lı yılların siyasal bilim literatürünün çoğunda kadınların edilgen, siyasete karşı bilgisiz ve katılım göstermeyen bir eğilim gösterdiklerine de değinilmektedir.¹⁰²

Cinsiyet, siyasal katılmanın her boyutunda önemli bir değişken olarak karşımıza çıkmaktadır ama bu biyolojik değil toplumsal bir durumun sonucudur. Kadınların siyasete karşı daha az ilgi göstermesinin birçok nedeni vardır. Bunun birinci nedeni, kadınların erkeklere oranla daha düşük bir sosyo-ekonomik statüde bulunmaları dolayısıyla siyasal yaşama daha az katıldıkları varsayımıdır. İkinci olarak yine

¹⁰² Özgür Güldü, Müge Ersoy Kart, "Toplumsal Cinsiyet Roller ve Siyasal Tutumlar: Sosyal Psikolojik Bir Değerlendirme", **Anakara Üniversitesi SBF Dergisi**, C.64, No:3, 2009, s.99.

kadınların içinde buldukları sosyo-ekonomik durum, onların kitle iletişim araçlarından daha az yararlanma ve dolayısıyla siyasal bilgi ve etkinlik aşamalarında daha gerilerde kalarak, daha az katılma olanağına sahip olduğu varsayımdır. Son olarak kadınlardan beklenen anne ve eş olma gibi toplumsal rolleri yerine getirirken siyasal aktivitelerde bulunmalarının zor olacağı düşünülmektedir. Bu nedenle kadınlar siyasal katılmayı daha çok, fazla zaman ve enerji gerektirmeyen oy verme davranışıyla gerçekleştirirler.¹⁰³ Oy verme davranışı siyasal ilginin bir göstergesi olarak kabul edilebile, bu çoğu zaman yurttaşlık görevini yerine getirme dürtüsüyle gerçekleşen ve yoğun bir politik ilgi içermeyen bir davranıştır. Kadınların siyasete karşı ilgi duymalarının ve siyasal bilgi arayışına yönelmelerinin birinci şartı ev dışına çıkıp, çalışma hayatına yani özel hayattan kamusal alana girmeleridir.

Kadınlar gibi baskı altında tutulmaya çalışılan bir diğer grup olan LGBT bireyler de, siyasal katılma araştırmalarında bir değişken olarak kabul edilmeye başlamıştır. LGBT bireylerin toplumun diğer bireyleri gibi haklara sahip olduğu ve ötekileştirilmediği çağdaş toplumlarda, bu bireyler siyasal süreç içerisinde aktif olarak yer almakta kendi siyasal partilerini kurmaktadır..¹⁰⁴ Bireysel siyasal katılımında kadın ve erkekler arasında önemli farklar olmamasına rağmen, toplumsal siyasal katılımında kadınların oranı oldukça düşüktür. Yetki ve karar alma mekanizmalarında ise çoğunluk erkekler lehinedir. Bu durum sadece geleneksel toplumlarda değil, çağdaş demokratik ülkelerde de ciddi bir sorun teşkil etmektedir. Seçimlerde oy kullanan kadın ve erkek seçmenler arasındaki dağılım, katılmanın önemli bir göstergesi değildir. Özellikle geleneksel toplumlarda kadının kamusal alanda değil, özel alanda tanımlanması siyasal sürecin tüm boyutlarında bir engel teşkil etmektedir. Gerek yerel yönetimlerde, gerekse parlamentoda kadın siyasetçilerin erkeklere oranla az olması da, kadınlara ilişkin

¹⁰³ Çukurçayır, **a.g.e.**, s.64; Kışlalı, *Siyasal Sistemler...*, **a.g.e.**, s.223,224.

¹⁰⁴“Perspectives on The Lesbian and Gay Movements”, (Çevrimiçi) http://www.temple.edu/tempress/chapters_1100/1351_ch1.pdf, 12.04.2014.

eşitlikçi politikaların hayata geçirilemediği siyasal iktidarlar, katılmanın önünde ciddi bir sorun oluşturmaktadır.

1.4.3.4. Medya Kullanımı

Habermas, XIX. yüzyılın ikinci yarısından itibaren politik partiler ve kitle iletişim araçlarının tahakkümü altına giren görünüşteki kamusal alana geçildiğini öne sürmüştür. Yurttaşların siyasal bilgilenebilmesi ve siyasal hayata katılabilmeleri artık kitle iletişim araçlarıyla mümkün olabilecektir. Artık aile ve toplumsal sınıf gibi siyasal katılmayı etkileyen değişkenlerin etkisi azalmıştır. Kişiler özellikle çocukluklarının son dönemlerinde ve gençliklerinde siyasal anlayış ve bilgi yapısını edinirken, modern toplumda bu süreç sosyal ve coğrafik hareketlilik, bireyci ve tüketimci değerlerin yaygınlaşması nedeniyle zayıflamıştır. İnsanlar artık kişisel çıkarlarını gözeterek siyasal tercihlerde bulunmaya başlamışlardır. Bu durum medyanın siyasal etki alanını genişletir, zira, siyasal bilginin halka sunulmasını sağlayan başlıca mekanizma medyadır.¹⁰⁵ Siyasal iletişim araştırmalarında propaganda işlevi üzerinde durulması, medyanın diğer bir işlevi olan bilgi verme konusunda yapılan çalışmaların azınlıkta kalmasına neden olmuştur. Bu nedenle ilk yapılan siyasal toplumsallaşma araştırmalarında kitle iletişim araçları aile ve okullardan sonra gelen ikinci derecede etken olarak ele alınmıştır. Örneğin bu araştırmalar televizyonun bir çocuğun hayatında okul kadar vakit aldığını ama yapılan çalışmaların yetersiz olması nedeniyle kesin bir yargıya varılamayacağını vurgulamaktadır. Ancak daha sonra yapılan araştırmalar, medyanın siyasal bilişimin oluşmasında katkıda bulunduğu tezini desteklemiştir. Kitle iletişim araçları çocuklar ve gençler için birincil siyasal bilgi kaynağıdır.¹⁰⁶ Yapılan araştırmalar, özellikle seçim süreçlerinde medyada yer alan haberlerin, siyasal içerikli programların, yurttaşların verecekleri kararlarda çok önemli bir etken olduğunu

¹⁰⁵ Andrew Heywood, **Siyaset**, 4. Basım, Ankara, Adres Yayınları, 2011, s. 268.

¹⁰⁶ Oya Tokgöz, “Siyasal Toplumsallaşmada Kitle İletişim Araçlarının Rolü ve Önemi”, (Çevrimiçi) dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/42/442/4948.pdf, 12.02.2012.

göstermiştir. Ancak demokrasinin tam olarak işleyebilmesi kişilerin doğru bir şekilde bilgilenmesi ve siyasal süreçlere aktif olarak katılabilmesine bağlıdır. Bugün bilginin, medyanın kendi belirlemiş olduğu haber değeri üzerinden dönüştürülerek iletilmesi, gerçeklerin halka olduğundan farklı şekilde ulaşmasına neden olmaktadır.¹⁰⁷ Kitle iletişim araçları sadece haber vererek kitleleri bilgilendirmekle kalmaz, gündemi tayin ederek kişilerin ne hakkında ve ne şekilde düşünmesi gerektiğini de belirler. Kitle iletişim araçlarının siyasal katılma üzerinde yaptığı etkiler genellikle “gündem kurma” ve “suskunluk sarmalı” teorileri içinde incelenmektedir. Burton¹⁰⁸ gündem oluşturmayı “...haber medyasının materyali oluşturmak için belirli konuları düzenli olarak seçerek hangi konuların (gündem) izleyicinin esas ilgilendiği konu olması gerektiğine karar verme süreci” olarak ifade eder. Medya tarafından öne çıkarılan ve sıkça işlenen konular, insanlar tarafından da önemli olarak algılanmaya başlar. Gündem belirleme tezi, medyanın siyasal bilgilenme için kullanılışı ile üzerinde durulan konuların grup içindeki önemi ve kişinin siyasal konulara yönelme düzeyinin kitle iletişim araçlarının siyasal bilgilenme için kullanılmasıyla aralarında pozitif bir ilişki olduğunu öne sürer. Gündem belirleme bir anlamda siyasal bilginin denetimidir. Kuram ışığında gerçekleştirilen araştırmalar için en çok kullanılan zaman aralıkları seçim süreçleri olmuştur. Bu çalışmalar çoğu kez kamuoyu anketlerini kullanmışlardır. Ulaşılan sonuçlar genellikle seçim sırasında kitle iletişim araçlarında öncelik verilen konuların, seçmenler tarafından önemli olarak görülenler olduğu tezini desteklemiştir.¹⁰⁹ Kuram, medyanın en önemli işlevi olan halkı doğru bilgilendirmekle ilgili misyonunu yerine getirmediği görüşünde birleşir. Geleneksel medya kuruluşlarının tecimsel bir yapıya sahip olduğu düşünüldüğünde gündemi kendi ideolojik perspektifleri ve çıkarları doğrultusunda kullanması özellikle kitlelerin siyasal bilgilenmesinde sıkça

¹⁰⁷ Lilleker, **a.g.e.**, s.160.

¹⁰⁸ Graeme Burton, **Görünenden Fazlası**, Çev. Nefin Dinç, İstanbul, Alan Yayıncılık, 1995, s.221.

¹⁰⁹ İrfan Erdoğan, Korkmaz Alemdar, **Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi**, Ankara, Erk Yayınları, 2005, s.180-183.

eleştirilmektedir. İnternetin ise, her ne kadar geleneksel medyanın gündeminden etkilense de, marjinal olarak kabul edilen politik grupların seslerini duyurabileceği alternatif bir mecra sağlayarak, farklı gündemler oluşturabilme bağlamında siyasal bilgilenme ve katılmayı zenginleştirdiği düşünülmektedir.

Siyasal bilgilenme ve katılma üzerinde kitle iletişim araçlarının önemli etkileri olduğunu ileri süren diğer kuram, Elisabeth Noelle-Neumann tarafından ortaya atılmış suskunluk sarmalı kuramıdır. Modele göre toplumda egemen olan düşüncenin karşısında olan bireyler toplumdaki dışlanma korkusuyla tehdit edilirler. Yani kişiler, kendi düşüncelerini oluşturmada aslında özgür değillerdir. İnsanlar kendi düşüncelerinin düşüşte olduğunu düşünerek ya sessiz kalmayı tercih ederler ya da egemen olan düşünceye yaklaşarak bir takım çıkarlar elde etmeye çalışırlar. Bunların yanında bazı konularda henüz net bir kanaat oluşturamamış olan kişiler vardır, bunlar da toplumun kararsız kesimini oluştururlar. Özellikle seçim süreçlerinde siyasetçiler propaganda çalışmalarını bu kesimi hedef alacak şekilde gerçekleştirirler.¹¹⁰ Suskunluk sarmalı modeli, medyanın bazı konuları kamunun görüş ve tartışma alanından uzaklaştırabilmesi işlevi üzerinde durması bakımından gündem koyma teorisinin negatif ayna imgesidir. Çoğunluğun kanaatleri gibi algılanan görüşler aslında bir grup azınlık tarafından benimsenmektedir. Ancak medyanın bunları çoğunluğa aitmiş gibi yansıttığı algı süreci sarmallaşma sürecini başlatır, bu süreçte karşıt görüşler suskunluğa gömülür ve çoğunluğun görüşleri gibi algılanan görüşler fiilen geçerlilik kazanırlar. Her ne kadar insanlar kişilerarası iletişim yoluyla da siyasal bilgi sağlasalar da, medya iletişimin temel etkeni olma eğilimindedir.¹¹¹ Geleneksel kitle iletişim araçlarının, farklı düşünceleri görmezden gelerek tek sesli bir yayıncılık anlayışı gerçekleştirdikleri için çoğunlukla eleştirildikleri düşünüldüğünde, kuramın siyasal bilgilenme ve katılma üzerine dikkat çektiği tehlikeler açıkça görülebilir. İnternetin yarattığı yeni bilgilenme

¹¹⁰ Nazife Güngör, **İletişim Kuramları Yaklaşımları**, 2. Basım, Ankara, Siyasal Kitabevi, 2013, s.355.

¹¹¹ Fred Fejes, “Eleştirel Kitle İletişimi Araştırması ve Medya Etkileri: Yok Olan İzleyici Sorunu”, **Medya İktidar İdeoloji**, Çev: Mehmet Küçük, Ankara, Ark Yayınları, 1999, s..319.

ve katılma mecraları ise benzer düşüncelere sahip insanların birbirlerine ulaşmalarını kolaylaştırmaktadır. Bu da kişilerin herhangi bir dışlanma korkusu olmadan düşüncelerini ifade etmelerini ve gündelik hayatında pratik edemediği siyasal katılımı çevrimiçi ortamda gerçekleştirmesini sağlayabilir. Ancak kişi yine kendi görüşüne karşıt bir çevrimiçi platformda kendi fikrini paylaşmaktan kaçınabilir. Bu nedenle kişi ancak ortak düşüncelere sahip diğer kullanıcılarla aynı bir mecrada olduğunda ya da kimliğini gizli tuttuğunda suskunluk sarmalının oluşmadığı tezi öne sürülebilir ancak internet ve suskunluk sarmalı modeli özellikle siyasal katılma konusu içinde incelenmesi gereken ayrı bir araştırma konusudur.

Siyasal bilgilenme ve kitle iletişim araçları arasındaki ilişkiye odaklanan bazı araştırmalar ise, kişilerin medyanın yaydığı bilgi ve haberleri kendi siyasal tutumunu güçlendirecek şekilde seçerek aldığı sonucuna ulaşmıştır. Diğer bir ifadeyle seçmenler, kendi siyasal görüşleriyle paralel bilgiyi almakta, bu nitelikte olmayan haberleri ise görmezden gelmeye eğilimlidir. Bu da kitle iletişim araçlarını siyasal tutum ve inançların değiştirilmesi konusunda aile ve çevre gibi daha güçlü etkenlerin yanında zayıflatmaktadır. Sonuçta kitle iletişim araçlarının birey üzerindeki etkileri doğrudan değil, iki aşamalıdır. Öncelikle kitlelerin siyasal ilgisizlik ya da bilgisizlik gibi sebeplerle siyasal olayları takip etmediği görülmektedir. Bu görevi onlar adına daha çok kitleyle yakın ilişkiler içinde bulunan ve kamuoyu yapımcıları adı verilen bir grup yapar. Bu grup, ilk aşamada kitlenin anlayamadığı siyasal haberleri kendi eleştirel süzgecinden geçirerek, ikinci aşamada bilgiyi kısmen yorumlayarak diğerlerinin anlayabileceği bir şekilde aktarır ve onların da haberdar olmasını sağlar.¹¹²

1960'lı ve 1970'li yıllarda, iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, medyanın seçimlerdeki rolünü nasıl köklü bir biçimde dönüşüme uğrattığını göstermiştir. Bahsi geçen yıllardan önceki dönemlerde, yurttaşlar ve politik adaylar arasındaki bilgi alışverişi sadece politik partiler tarafından sağlanıyordu, bu da daha çok

¹¹² Kalaycıoğlu, Çağdaş..., a.g.e., s.176-183.

parti konvansiyonları ve toplantılarıyla şekillenen kişilerarası bir iletişim biçimiydi. Ancak 1960'ların sonlarında oluşan siyasi parti reformları, adayların kontrolünü parti liderlerinin tekelden alarak, televizyon ve gazete gibi kitle iletişim araçlarını adaylar ve yurttaşlar arasındaki en önemli bağ durumuna getirmiştir. Kitle iletişim araçlarının kontrolündeki siyasi bir ortamda adaylar, parti liderlerinden çok, daha fazla seçmen kitlesine ulaşabilmenin yollarını aramaya başlamışlardır.¹¹³

Bugün en büyük siyasal bilgi kaynağı olarak kabul edilen kitle iletişim araçlarının üzerindeki gerek hükümetlerin baskısı, gerekse bilgi ve eğlencenin iç içe geçerek bilgilendiren eğlence niteliğine bürünmesi siyasal bilgi için de geçerlidir. Günümüzde medya, halkı bilgilendiren bir kamusal alan işlevi görmesinin yanında, politik aktörlerin iletişim kurmasını sağlayan ve siyasal kontrolü mümkün kılan bir organdır. Yapılan istatistikler, Batılı ülkelerle karşılaştırıldığında Türkiye'de yayın yapan haber kanal sayısının, siyasal içerikli tartışma programlarının ve izlenme oranlarının oldukça yüksek olduğunu göstermektedir. Araştırmacılar bunu halkın siyasete karşı ilgi ve beklentisinin yüksek olmasıyla açıklamaktadırlar. Konuya küresel ölçekten yaklaştığımızda da sonuç farklılaşmamaktadır. Kitle iletişim araçlarının siyasal bilgilenme ve katılma sürecindeki önemi büyüktür. Medyayı daha çok kullanan bireylerin, siyasal yaşama daha ilgi ve katılım gösterdiği gözlenmiştir. Öte yandan medya yurttaşlara siyasal alanla iletişim kurabilme yollarını göstermekte ve siyasal kontrol ve eleştiriye de zemin hazırlamaktadır.¹¹⁴

Medyanın siyasal katılma üzerine yaptığı etkileri açıklamak için çeşitli teoriler geliştirilmiştir. Bu teoriler genel olarak medyanın, seçmenlerin partiler ve liderler hakkında bilgisini artırarak karar vermesini kolaylaştırdığını ya da siyasal parti bağlılığı düşük olan yurttaşların medyanın gündeminde sıkça yer verdiği siyasal partilere bir

¹¹³ Caroline J. Tolbert, Ramona, S. McNeal, "Unraveling The Effects of the Internet on Political Participation", **Political Research Quarterly**, C.56, No:2, 2003, s.176.

¹¹⁴ Çukurçayır, **a.g.e.**, s.72.

yakınlaşma gösterdiği konusunda birleşmektedir.¹¹⁵ Örneğin Lerner, XX. Yüzyılda kitle iletişim araçlarının psikik hareketlilik sağladıklarını ve bireylerin nasıl bir hayat sürmeleri gerektiğini, neyin doğru ya da yanlış olduğunu onlara öğreten birer organ olarak işlev gördüklerini belirtir. Bireylerin, siyasal beklenti ve talepleri yoğunlaşmakta, siyasal yaşama katılan kişilerin sayısında da büyük artışlara tanık olunabilmektedir.¹¹⁶ Bazı araştırmalar da farklı kitle iletişim araçlarının siyasal katılma üzerindeki etkilerini açıklamaya çalışmışlardır. Örneğin bazı çalışmalar televizyon sahipliğinin kişilerin siyasal tercihlerine yansıdığını gösterirken, başka araştırmalar siyasal haberleri gazeteden takip eden kişilerin, siyasal bilgiye televizyon aracılığıyla erişen kişilerden daha fazla bilgi edindiğini ortaya koymuştur.¹¹⁷ Sonuç olarak siyasal bilgilenme, katılma ve medya ilişkisi üzerine yapılan çalışmalar, kitle iletişim araçlarını çok kullanan kişilerin daha çok siyasal katılım gösterdiğini, medyadan uzak bireylerin ise siyasal süreçte aktif olarak yer almadıklarını göstermektedir.

¹¹⁵ Ralph Negrine, **Politics and The Mass Media in Britain**, London, Routledge, 1994, s.163.

¹¹⁶ Daniel Lerner'dan aktaran Kalaycıoğlu, **Çağdaş...., a.g.e.**, s.212

¹¹⁷ Tolbert, McNeal, **a.g.e.**, s.175.

İKİNCİ BÖLÜM: SİYASAL BİLGİLENME VE KATILMA ORTAMI OLARAK YENİ MEDYA

2.1. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme

Geçmiş yıllarda televizyon, özellikle seçimlerden önce seçmenler için temel bilgi kaynağı durumundayken, bugün de internet başka bir enformasyon ortamı sunmaktadır. Web 1.0 olarak tanımlanan dönemde internet, konvansiyonel medya gibi sadece bilgi aktarma görevi görüyordu, kullanıcıların bu bilgiye herhangi bir katkı sağlama olanağı yoktu. Web 2.0 ise siyasal bilgilenmenin yanında katılmayı da mümkün kılan yeni bir dönemi başlatmıştır. Bilgi üretiminin, paylaşımının ve neticede katılmanın esas olduğu bu süreçte sosyal ağlar, bloglar ve forumlar gibi platformlar bilginin demokratikleşmesinin önündeki engelleri kaldırmışlardır. İnternetin, geleneksel kitle iletişim araçlarının daha çok ulusal ölçekte gerçekleştirdiği bilgi akışını küreselleştirirken, siyasal bilgilenme ortamı olarak da özellikle gençler tarafından televizyonun önüne geçtiği düşünülmektedir. Konvansiyonel medyanın aksine, çevrimiçi ortamdaki sayısız siyasal bilgi kaynağının, vatandaşların siyasal katılımını arttırabileceği öngörülmektedir.¹¹⁸ İnsanlar artık siyasal bilgilenmek için ana haber bültenlerini beklemek zorunda kalmamakta, istedikleri her an ve her yerde bilgiye ulaşabilmekte, hatta bilgi üretimine katkıda bulunabilmektedir. Polat¹¹⁹ da benzer şekilde siyasal katılımı dönüştürüp, artıracak şeyin aslında internetin sağladığı teknik olanakların dışında yeni medyanın sağladığı siyasal bilgi kaynağı, insanların siyasal konular hakkında fikir alışverişinde bulunabildikleri bir iletişim ağı ve herkesi içine alan büyük bir kamusal alan sağladığı için gerçekleşeceğini belirtmektedir. Geleneksel medyada kendilerine yer bulamayan siyasal gruplar internet aracılığıyla seslerini duyurabilmekte, siyasal arenada çok seslilik sağlayarak, kamusal alandaki bilgi kaynaklarını zenginleştirmektedir. Yurttaşların siyasal katılma için fiziksel olarak belli

¹¹⁸ Vitak vd., **a.g.e.**, s.109.

¹¹⁹ Polat, **a.g.e.**, s.436-451.

bir yerde olma zorunluluğunu ortadan kaldıran ve küçük ölçekteki siyasi partilerin sesini duyurmasını sağlayan internet, dolayısıyla katılmanın seviyesini de artıracaktır. Bugün internet sitelerin yanında, sosyal medya başlığı altında toplayabileceğimiz Twitter, Facebook, YouTube, çeşitli bloglar ve çevrimiçi tartışma forumları yurttaşların yeni siyasal bilgilenme kaynakları arasına girmiştir. Özellikle seçim dönemlerinde ideolojik düşüncenin hızlı bir şekilde yayılmasını destekleyen yeni iletişim teknolojileri, sosyal paylaşım sitelerinde kişilerin birbirlerini etkilemelerine imkan vermektedir. 2009 İran Cumhurbaşkanlığı seçimleri sonrasında yaşanan toplumsal protestolar, Wikileaks olayı ve Arap Baharı sürecinin ortaya çıkışı gibi örnekler, sosyal medyanın dijital kamusal alan oluşturmanın ötesine geçerek, siyasal mekanizmanın bir parçası olduğunu göstermiştir. Sanal dünyadaki siyasi ve toplumsal örgütlenmeler, sokaklar ve sandıklarla buluşmuş, bu karşılıklı beslemenin sonucunda da toplumsal ve siyasal değişimler gerçekleşmiştir.¹²⁰ Ülkemizde yakın zamanda yaşanan “Gezi Olayları” da internetin siyasal bilgilenme ve katılmadaki değişimi ve etkinliği göstermesi bakımından önemli gelişmedir. Örneğin Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkelerinde yaşanan ve Batı Dünya’sının Arap Baharı adını verdiği süreçte Facebook, Twitter ya da Blogger gibi sosyal medya araçlarının özellikle genç kuşağın birbirleriyle iletişim kurarak örgütlenmesinde etkin rol oynadığı savunulmaktadır. Bu nedenle süreç zaman zaman “Facebook Devrimi” olarak da adlandırılmaktadır:

“Arap Baharı’nda sosyal ağlar birbiriyle ilgili iki fonksiyon icra etmiştir; protestoların örgütlenmesi için kullanılmıştır ve protestocuların taleplerini uluslararası alanda görünür hale getirmiştir. Bu iki eylem de tıpkı hareketsiz sosyal hareket pratiklerinde olduğu gibi, otoritelere yakalanmadan, sessizce, arkadan dolanarak yapılmıştır. Bu noktada Facebook, Twitter, YouTube, Flickr gibi sosyal medya araçları, bir yandan aktivistleri gözden uzak tutup yönetimin gazabından korunken öte yandan halkın hızla mobilize edilmesini sağlayarak, aktivistler için arka sokaklar gibi işlev görmüşlerdir. Bu bağlamda Arap

¹²⁰ Günseli Bayraktutan vd., Siyasal İletişim Sürecinde Sosyal Medya ve Türkiye’de 2011 Genel Seçimlerinde Twitter Kullanımı, **Bilig**, No:68, Kış, 2014, s.61.

Baharı'nda görülen aktivizm, yöntemleri itibariyle eski, aktörleri ve kullandığı araçlar itibariyle yeni bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.”¹²¹

Facebook gibi sosyal paylaşım ağları, Twitter gibi mikroblog hizmetleri ya da You Tube gibi içerik paylaşım sitelerinin geniş çapta siyasal katılma fırsatı yaratacağı düşüncesine karşı bazı araştırmacılar, internetin, toplumun siyasal dinamiklerini kolayca olumlu bir şekilde değiştirebileceğine şüpheyle yaklaşmaktadırlar. Örneğin yeni bir kamusal alan yarattığı öne sürülen çevrimiçi tartışmaların genellikle yüzeysel ve amacından uzak bir şekilde gerçekleştiği düşünülmektedir. Türkçe'ye pasif aktivizm ya da koltuk aktivizmi olarak çevrilen slacktivism (İngilizce'de uyuşuk, tembel anlamına gelen slack ve eylemcilik (activism) kelimelerinden oluşturulmuş yeni bir terim) çevrimiçi siyasal katılmanın aslında gerçek siyasal katılma olmadığını öne süren bir kavram olarak ortaya çıkmıştır. Aktivizmin politik bir facebook grubuna katılmak ya da internet üzerinden bir imza kampanyasına katılıp, arkadaş listesindeki diğer kişilere göndermek gibi gerçek hayatta herhangi etkili bir karşılık bulamayan ama bireyleri iyi bir şey yaptığına inandıran bir davranış biçimi anlamına gelen pasif eylemciliğin en büyük tehlikesi olarak gerçek hayatta yapılması gereken eylemciliği zayıflatarak sadece çevrimiçi olarak gerçekleştirilmesi olarak gösterilmektedir.¹²² Çünkü bu tür bir aktivizm aslında gerçek hayatta bir tür eylemsizliğe yol açmakta ve özellikle sosyal ağlar gibi demokrasiye katkı yapacağı öne sürülen platformlar, kişilerin kendi kimliklerini oluşturdukları bir mecradan öteye gidememektedir.

¹²¹ Selcen Kök, Mehmet Tekerek, “Sokak Siyasetinden Sosyal Ağlara Yeni Aktivizm: Arap Baharı Deneyimi”, **II. Bölgesel Sorunlar ve Türkiye Sempozyumu:”Yönetim-Ticaret-Siyaset” Bildiriler Kitabı**, Kahramanmaraş, Sütçü İmam Üniversitesi, 2013, s.64.

¹²² “The Brave New World of Slacktivism”, (Çevrimiçi) http://neteffect.foreignpolicy.com/posts/2009/05/19/the_brave_new_world_of_slacktivism, 12.04.2014.

Pew Araştırma Merkezi tarafından gerçekleştirilen güncel bir araştırmaya göre ABD’de siyasal bilgi erişimi noktasında internet temel bir aracı konumuna gelmiştir. İnternette bilgi erişimi için başvurulan siteler genellikle yerel ve küresel haber portallarıdır. Ülke dışı haber portallarını takip edenler, 2003’teki Irak Savaşı sürecinde internet üzerinden El-Cezire kanalını yoğun olarak takip etmişlerdir. Haber kaynaklarından doğrudan bilgi edinen kişiler ise azınlıktadır. 1998’de Sırbistan’da, 2003’te Irak’ta ve 2004’te ABD Başkanlık seçimlerinde görüldüğü gibi, gerilimin ve çatışmanın yaşandığı süreçlerde halkın tarafsız haber kaynakları kullanımı yoğunlaşmaktadır.¹²³ Yapılan diğer araştırmalar da bu tezi doğrular niteliktedir. Özellikle son yıllarda kitle iletişim araçlarının kullanımı doğrultusunda geleneksel medya ve internet medyası tartışmalarının odağında siyasal bilgiye erişim ve siyasal bilginin kullanıcılar tarafından üretilmesi sorunu özellikle üzerinde durulan bir konudur. Geleneksel medyanın hükümetlerin istekleri doğrultusunda sınırlama getirdikleri ya da yayınlamadıkları siyasi haberler, internette yer alabilmekte ve insanlar, diğer kitle iletişim araçlarında sansürlenmiş siyasi olaylar hakkında bilgilenebilmektedir. 2008 Amerika Birleşik Devletleri’ndeki seçimler sırasında yapılan bir araştırmada, 18-29 yaş aralığındaki kişilerin seçim hakkında bilgilenebilmek için interneti yoğun bir şekilde kullandığı gözlenmiştir. Yapılan çalışma katılımcıların %58’inin siyasal gündemi takip etmek için interneti kullandığını, %48’inin siyasal bir video izlediğini, %65’inin de çevrimiçi ortamda en az bir politik aktive gerçekleştirdiğini ortaya koymuştur.¹²⁴ 2010 yılında sosyal paylaşım sitelerindeki siyasal içeriklere olan ilgiyle ilgili bir araştırma da, sosyal medya kullanıcılarının siyasal iletişim sürecinde önemli bir role sahip olduğunu göstermesi bakımından önemlidir. Araştırmada “sosyal paylaşım sitelerinde karşılaştığım siyasal içerikli video/resim/müzik materyalleri her zaman ilgimi çeker” ve “arkadaşlarımdan gelen siyasi içerikli paylaşımlar her zaman ilgimi çeker” önermelerine

¹²³ Lilleker, **a.g.e.**, s.160.

¹²⁴ Aaron Smith, “The Internet’s Role in Campaign 2008” (Çevrimiçi) <http://www.pewinternet.org/2009/04/15/the-internets-role-in-campaign-2008/>, 13.05.2014.

katılımcıların yarısından fazlası olumlu yanıt verirken, "siyasi içerikli paylaşımları arkadaşlarıma gönderirim" önermesine olumlu yanıt verenlerin oranı ise yüzde 35 olarak saptanmıştır. Her ne kadar kullanıcılar karşılaştıkları siyasal içeriklere ilgi gösterebilirler de, arkadaşlarıyla bu içeriği paylaşma taraftarı olmamaktadır. "Sosyal paylaşım sitelerinde karşılaştığım siyasi tartışmalara her zaman yorum yaparım" önermesine verilen yüzde 12,5'lik olumlu cevap siyasal tartışmalara katılmadıklarını göstermiştir.¹²⁵

Siyasal iletişimin tarihçesi aynı zamanda medyanın da tarihidir. Bu nedenle siyasetçilerin halka ulaşabilmesi için medyanın geçirdiği dönüşümleri çok iyi bir şekilde analiz ederek, gazete, televizyon ve internet gibi medyaları etkin bir şekilde kullanabilmeleri şarttır. Ancak medyanın siyasal mesajları olduğundan farklı yansıtacağını varsayan siyasetçiler halkla doğrudan iletişim kurmayı tercih ederler. İnternet kullanımının giderek yaygınlaşması ve ABD 2004 seçimlerinde internetin siyasal iletişimin temel araçlarından biri olarak işlev görmesi, siyasetçilere, halkla doğrudan kurulabilecek yeni iletişim alanlarının mümkün olduğunu göstermiştir.¹²⁶ Siyasi aktörler, özellikle genç seçmenleri hedef alan mesajlarını ulaştırmak için özellikle gençlerin yoğun bir şekilde kullandığı Facebook ya da Twitter gibi sosyal paylaşım ağlarından faydalanmaya başlamışlardır. Siyasetçiler interneti iki farklı amaçla kullanmaktadır. Bunlar kendileri ile ilgili halkı bilgilendirmek ve diğer siyasal aktörler hakkında kendileri için bilgi sağlamaktır. Ancak internetin siyasal iletişim amaçlı kullanımını ayrı iki farklı dönemde incelemek gerekir çünkü siyasal aktörler internetten sürekli yararlanma eğiliminde olmalarına rağmen, seçim dönemlerinde seçmen oylarını etkilemek için ondan daha yoğun bir şekilde faydalanma yoluna gitmektedirler.¹²⁷ Dolayısıyla seçim süreçlerinde internet seçmen kazanımı için daha önem

¹²⁵Hakan Çelebi, "Sosyal Medya ve Siyaset Anket Sonuçları" (Çevrimiçi) <http://www.slideshare.net/hcelebi/sosyal-medya-ve-siyaset-anketi-sonuclar>, 16.04.2014.

¹²⁶ Lilleker, **a.g.e.**, s.63,64.

¹²⁷ Aysel Aziz, **Siyasal İletişim**, 4. Basım, Ankara, Nobel Yayınları, 2013, s. 78.

kazanmaktadır. Örneğin 2004 senesinde İngiltere’de yapılan bir araştırmaya göre, seçmenler oy verecekleri partiye karar vermek amacıyla partilerin haber bültenlerini internet aracılığıyla takip ettiklerini belirtmişlerdir.¹²⁸ Her geçen gün giderek geleneksel medyanın yerini almaya başlayan internet, siyasal bilgilenme açısından temelde ikiye ayrılır: Medya kontrollü çevrimiçi iletişim araçları ve kullanıcı kontrollü çevrimiçi iletişim araçları. Üçüncü şahısların kontrolünde bulunan medya kontrollü araçlar, seçmene daha çok enformasyon aktarımı görevi gören haber siteleri ya da bloglardır. Kullanıcı kontrollü araçlar ise Facebook ve Twitter’ı içine alan çeşitli uygulamaları kapsar.¹²⁹ Bu çalışmada siyasal bilgilenme ve katılma platformları olarak öne çıkan sosyal ağ siteleri, mikroblog siteleri, wikiler, bloglar, çevrimiçi gazeteler ve siyasal içerikli internet siteleri araştırma kapsamına alınmıştır.

2.1.1. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme ve Katılma Platformları

Bireylerin gündelik, dini ya da teknik bilgiye olduğu kadar siyasal bilgilenmeye de ihtiyaçları vardır. Özellikle seçim dönemlerinde kişilerin verecekleri kararlarda siyasal bilgilenme ihtiyacı daha da artmaktadır. Bilgilenme ihtiyacının giderilmesinde ve verilecek kararların şekillenmesinde medyanın en önemli enformasyon kaynağı olduğu genellikle kabul görmektedir ancak konvansiyonel medya çoğulcu bir katılım sağlayamadığı gibi toplumda belirli ideolojilerin yayılmasına ve benimsenmesine neden olmaktadır. Yeni dijital teknolojilerin, sadece siyasal bilgilenme değil, siyasal katılma açısından da siyasal aktörler ve yurttaşlara farklı bir iletişim ortamı sunmasının, siyasal çoğulculuğu sağlayacağı düşünülmektedir. Bu bölümde siyasal bilgilenme ve katılma davranışlarının gerçekleştirildiği farklı internet platformları, literatürde gerçekleştirilen çalışmalar kapsamında incelenmektedir.

¹²⁸ Lilleker, **a.g.e.**, s.280.

¹²⁹ Bayraktutan v.d., **a.g.e.**, s. 62.

2.1.1.1.Sosyal Ağlar

Kullanıcıların kişisel bilgilerinin yer aldığı, fotoğraf ve video gibi çeşitli türde bilgiyi sayfalarına yüklemesine imkan vererek, kendi profil sayfalarını oluşturmalarını sağlayan sosyal ağlar, Web 1.0 dünyasının arkadaşlık siteleri ve sohbet ortamlarının Web 2.0 teknolojileri ve yani paylaşım anlayışı ile evrim geçirerek tekrar hayatımıza girmiş ve özellikle gençlerin en önemli sosyalleşme araçlarından biri haline gelmiştir.¹³⁰ Bireyler kadar çeşitli örgütler ve grupların da birbirleriyle iletişim kurma, bilgi paylaşma ve örgütlenme biçimlerini değiştiren sosyal ağlar, ayrıca siyasi partilerin taraftar toplamak için söylemlerini daha geniş kitlelere yayabildikleri, yurttaşların politikacıları ve toplumdaki kanaat önderlerini takip ederek, siyasal partilere taleplerini en kolay yoldan ulaştırabilecekleri, siyasal bilgilenme ve katılma platformlarını da oluşturmaktadır.¹³¹

Türkiye’de çevrimiçi davranışlarla ilgili ComScore tarafından yapılan bir araştırmaya göre internet kullanıcıları, sanal dünyada geçirdikleri zamanın %25’i gibi önemli bir bölümünü sosyal ağlarda geçirmekte ve bu oranla diğer ülkeler arasında altıncı sırada gelmektedir.¹³² Türkiye’de yapılan diğer istatistikler de, sosyal ağların en çok kullanılan çevrimiçi platformlar oluşunu ve sosyal ağ siteleri içinde de en popüler olanının Facebook olduğunu göstermektedir. İlk çıkış amacı sosyalleşmek olan Facebook üzerinden bugün kullanıcılar, çevreleriyle iletişim kurmanın yanında çeşitli politik gruplara üye olarak ya da sitedeki uygulamaları kullanarak siyasal düşüncelerini ifade ederek siyasal bilgilenme ve katılma davranışını çevrimiçi ortamda gerçekleştirebilmektedir. Ayrıca siyasal video ya da yazı paylaşabildikleri gibi

¹³⁰ Murat Kahraman, **Sosyal Medya 101 2.0: Pazarlamacılar İçin Sosyal Medyaya Giriş**, İstanbul, MediaCat Yayınları, 2013, s.22.

¹³¹ Özgür Köseoğlu, “Sosyal Ağ Sitesi Kullanıcılarının Motivasyonları: Facebook Üzerine Bir Araştırma”, **Selçuk İletişim Dergisi**, C.7., No:2, 2012, s.59.

¹³²“Türkler İnternette Harcadıkları Zamanın Yüzde 25 ini Sosyal Ağlarda Geçiriyor” (Çevrimiçi) <http://www.socialmediatr.com/blog/turkler-internette-harcadiklari-zamanin-yuzde-25-ini-sosyal-aglarda-geciriyor/>, 18.05.2014.

arkadaşlarının paylaştıkları içeriklere de yorum yapabilmektedirler. 2010 senesinde üniversite öğrencileriyle sosyal medya kullanımı üzerine yapılan bir araştırma bütün katılımcıların Facebook kullanmalarına rağmen örneğin diğer bir sosyal medya aracı olan Twitter'ı çok az kişinin bildiğini göstermiştir. Bu da her ne kadar son yıllarda Twitter'ın popülerliğinin oldukça artmış olmasına rağmen, sosyal medyanın ülkemizde daha çok yurttaş katılımı ya da sivil aktivizm için değil, arkadaşlık kurma, sohbet etme ya da günlük iletişim için kullanıldığını göstermektedir.¹³³

Son yıllarda sosyal ağların akıllı telefonlara yönelik uygulamalara yoğunlaşması sosyal ağlarda geçirilen zamanı daha da arttırmıştır. Bu nedenle literatürde sosyal ağlar üzerine yapılan araştırmaların sayısı her geçen gün artmaktadır. Üniversite gençlerinin çevrimdışı siyasal katılma ve Facebook kullanımı üzerine gerçekleştirilen bir çalışma siyasal katılma ve Facebook'un siyasal amaçlar için kullanılması arasında pozitif yönlü ilişkiler olduğunu göstermiştir. Araştırmaya katılanların Facebook üzerinden gerçekleştirdikleri siyasal katılım düzeyi arttıkça çevrimdışı siyasal katılma da aynı doğrultuda artmaktadır. Facebook üzerinden gerçekleştirilen en sık katılma biçimleri siyasal içerikli yazılar paylaşmak ve durum güncellemesi yapmak olarak dikkat çekmektedir. Gençlerin siyasal katılma biçimleri incelendiğinde bunların daha çok siyasal bilgilenme gibi temel katılma biçimleri olduğu görülmektedir. Bu nedenle Facebook'taki siyasal katılmanın, ileriki dönemlerde daha eylem temelli siyasal katılma biçimleri yaratabileceği düşünülmektedir.¹³⁴ Benzer bir çalışma ise sitenin çevrimdışı siyasal katılma gösteren kişiler için çevrimiçi siyasal katılmayı arttırdığını ancak siyasal olarak aktif olmayan kişilerde çevrimiçi katılmayı artıran bir fonksiyonu olmadığı sonucuna varmıştır.¹³⁵ Facebook ve siyasal bilgilenme ve katılma üzerine yapılan başka

¹³³ Esra Arsan, "Türkiye'de Gençlik, Sosyal Medya ve Siyasal Katılım", **Demokrasi ve Siyasal Katılım Konferans Kitabı**, Haz: İlker Gökhan Şen, İstanbul, Heinrich Böll Stiftung Derneği, 2013, s.174.

¹³⁴ Vitak vd., **a.g.e.**, s. 107.

¹³⁵ Sara Vissers, Dietlind Stolle, "Spill-over Effects Between Facebook and on/offline Political Participation? Evidence From a Two-wave Panel Study" (Çevrimiçi) <http://www.cpsa-acsp.ca/papers-2012/vissers-stolle.pdf>, 20.03.2014.

bir alan çalışmasının bulguları da özellikle sitenin “arkadaş olma” özelliğinin siyasal katılmada pozitif etkileri olduğu yönündedir. Facebook kullanma sıklığı arttıkça, çevrimiçi siyasal bilgilenme ve katılma da paralel bir şekilde artmaktadır. Ayrıca çalışma siyasal kampanyalar, politik adaylar hakkında bilgi edinme ve arkadaşlarının siyasal eğilimlerini öğrenme gibi siyasal amaçlar için kullanılması ve çevrimiçi siyasal katılma ve bilgilenme arasında güçlü bir ilişki olduğunu göstermektedir.¹³⁶ Sosyal ağların bir diğer özelliği de internet dışındaki gündelik hayatımızın da önemli birer parçaları haline gelmeleridir. Boğaziçi ve İstanbul Teknik Üniversitesi’nde okuyan bir grup öğrencinin bir araya gelerek oluşturdukları politik ağ, Democratus, yeni bir siyasal bilgilenme ve katılma ortamı sunması bakımından önemli bir örnektir. Facebook ve Twitter üzerinden gruba katılan üyeler, kendi oluşturdukları bu demokratik sanal mecrada görüşlerini dile getirebilmenin yanında kendi vekillerini seçebilmekte ya da hazırlanan yasalara oy vermektedir.

2.1.1.2. Forumlar

Elektronik postanın bir diğer biçimi olan forumlar, kişilerin belirli bir konu ya da gündemle ilgili görüş alışverişi yapmasını ve tartışılmasını sağlayan uygulamalardır. Tartışmalar bütün kullanıcılara açıktır ancak temel amaç benzer düşünce ve görüşleri paylaşan kişilerin ortak sorunlar çerçevesinde bir araya gelmesini sağlamaktır.¹³⁷ İletişimin yazılı olarak gerçekleştiği forumlar, farklı içeriklerdeki web sitelerinin içinde ayrı bir sayfa olarak yer alabildiği gibi, tamamen fikir ve bilgi paylaşımı yapmak için özerk forum siteleri olarak da yapılandırılabilir. Siyasal haberleri televizyon ve gazete gibi geleneksel kitle iletişim araçlarından almaya alışkın olan günümüz insanları için, haber kaynaklarının çoğu zaman belli olmadığı ve dezenformasyonun yoğun olarak yaşandığı yeni iletişim teknolojileri, bireylerin yaşanan olay ve olgulara ilişkin görüş ve

¹³⁶ Leon van Jaarsveldt, “Are Social Networking Sites (SNS) Effective Platforms for Political Engagement?” (Çevrimiçi) <http://hdl.handle.net/10419/52311>, 06.04.2014.

¹³⁷ Timisi, **a.g.e.**, s.137.

düşüncelerini ortaya koyabilecekleri geleneksel medyadan farklı bir ortam sunmaktadır. Kullanıcıları edilgen olmaktan çıkararak, haber hakkında duygu ve düşüncelerini sesli olarak ifade edebilecekleri bir alana kavuşturan forumlar, yurttaşları kamusal söylemin bir parçası haline getirmektedir.¹³⁸ İnternet kullanan kişilerin sayısındaki hızlı artışa paralel olarak siyasal iletişim ve sosyal medya ekseninde yapılan çalışmalarda da forumlar giderek önem kazanmıştır. Çünkü forumlar sadece yurttaşlar için siyasal bilgilenme ve katılma mecraları değil, politikacıların da seçmenleriyle iletişim kurabildikleri platformlardır. Örneğin 2009 yerel seçimlerini Türkiye’deki blog ve forumlarına yansımalarını ele alan çalışma, mevcut iktidar aleyhinde bir tablo çıkarmasına rağmen çevrimdışı siyasal arenada durum farklıdır. Forumlarda iktidar karşıtı siyasal eleştiriler bloglara göre daha sert ve baskındır. Çevrimdışı siyasal arenada kendilerine yer bulamayan muhalif görüşler, iktidar taraftarı seçmenlere göre kendilerini çevrimiçi platformlarda daha özgür olarak ifade etmektedir. Ancak çevrimdışı alandaki tablo daha farklıdır. 2009 Yerel Seçimlerinde ipi göğüsleyen parti mevcut iktidar partisi Adalet ve Kalkınma Partisi’dir. Bu da çevrimiçi alanda hakim olan sesin, çevrimdışı alanda yankı bulamadığını ve yurttaşların çoğunun çevrimiçi siyasal iletişim sürecine katıl(a)madığını göstermektedir. Türkiye’deki çevrimiçi çoğunluk, çevrimdışı azınlık durumundadır.¹³⁹ Ancak siyasal katılmanın dışında da, forumlar, kullanıcıların konular hakkında geri bildirimde bulunabilmesini ve konuların arşivlenerek bilginin her zaman erişime açık olmasını sağlayarak, bu platformları siyasal bilginin yayılmasını sağlayan en önemli mecralardan biri yapmaktadır.

¹³⁸ Aynur Köse, Mustafa Yılmaz, “Fısıltı Gazetesi için Yeni Bir Mecra: Söylentilerin İletim Mekanı Olarak Çevrimiçi Forumlar”, **Milli Folklor Dergisi**, C.22., No: 85, 2010, s. 184,185.

¹³⁹ Mehmet Yılmaz, “2009 Yerel Seçimlerinin Türk Blog ve Forum Ortamlarına Yansımaları” (Çevrimiçi), http://sobiad.odu.edu.tr/files/cilt2/cilt2sayi4pdf/yilmaz_mehmet.pdf, 12.06.2014.

2.1.1.3. Bloglar

Bloglar ya da bir diğerk ifadeyle internet günlükleri kısa bir zaman dilimi içerisinde geçirdikleri evrim ve çabuk çoğalmaları sonucunda başka bir medya ortamı olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. Herhangi bir konuda internet ortamına dökülen yorum yazıları ya da haberler olarak ifade edebileğimiz bloglar, haber duyurularından yorum yazılarına, beğenilen sitelerin tanıtımlarından toplulukların fikirlerini paylaştıkları bir ortam olmalarına kadar esnek bir içerik kullanıma sahiptir. Blogların yaygınlaşmasında en önemli etkenlerden birisi internet sitelerine göre çok daha kolay hazırlanabilmesidir. Blog servisi sunan çoğunluğu ücretsiz olan internet sitelerine kayıt yaptırdıktan sonra birkaç adımda yazıların yayımlayabileği sayfalar oluşturmak çok zor değildir. Giderek daha çok sayıda insanın haber ve bilgi kaynağı olarak kullandıkları bloglar, teknoloji, politika, spor, eğlence, dedikodu, yeni trendler, moda, sağlık gibi pek çok alanda yüzlerce farklı bilgi kaynağı sunmaktadır.¹⁴⁰ özellikle politik bloglar, toplumun dikkatini belirli siyasi konulara başarılı bir şekilde çekebilmektedir. Siyasi tartışmaya kattıkları çeşitlilik ile politikaya karşı mesafeli duran kesimleri bile siyasal sürece dahil edebilmektedirler. 2010 yılının yazında Türkiye ile İsrail arasında çıkan Mavi Marmara krizinde blogların, gazetelerin birinci sayfası gibi işlev görmesi bunun güzel bir örneğidir.¹⁴¹

“Web” ve “log” kelimelerinin birleştirilmesinden oluşan weblog terimi, ilk kez 1997’de Jorn Barger tarafından ABD’de kullanılmıştır. 1999 senesinde Blogger firması ücretsiz blog açma hizmeti sunmaya başladıktan sonra blog sahiplerinin sayısı hızla artmıştır. Türkiye’de en fazla üyeye sahip blog siteleri blogspot ve blogcu.com’dur.¹⁴²

¹⁴⁰ Necmi Emel Dilmen, “Yeni Medya Kavramı erevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları”, **Marmara İletifim Dergisi**, No:12, 2007, s.117-121.

¹⁴¹ Zeynep Atikkan, Aslı Tunç, **Blogdan Al Haberi: Haber Blogları, Demokrasi ve Gazeteciliğin Geleceği zerine**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2011, s. 29.

¹⁴² Funda Cantek, “Mutfakta Pişer, İnternet’e de Düşer: Yemek Blogları Kadınlara Neler Vaad Ediyor?”, **Kültür ve İletifim**, C.14., No:1, 2011, s.12

2007 itibariyle 70 milyon seviyesinde olan blog sayısı, güncel verilere göre 133 milyona çıkmıştır. Türkçe blog sayısı da net bir rakama sahip olmamakla birlikte 750 bin – 1,5 milyon arasında değişmektedir.¹⁴³ Dijital kültürün en önemli haber ve bilgi paylaşım mecralarından biri olan blogların ortaya çıkışının 1990’ların sonuna denk gelmesi aslında rastlantı sayılmamalıdır. Çünkü bu dönem ABD’de insanların yaşamlarını tüm açıklığıyla sanal aleme taşıdıkları yıllara denk gelmektedir. 1998’de Google’ın kurulması da yine bu döneme rastlar. Bilginin demokratikleşmesi ve daha kolay ulaşılabilir hale gelmesi, geleneksel medyanın aksine herhangi bir sansür mekanizmasının olmaması, okurun daha aktif ve talepkar hale gelmesi blogların çıkmasında etkili olmuştur.¹⁴⁴ Blog içeriklerinin hazırlanması ve denetimi kullanıcıda olduğu için geleneksel medyadaki eşik bekliliğinin yerini alternatif ve bağımsız kişi ve gruplar almıştır.

Bloglar özellikle son web 2.0 teknolojisinin sağladığı sosyal ağ imkanıyla hem politikacılar, hem de seçmenler tarafından kullanılan ortak bir zemin olarak siyasal alanda da yerini almıştır. Çoğu haber odaklı olan siyasal bloglar içerik bakımından ikiye ayrılır. Bazı siyasi bloglar, diğer web sitelerindeki haberlere ve siyasal makalelere nadiren link yapan ve çoğunlukla blogger’ların kendi siyasal görüşleri çerçevesinde oluşturdukları öznel politik yorumları içerirler. Diğer bloglar ise gözetleme blogları (watch blog) olarak da adlandırılır. Bunlar, yazarın çevrimiçi gazete veya haber sitesindeki sistematik hata ya da önyargıyı dikkate alarak eleştiriye giren bloglardır. Sahiplik açısından da blogları üçe ayırmak mümkündür. Bunlar, bir partinin seçmenlerine parti politikasını ve icraatlarını aktararak seçim kampanyasını yürüttüğü parti blogları, benzer şekilde adayların, seçmenlerine yapacaklarını anlattığı aday

¹⁴³ “Türkiye’de ve Dünyada Blog Sayısı” (Çevrimiçi) <http://blog.sanalmimarlar.com/2010/01/turkiyede-ve-dunyada-blog-sayisi/>, 12-05.2014.

¹⁴⁴ Atikkan, Tunç, **a.g.e.**, s.18,19.

blogları ve politikaya ilgi duyan sıradan kişilerin siyasal gündem hakkında düşündüklerini diğer insanlara aktarmak için oluşturdukları bağımsız bloglardır.¹⁴⁵

Bloglar çok kolay kurulabildikleri için bir siyasal parti ya aday destekçileri, seçmenlere seslenebilmek için bu mecraı verimli bir şekilde kullanabilmektedirler. Örneğin 2008 yılında yapılan Amerika başkanlık seçimlerinde hem Demokratların başkan adayı olan Barack Obama, hem de Cumhuriyetçilerin adayı John McCain, kendi bloglarını açarak, seçmenlere bloglarından seslenme fırsatını aktif olarak kullanmışlardır. Diğer taraftan seçmenler de, bloglarına yazılar girerek destekledikleri adaylar hakkında tanıtım yapmanın yanında tartışma başlıkları da açarak seçim için yeni dijital bir meca oluşturmuşlardır. İnternet kullanımının oldukça yüksek olduğu Amerika Birleşik Devletleri gibi ülkeler düşünüldüğünde, bloglar, siyasal bilgilenme ve katılma açısından önemli yeni mecralar oluşturmaktadır.¹⁴⁶ Bloglar, adayların doğrudan seçmenleriyle iletişim kurmasını ve seçmenin nabzını tutarak doğrudan iletişim kurmayla takip edilmesi sağlamaktadır. Ayrıca seçmen bu yeni mecraı istediği, eleştiriyi ya da düşüncüyü dile getirerek, iletişim mecrasını bir ifade alanı olarak kullanmakta ve ifadeler, yazının gücüyle birlikte kalıcı değer kazanarak birer geri dönüşüm fırsatı yakalayabilmektedir.

2.1.1.4. Siyasal İçerikli Web Siteleri ve Çevrimiçi Gazeteler

Yeni iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmelerden en çok etkilenen gazeteler olmuştur. Geleneksel gazetelerin yeni enformasyon ve iletişim araçları ile rekabet edememesi sonucunda gazete tirajlarında önemli bir düşüş yaşanmış ve bazı köklü gazeteler yayım hayatından çekilmek zorunda kalmıştır. Yaşanan bu durum gazetelerin bir dönüşüm içerisine girmesini zorunlu hale getirmiştir. Bu nedenle

¹⁴⁵ Erkan Akar, “İnternetle Değişen Siyaset Pazarlaması: Dünyadan Örneklerle Yeni Trendler” (Çevrimiçi), <http://www.siyasaliletisim.org/pdf/internettesiyasetpazarlamasi.pdf>, 22.05.2014.

¹⁴⁶ Beril Akıncı Vural, Mikail Bat, “Siyasal Seçim Kampanyalarında Yeni İletişim Teknolojileri ve Blog Kullanımı: 2008 Amerikan Başkanlık Seçimlerine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Analiz”, (Çevrimiçi) <http://journal.yasar.edu.tr/wp-content/uploads/2012/08/12-AKINCI-TAT.pdf>, 21.05.2014.

öncelikle internetin ilk yıllarında geleneksel gazeteler orijinal kopyalarını çevrimiçi ortama taşımışlardır. Zaman içerisinde internetin sunduğu teknolojik avantajları kullanarak gazete içeriklerini basılı gazeteden farklı olarak sunmaya başlamışlardır. Yapılan araştırmalar basılı gazete okuyan kitlenin giderek, ulusal ve uluslar arası gündemi takip etmek için çevrimiçi ortamlara yöneldiğini göstermektedir.¹⁴⁷ Derinlemesine siyasal bilgi arayışında olan kişilerin kullandığı kitle iletişim aracı olan gazetelerin elektronik ortamda ücretsiz ve sürekli güncelleniyor olması özellikle gündemi internetten takip eden genç kuşağın siyasal katılım göstermesinde bir fırsat olarak değerlendirilmektedir. Amerika’da basılı ve çevrimiçi gazete kullanımı ve siyasal katılma ilişkisi ekseninde yapılan bir çalışma, çevrimiçi gazetelerin demokratikleşme ve vatandaşların siyasal bilgilerini artırma yönünde pozitif etkileri olduğunu göstermiştir. Çevrimiçi gazetelerin eşik bekçileri, kanaat önderleri ve halk arasındaki ilişkiyi silikleştirerek, bilgi aktarımında yeni kanallar açabileceği düşünülmektedir. Ayrıca çevrimiçi medyanın etkileşimlilik özelliğinin siyasal katılımı da arttıracığı öngörülmektedir.¹⁴⁸

Çevrimiçi gazetelerin içerikten çok manşetin parlaklığı ve ön sayfadaki yeri üzerinden satılabilir olmayla ilgilendikleri, bu nedenle okuyucuyu bilgilendirmekten uzak olduğunu düşünenler de bulunmaktadır. Çok sık güncellenmesi ve sürekli değişen formlarda iletilmesi nedeniyle basılı gazetenin otoritesine sahip değildir. Sunum lehine yoruma yer vermezler. Editörlerin tartışmaya izin verip, muhabir ve editörlerin elektronik posta adreslerini yayınladığı durumda, çevrimiçi gazeteler okuyucuya büyük güç verir. Yeni haberler bağlantılı haber ve grafiklerle paketlenmiş olarak verilip, okuyucular da bunların tümünü okumayı tercih ettiklerinde, basılı gazetelere göre daha

¹⁴⁷ Celalettin Aktaş, “Medya Yakınsaması: Hızlı Yanıt Veren Kod Aracılığıyla Geleneksel Gazetenin, Çevrimiçi Gazete ile Artan Rekabet Potansiyeli Üzerine Bir Tartışma”, **Selçuk İletişim**, C.7, No:4, 2013, s.119,120.

¹⁴⁸ Ingrid Bachmann, Homero Gil De Zuniga, “News Platform Preference as a Predictor of Political and Civic Participation”, **Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies**, C.XIX, No:4, 2013, s.507.

kapsamlı olarak bilgilenirler. Ancak çevrimiçi gazetelerin okuyucu kitlesi daha çok her şeyin daha ayrıntılı olarak açıklanması ihtiyacını hissetmeyen gençlerdir. İhtiyaç duydukları tek şey ise bilgiyi hemen alıp, tüketmektir.¹⁴⁹

Siyasal süreç hakkında bilgilenmek ve özellikle seçim dönemlerinde adaylar ve parti politikaları, gelecek vaatleri hakkında bilgi sağlamak için web siteleri de önemli bir role sahiptir. Yurttaşları güncel politik konular hakkında bilgilendiren ve forumlarda aynı fikri paylaşan ya da farklı düşüncede olan gruplar arasında bilgi alışverişi sağlayan web içerikli internet sitelerinin yanında, Web 2 tabanlı uygulamalara göre daha çok geleneksel medyada olduğu gibi tek yönlü bir bilgi akışı sağlayan, siyasi parti ve adayların kendi resmi siteleri de çevrimiçi siyasal iletişimi zenginleştirmektedir. Bu platformların siyasi adaylara sunduğu pek çok avantaj vardır. Siyasal bir parti fiziksel varlığının düşük olduğu ve ulaşamadığı seçmenlere web siteleri aracılığıyla ulaşarak tabanını güçlendirebilir. Web sayfaları kolaylıkla güncellenebilir ve güncel bilgi için ilk tercih ortamı olarak geliştirilebilir. Web siteleri interaktif olabilir ve kullanıcılara ihtiyaçları yönünde bilgi vererek, sağlayıcılarla bağlantı kurma imkanı tanır. Böylece seçmen odaklı hizmet sağlamanın geliştirilmesine olanak verir.¹⁵⁰ Partilerin seçmenlere iletmek istedikleri mesajlarını, herhangi bir filtreden geçmeden ulaştırabilmesi sitelerin bir diğer avantajıdır. Her ne kadar siyasal partilerin web siteleri için ayırdığı bütçe geleneksel medyayla karşılaştırıldığında oldukça düşük olsa da, görsel etkiye sahip, hızlı erişim sağlayan ve alt yapısı güçlü sitelerin seçmenleri etkileme gücü daha yüksektir. Artık siyasetçilerin kendilerini seçmenlere daha iyi tanıtılabilmek için bir web sitesine sahip olması zorunluluk haline gelmiştir. 2002 seçimlerinde interneti özellikle 1980 sonrası doğan gençlere ulaşabilmede etkili bir şekilde değerlendiremeyen siyasal partiler, 2007 genel seçimlerinde kendi web sitelerini oluşturarak çevrimiçi siyasal

¹⁴⁹“Çevrimiçi Gazete: Postmodern Bir Ortam”, (Çevrimiçi) <http://www.journals.istanbul.edu.tr/iuifd/article/view/1019015522/1019014706>, 12.05.2014.

¹⁵⁰ Erkan Akar, “İnternetle Değişen Siyaset Pazarlaması: Dünyadan Örneklerle Yeni Trendler” (Çevrimiçi), <http://www.siyasaliletisim.org/pdf/internettesiyasetpazarlamasi.pdf>, 22.05.2014.

iletişime yoğunlaşmışlardır. Sadece siyasi partiler değil, muhalif gruplar da seslerini duyurabilmek için sanal ortamı tercih etmişlerdir. Ancak bu süreçte siyasal partilerin, parti teşkilatlarının tanıtımı ve arşiv bilgilerinin sunumu gibi içeriklere yoğunlaştıkları ve seçmenler açısından önem taşıyan ve geri bildirimini mümkün kılan uygulamalara yer vermedikleri gözlenmiştir. 2011 yılında yapılan genel seçimler öncesinde siyasal partiler fonksiyon özelliklerini farklılaştırmış ve seçmenle olan iletişime ve bilgi yayma işlevine daha fazla önem vermişlerdir. Örneğin 2007 genel seçimlerinde iktidar partisi ve ana muhalefet partisinin internet siteleri, yurttaşların sadece e-mail yoluyla kendilerine ulaşmasına izin verirken, daha katılımcı ve demokratik bir iletişimi mümkün kılan chat, forum ve üyelik ile ilgili herhangi bir uygulamaya yer verilmemektedir. 2011 genel seçimleri öncesinde ise e-mail dışında üyelik sistemlerini başlattıkları ve ana muhalefet partisinin forumlar aracılığıyla seçmen görüşlerini dikkate aldığı görülmektedir.¹⁵¹ Web siteleri ayrıca kararsız seçmenin oyu olarak görülen “yüzen oylar”ı etkilemekte de kullanılmaktadır. Örneğin 2002 yılında yapılan Hollanda genel seçimlerinde, seçmenlerin politik web sitelerini ziyaret etme nedenlerini araştıran bir çalışma, siyasal parti web sitelerinin özellikle kararsız seçmenleri etkilemede oldukça başarılı olduğunu ortaya koymuştur. Bu siteler sadece siyasal ilgisi yüksek kişilere değil, interneti yoğun olarak kullanan ancak siyasete uzak olan gençlere ulaşmayı da başarmaktadır. Kişiler daha çok, siyasal partilerin durumu, parti haberleri ve seçim kampanyasına ilişkin bilgi edinmede siyasal içerikli web sitelerini kullanmaktadır.¹⁵² Dolayısıyla siyasal içerikli web siteleri ve çevrimiçi gazetelerin gerek gündem belirlemek, gerekse halk ve siyasetçiler arasında aracısız iletişimi sağlama yönünde demokratik toplumsal gelişime hizmet ettiği düşünülmektedir.

¹⁵¹ Mine Yeniçeri Alemdar, Nahit Erdem Köker, “Siyasi Partilerin 2007-2011 Türkiye Genel Seçimlerinde Web Sitesi Kullanımı ve Karşılaştırmalı Analizi”, **Erciyes Sosyal Bilimler Enstitüsü Derneği**, No:31, 2011, s.226-250.

¹⁵² Marcel Boogers, Gerrit Voerman, “Surfing Citizens and Floating Voters: Results of An Online Survey of Visitors to Political Web Sites During the Dutch 2002 General Elections”, **Information Polity**, C.8, No:1, 2003, s.17-27.

2.1.1.5. Wikiler

Wikiler, sayfalarının kullanıcılar tarafından oluşturulduğu ve girilen bir içeriğin yine başka bir kullanıcı tarafından değiştirilebildiği bilgi sağlayan internet siteleridir. Wiki sitelerinin en popülerleri kuşkusuz çevrimiçi bir ansiklopedi olan Wikipedia'dır. Wikipedia'da şu ana kadar açılmış pek çok siyasal içerikli başlığa ve politik ideolojiler adlı portala ulaşmak mümkündür. Ancak içeriğinin kontrol edilememesi ve bazı grupların özellikle siyasi amaçlarla dezenformasyon yaratması nedeniyle sık sık eleştirilmektedir.¹⁵³ 2004 senesinde kurulan Wikinews ise, herkesin katkıda bulunabildiği bir haber platformudur. Wikinews konvansiyonel medyanın aksine haberleri tarafsız bir bakış açısıyla ele almakta, yer verilen konuyla ilgili herhangi bir görüş öne sürmemektedir. Herkesin katkıda bulunabildiği bir haber servisi olarak, tüketicilere sunulan bilgi üzerinde bir etkide bulunma potansiyeline sahiptir. Geleneksel medya tarafından yeterince önemli bulunmayıp ya da özellikle yer verilmeyen bilgiler Wikinews'te yer alabilmektedir. Her ne kadar haberin yorumsuz olarak verilmesi ve sonradan herhangi bir katkıda bulunmaya ve yoruma kapalı olması, platformu bloglar ve forumlara göre kullanıcılar tarafından daha az tercih edilebilir kılssa da, özellikle basın özgürlüğünün kısıtlı olduğu ülkelerde Wikinews'in siyasal bilgilenme için önemli bir hizmet sağladığı açıktır.¹⁵⁴ Wikiler kolay ve hızlı bir şekilde bilgi sağlayan platformlar olduğu için vatandaşlar tarafından partiler ve adaylar hakkında bilgilenmek için sık başvurulan siyasal bilgi kaynaklarıdır. Ayrıca sitede siyasal konular hakkında daha derin bilgi sağlamaya yönelik referans noktaları bulunmakta, bu da geleneksel medyanın çoğunlukla silikleştirdiği siyasal belleği canlı tutmaktadır.

¹⁵³ Yana Breindl, Pascal Francq, "Can Web 2.0 Applications Save Democracy? A Study of How New Internet Applications May Enhance Citizen Participation in the Political Process Online" (Çevrimiçi) <http://inderscience.metapress.com/content/w06m45r774002817/fulltext.pdf>, 21.04.2014.

¹⁵⁴ Josef Kolbitsch, Hermann Maurer, "The Transformation of The Web: How Emerging Communities Shape the Information We Consume", **Journal of Universal Computer Science**, C.12, No:2, s.198,199.

2.1.1.6.İçerik Paylaşım Siteleri

Video ve fotoğraf gibi multimedya içeriklerinin üretilmesini, saklanmasını ve paylaşılmasını ve istenildiği takdirde diğer sitelerde de kullanımını mümkün kılan içerik paylaşım sitelerinin en popülerleri YouTube'dur. Facebook ve Twitter gibi sosyal paylaşım sitelerinden daha eski bir geçmişe sahip olduğu için, siyasilerin özellikle seçim sürecinde aktif olarak kullandığı ilk sosyal medya platformudur. Türkiye'de 22 Temmuz 2007 seçimleri YouTube'un siyasal amaçlarla yoğun bir şekilde kullanıldığı bir sürece şahitlik etmiştir. Yüksek Seçim Kurulu tarafından seçim sürecinde televizyon ekranlarında seçim propagandasının yapılması belirli bir süre yasaklandığı için yapılamayan seçim propagandaları YouTube'a taşınmıştır. Seçim tarihinin belirlendiği 3 Mayıs'tan sonra 10 bine yakın propaganda içerikli siyasal video YouTube'da izlenmiştir. Adayların geleneksel kitle iletişim araçlarında sadece haber olarak yer alabildikleri bu dönemde, siyasiler istedikleri gibi bu mecraayı kullanmışlardır. Bu videolar daha çok liderlerin seçim meydanlarındaki konuşmaları, parti klipleri, seçim şarkıları ve rakip partileri eleştiren yorumlardan oluşmaktadır.¹⁵⁵ 2009 yerel seçimlerinde ise AKP tarafından YouTube paylaşım sitesine 5000 video eklenmiştir. Bu videolar aday tanıtımları, belediyeler tarafından yapılan hizmetlerin tanıtımına yönelik olmuştur. Video bölümünün altındaki görüş bildirme alanlarına tartışma ortamları açılarak videoların inandırıcı olması sağlanmaya çalışılmıştır.¹⁵⁶ Diğer yandan Youtube'un politikacılar ve seçmenler arasındaki iletişimi, etkileşime dönüştüren Worldview kanalı, şeffaf bir iletişim dönemi başlatması ve politikacıların konuşup, vatandaşların dinlediği siyaset döneminin sona erdiğini göstermesi bakımından önemli bir platform olarak değerlendirilmektedir. Üye olan kullanıcılar, konuk olan siyasetçiye sorulmak üzere farklı sorular hazırlamakta ve bunlar arasında kullanıcılar tarafından en

¹⁵⁵ Ender Türkkkan, "YouTube Meydanları Aratmıyor! Partilerin Propaganda Yarışı Sanal Alemde" (Çevrimiçi) <http://www.milliyet.com.tr/2007/07/03/son/sonsiy07.asp>, 17.04.2014.

¹⁵⁶ Hasan Sarı, "Siyasal İletişimde Yeni İletişim Teknolojilerinin Kullanımı: 2009 Yerel Seçimlerinde AK Parti'nin Çalışmaları" (Çevrimiçi) <http://www.hasansari.com.tr/upload/42603597.pdf>, 12.03.2014.

çok oylan sorular, bir gazeteci tarafından konuğa sorulmaktadır. Kanala konuk olan politikacılardan bazıları Cumhurbaşkanı Abdullah Gül, ABD Başkanı Barack Obama, AB Komisyon Başkanı Jose Manuel Barroso gibi üst düzeydeki siyaset aktörleri olduğu düşünülürse, yeni medyanın siyasal arenada güçlü bir rol kazandığı görülmektedir. Halbuki geleneksel medyada siyasi aktörlerin katılımıyla gerçekleşen bu tür programlar, birkaç gazetecinin hazırladıkları soruların sorulmasıyla gerçekleşmektedir. Yurttaş katılımının olmadığı bu bilgilendirme sürecinde sorular önceden politikacılarla paylaşılmakta ve istenilmediği takdirde bazı sorular listeden çıkartılabilmektedir. Yeni medya, politikacılar ve halk arasındaki aracı kişileri sürecin dışına çıkararak, vatandaşın kendisine karşı sorumlulukları olan politikacıları daha kolay ve etkin sorgulamasını ve siyasetçilerin de halkın düşüncelerini ve sorunlarını daha kolay öğrenmesini sağlamaktadır.¹⁵⁷

2.1.1.7.Mikroblogculuk: Twitter

Mikroblog platformları arasında en popüler olan Twitter, siyasal bilgilendirme ve katılma açısından sosyal medyanın en etkili araçlarından biri olarak kabul edilmektedir. 2006 yılında kurulan Twitter, isteyen herkesin bir kullanıcı hesabı açarak katılabildiği, Facebook'taki gibi kendilerine bir profil oluşturabildikleri ve diğer katılımcıları takip ettikleri bir bilgilendirme ve katılma platformudur. Kullanıcılar kendi sayfalarında video ve fotoğraf paylaşabildikleri gibi tweet adı verilen ve 140 karakterle sınırlı metin hakkı ile durum yazısı paylaşabilmektedir. Retweet ise bir başkası tarafından yazılmış bir tweet'in, kullanıcının kendisini takip eden kişilere tekrar tweet ederek ulaştırılmasıdır. Twitter her ne kadar 140 karakterlik bir sınırlama getirirse de, siyasal iletişim açısından bunu bir eksiklik değil, tam tersine bir avantaj olarak değerlendirmenin daha doğru olduğu düşünülmektedir. Bu sınırlama, siyasetçilerin ve siyasi örgütlerin yaptıkları çalışmalarını, kısa notlar şeklinde seçmenlere duyurmasını kolaylaştıracaktır. Böylece

¹⁵⁷ Cihan Çıldan v.d., "Sosyal Medyanın Politik Katılım ve Hareketlerdeki Rolü" (Çevrimiçi) ab.org.tr/ab12/bildiri/205.doc, 11.04.2014.

seçmenler güncel gelişmeleri yakından takip edebilecek ve gerektiğinde siyasal alanda fikirlerini ifade etme olanağını pratik edebileceklerdir.¹⁵⁸

Türkiye’deki Twitter kullanımına bakıldığında kullanıcı sayısının bir sene içerisinde %33,3’lük bir artış gösterdiği görülmektedir. 2012 yılında 7.2 milyon olan kullanıcı sayısı, 2013’te 9.6 milyona ulaşmıştır. 2012’de saniyede 20 tweet atan kullanıcılar bir sene sonra bu sayıyı 92 tweete yükseltmiştir. En fazla paylaşım yapan şehir İstanbul olurken, kadınlar 2012 yılına göre daha fazla katılım göstererek erkeklerin önüne geçmiştir. Türkiye’deki Twitter kullanıcıları, en fazla fotoğraf paylaşımında bulunurken, bunu video, lokasyon ve haber paylaşımları izlemektedir. Twitter üzerinden haber link paylaşımları incelendiğinde, en fazla Hurriyet.com.tr linklerinin paylaşıldığı görülmekte, Hürriyet’i sırasıyla Radikal, Ntvmsnbc ve Haberturk gibi internet siteleri takip etmektedir. Kullanıcılar twitter’ı daha çok mobilden kullanırken, tweetlerin %60’ına yorum yapmakta ve %20’sini tekrar tweetlemektedir.¹⁵⁹

Sosyal medya ve siyaset ilişkisini eksen alan bir araştırma, katılımcıların en çok kullandığı sosyal medyanın Facebook olduğunu göstermiştir ancak siyasi paylaşımlar söz konusu olduğunda Twitter, Facebook’un önüne geçmektedir. Twitter’ı sık kullanan katılımcılar, diğer sosyal medya ortamlarını sık kullanan katılımcılara göre daha çok siyasi paylaşımlarda bulduklarını ifade etmektedir. Ayrıca araştırmaya katılanların %66,6’sı sosyal medyada siyasi paylaşımlarda bulunduğunu ifade etmektedir. Sosyal medyada geçirdikleri günlük ortalama zaman arttıkça, siyasal paylaşımlarda bulunma oranı da artmaktadır. Çevrimiçi siyasal katılmayı artıran bir diğer önemli unsur da parti bağlılığıdır. Parti üyesi olan sosyal medya kullanıcılarının büyük çoğunluğu siyasi paylaşımlarda bulunmaktadır (%93.3). Bu durum partilerin üyeleri aracılığıyla da sosyal medyada organize olmaya çalıştıklarını ve sosyal medyanın gelişimine kayıtsız

¹⁵⁸ Balcı v.d., Medya, **a.g.e.**, s.114.

¹⁵⁹ “2013 Twitter Türkiye Profili” (Çevrimiçi) <http://blog.monitera.com/2013/02/2013-twitter-turkiye-profil.html> 22.03.2014.

kalmadıklarını göstermektedir. Siyasi parti üyesi olmasa dahi sosyal medyada siyasi içerikli paylaşımlarda bulunduğunu ifade eden kullanıcıların oranı da %63,3'lük gibi oldukça yüksek bir orana sahiptir. Bu da siyasi ve toplumsal olaylara kayıtsız kalamayan bütün sosyal medya kullanıcılarının, siyasal katılımı, her ne kadar çevrimdışı olarak gerçekleştiremeseler de, sosyal medya ortamlarını kullanarak, paylaşım, yorum, tweet, retweet gibi yöntemlerle bir şekilde siyasal sürecin içinde yer almaya çalıştıklarını göstermektedir.¹⁶⁰

Türkiye’de 12 Haziran 2011 Seçimleri’nde siyasal iletişim kampanyalarında Twitter kullanımıyla ilgili yapılan bir çalışma, sosyal medyanın politikacılar tarafından verimli bir şekilde kullanılmadığını, dolayısıyla siyasal bilgilenme açısından geleneksel medyanın ötesine geçemediği sonucuna varmıştır. Twitter hesaplarının takipçilerin mesajlarına kapalı olması, liderlerin yok denecek düzeyde takip listelerinin azlığı, sosyal medyaya çok az zaman ayırmaları ve sosyal medyayı daha çok demec verme platformu olarak görerek etkileşimden uzak durmaları dikkat çeken olumsuzluklardan bazılarıdır.¹⁶¹ Twitter’la ilgili 2011 seçimleriyle ilgili yapılan başka bir çalışma da benzer sonuçlara ulaşmıştır. Twitter çift yönlü iletişime izin veren bir uygulama olmasına rağmen seçim sürecinde tek yönlü, gelişmiş bir duyuru panosu olarak işlev görmüştür. Hesapları incelenen pek çok siyasetçi seçmenleriyle hemen hemen hiç etkileşime girmemiştir. Siyasi partilerin ve adayların Twitter kullanımı daha çok kendi programlarını duyurmak, parti veya lider söyleminin tavandan tabana paylaşılması şeklinde gerçekleşmektedir. Twitter’ın yurttaşın katılımını sağlayacak etkili bir şekilde kullanılmaması, sosyal medya ve yurttaş katılımı konusundaki potansiyellerin siyasetçiler tarafından göz ardı edildiğini göstermekte, Türkiye’deki

¹⁶⁰ Mustafa Bostancı, “Siyasal İletişim 2.0”, **Erciyes İletişim**, C.3, No:3, 2014, s.95.

¹⁶¹ Mehmet Gökhan Genel, “Siyasal İletişim Kampanyalarında Sosyal Medyanın Kullanımı (12 Haziran 2011 Seçimleri “Twitter” Örneği)”, **TOJDAC**, C.2, No:4, 2012, s.30.

siyasetin yukarıdan aşağıya doğru, otokratik bir şekilde gerçekleşmeye devam ettiğinin altını çizmektedir.¹⁶²

2.2. Medya, Kamuoyu, Kamusal Alan ve Siyasal Katılım

Bir ülkede güçlü bir kamusal alanın varlığı en başta siyasi olarak bağımsız medyaya ve yurttaşların düşüncelerini özgürce ifade edebilmelerine bağlıdır. İnternetin önemli bir bilgi kaynağı ve yurttaşlar arasında iletişim sağlayan bir ortam sunması, son yıllarda yapılan pek çok araştırmayı yeni medyanın demokratikleşme yönünde sağlayacağı olumlu değişimler üzerine odaklanmaya itmiştir. Siyasi katılımın ön koşullarından birisinin bilgiye erişim olduğu ve internetin bilgi kontrolünün olmadığı bir kamusal alan yarattığı düşünüldüğünde, yeni medyanın siyasi katılım açısından olumlu katkıları olacağı önermesi güçlenmektedir. Bu yeni kamusal alanı siyasi aktörler ve yurttaşlar arasındaki bir bilgilendirme sürecine indirgemek yanlış bir yaklaşım olabilir çünkü internetin etkileşimlilik özelliği, farklı düşünce gruplarının oluşturduğu forumlar, sosyal ağlar ve siyasi topluluklarla katılımcı demokratik bir ortam da sağlamaktadır. Kişiler artık geleneksel medyanın sunduğu siyasi bilginin pasif alıcıları değil, bu bilginin üretimine de katkıda bulunan aktif bir siyaset sürecinin taraflarıdır. Postman, Teknopoli adlı yapıtında ortaya çıkan her yeni şeyin, derin anlamlara sahip eski kavramları değişikliğe uğrattığından bahseder. Nasıl ki telgraf ve baskı makinesi enformasyon sözcüğüyle kastettiğimiz anlamı değişikliğe uğrattıysa, televizyon, siyasi tartışma, kamuoyu terimleriyle ifade ettiğimiz anlamları da değiştirmiştir.¹⁶³ Bugün ise internet, bilgi ve enformasyon sözcükleri arasındaki ayrımı silikleştirirken, çevrimiçi siyasal katılma ve sanal kamusal alan kavramlarını hayatımıza sokarak, kavramların önceden ve şimdi ifade ettiklerini bir kez daha eleştirel süzgeçten geçirmemiz gerektiğinin altını çizmektedir.

¹⁶² Bayraktutan vd., **a.g.e.**, s.87-89.

¹⁶³ Neil Postman, **Technopoly: The Surrender of Culture to Technology**, NewYork, Vintage Books, 1993, s.8

Bilgi Toplumu kuramcılarının iletişim teknolojilerin toplum üzerindeki siyasi, ekonomik ve kültürel etkilerini açıklarken, özellikle yeni medyayı demokrasi bağlamında oldukça sık ele aldıkları görülmektedir. Yurttaşların ortak sorunlarını konuştuğu ve çözüm önerilerinin geliştirildiği kamusal alanın yeni medyanın etkileşimli ve özgür iletişim süreci içinde gerçekleşeceği düşünülmektedir. Her ne kadar kavram antik dönemlere kadar uzanan tarihi bir bağlama sahip olsa da, özellikle kamusal alan ve demokrasi tartışmalarının başlangıç noktası 1990 sonrasında gelişen neo-liberal dalga olarak görülür. Sovyetler Birliği'nin yıkılmasından sonra ileri kapitalist ülkelerde yaşanan liberalizm krizi, demokrasi konusunda yeni açılımlara yönelik çalışmaları gündeme getirmiştir. Bu görüşler, temsili demokrasiden katılımcı demokrasiye geçişte sağlanacak yeni açılımların ancak kamusal alanın genişletilmesiyle mümkün olacağı düşüncesinde birleşmektedir.¹⁶⁴

Geleneksel medyanın toplumları demokratikleştireceğine olan inanç, bugün internet medyası için yeniden duyulmaya başlamıştır. Geleneksel medyadan farklı olarak, kullanıcıları iletişim sürecine aktif olarak dahil eden niteliği ile vatandaşların politikaya katılımlarını arttırarak, yeni medyanın, toplumdaki demokratik yapıyı güçlendireceği tezi her geçen gün daha da güçlenmektedir. Geleneksel medyada iletişim tek yönlü ve tek taraflı olmasına karşılık, bilgisayar kaynaklı iletişim iki yönlüdür ve çok taraflıdır. Televizyon izlemek pasif bir eylemken, internet karşılıklı etkileşime ve katılıma dayalıdır. Büyük medya holdingleri ve devlet tarafından kontrol edilen kurumların egemenliği altındaki görsel-işitsel medya, bireyleri demokratik tartışma ortamının dışında tutar. İnternet ise herkesin tartışmaya katılabileceği bir ortam sunar. Böylece geleneksel medya çağında demokratik diyalogun dışında bırakılmış çok sayıda birey ve grup internetle güç kazanmıştır.¹⁶⁵

¹⁶⁴ Ülker Yükselbaba, **Habermas ve Kamusal Alan: Burjuva Kamusalılık İlkesinden, İletişimsel Kamusalığa Geçiş**, İstanbul, On İki Levha Yayıncılık, 2012, s. 120.

¹⁶⁵ Douglas Kellner, "Tabandan Küreselleşme: Radikal Demokratik Bir Teknopolitikaya Doğru", **Kamusal Alan**, Haz: Meral Özbek, İstanbul, Hil Yayınları, 2004, s.721-730.

Günümüzde çoğu toplumbilimci internetin ve özellikle bireylerin demokratik haklarını kullanarak özgürce düşüncelerini ve görüşlerini dile getirerek, bilgi paylaşımında buldukları, tartıştıkları sosyal medyanın kamuoyunu şekillendiren bir kamusal alan olarak işlev gördüğünü görüşünde hemfikirdir. Kamusal alan tanımı ilk kez Jürgen Habermas tarafından ortaya atılsa da, kamusal alanla ilgili çalışan tek kuramcı Habermas değildir, onun kamusal alan kavrayışı kendisinden sonra gelen bazı araştırmacılar tarafından tartışılmış ve yeni görüşler çerçevesinde başka modeller de ortaya çıkmıştır. Nancy Fraser, Hannah Arendt ve John Keane kavrama kendi kuramsal bakış açıları ve toplumun demokratik katılımı çerçevesinde yeni perspektifler kazandırmışlardır.

Yeni medyanın demokrasiye katkısı tartışmasında düşünürler iyimser ve kötümser olarak ikiye ayrılırlar. İyimserler yeni medyanın, kamuoyunun demokratik işlevini güçlendirdiği tezini savunurken, kötümserler kamuoyunu küçük gruplara bölerek, kamuoyunun çöküşüne neden olduğu gerekçesiyle eleştirirler. İyimserlerin tezleri, yeni medyanın hem bilgiye erişilebilirlik, hem de bilginin yayılımını arttırarak ve mesafeleri ortadan kaldırarak kamusal alanın sınırlarının genişlediğini öne sürerler. Örneğin Dahlgren internetin yarattığı alanın, diğer kitle iletişim araçlarının aksine kişilerarası etkileşimi sağlamasının onun yeni bir kamusal alan yarattığı tezini desteklediğini savunmaktadır ve çevrimiçi kamusal alanları beşe ayırmaktadır. Bunlardan ilki devlet yetkililerinin yurttaşlarla iletişime girdiği e-devlet uygulamalarıdır ve diğer kamusal alanlara göre sınırlı etkileşim sunarlar. İkinci sırada bireysel veya örgütsel web siteleri, bloglar ya da forumlar gelir. Diğer kamusal alan çevrimiçi gazetecilik alanıdır. Bu alan büyük gazete şirketlerinden, bütün çevrimiçi gazetelere, hatta Yahoo gibi içeriğinde haber bölümü bulunan web siteleri de dahil olmak üzere habercilik adına bütün içeriği kapsar. Dördüncü sırada ortak çıkarlar ve kolektif kimlikler etrafında şekillenen kültürel ve toplumsal konuları içeren parapolitik alan gelir. Beşinci alan, ortak siyasal görüşü paylaşan kişilerin bir araya geldiği, yeni

toplumsal hareketler tarafından kullanılan aktivist alanıdır.¹⁶⁶ Kötümserler ise yeni medyanın bilgiyi sonsuz çoğaltma ve kullanma imkânları sunmasının kamusal alanın sınırlarını fazlaca genişleterek, kamusal ve özel arasındaki sınırın belirsizleşeceğini düşünmektedirler. Bireyler, kişisel bilgi üzerine odaklanarak, aydınlanmadan ya da bilgilenmeden daha çok bilgisizleşecektir. Böylece toplumda bilgili ve genel bilgisi olan arasındaki uçurum derinleşecek, bu da demokrasiyi olumsuz etkileyecektir.¹⁶⁷

Tarihsel süreç ve birbirinden farklı toplumsal formasyonlar içinde şekillenen kamusal alanı tartışmaya açmak bu çalışmanın sınırlarını aşacaktır. Bu nedenle amacımız, bu çalışmada medyanın kamuoyunu oluşturmada özgür bir aktör olduğunu savunan dördüncü kuvvet medya yaklaşımını ana hatlarıyla analiz ederek, geleneksel medya ile başlayan günümüzde de devam eden özgürlükçü perspektifin kuramsal temellerini önermektir. Diğer taraftan liberal çoğulcu medya teorisine alternatif bir perspektif içeren eleştirel yaklaşım medyayı kamusal alan içerisinden tartışmaktadır. Bu bölümde genel kabul gören bir temelden hareketle kamusal alanla ilgili farklı söylemlere yer vererek, kamusal alan dinamiklerinin yeni medyada oluşma süreci tartışılacaktır.

2.2.1. Liberal Çoğulcu Medya Kuramı ve Siyasal Katılma

Demokrasilerde bilgilenme genellikle bir hak olarak düşünülmektedir ancak aynı zamanda bir gereksinimdir. Kişiler toplumun bir parçası olarak hissedebilmek için bilgiye ihtiyaç duyar. Bu bilgi, nasıl tepki gösterileceğini, bir grup, kültür ya da alt kültür içindeki diğer bireylerle paylaşılan tepki etmenlerini belirlemek için gereklidir.¹⁶⁸ Geleneksel liberal yaklaşım, medyayı, haber verme işlevinin yanı sıra siyasal olaylar

¹⁶⁶ Peter Dahlgren, **Media and Political Engagement: Citizens, Communication, and Democracy**, New York, Cambridge University Press, 2009, s. 166-169.

¹⁶⁷ Orhan Gökçe, “Yeni Medya-Kamuoyu-Demokrasi”, **Hepimiz Globaliz, Hepimiz Yereliz: Gutenberg Galaksi’den Zuckerberg Galaksi’ye**, Haz: Edibe Sözen, İstanbul, Alfa Yayınları, 2012, s.47-49.

¹⁶⁸ John Fiske, **İletişim Çalışmalarına Giriş**, Çev: Süleyman İrvan, Ankara, Ark Yayınevi, 1996, s.53.

hakkında kamunun bilgilendirilmesi, kanaat oluşturma ve iktidardaki yöneticilerin gözetim altında tutulmasına yönelik, demokrasilerde yasama, yürütme ve yargıdan sonra dördüncü kuvvet olarak kabul eder. Dolayısıyla geleneksel liberal düşünce medyaya çok önemli bir güç atfetmektedir. Bu güç, hükümet ve siyasetçileri, halkın düşüncelerini anlama ve ona göre hareket etme konusunda zorlayarak, yurttaşlar adına informal gözetim ve denetim gerçekleştirmek olarak açıklanır. Toplumdaki farklı gruplar arasında bağımsız bir iletişim kanalı konumundaki medya, yurttaşlarını bilgilendirerek seçim zamanlarında bilinçli tercih yapmalarını sağlarken, yürütme gücünün kötüye kullanılması durumunda kamunun yanında yer almak durumundadır.¹⁶⁹ Ancak özgür ve bağımsız bir medya “kuvvet” olarak nitelenebilir, bu nedenle liberal çoğulcu yaklaşım, kitle iletişim araçlarının işleyişiyle ilgili, ifade ve basın özgürlüğü kavramlarının altını sık sık çizmektedir. Bu bağlamda medya çalışanlarının görevi, ulusal ve uluslararası arenada medyana gelen olaylar hakkında kamuyu nesnel ve tarafsız olarak bilgilendirmek ve doğru karar vermelerini sağlamaktır.¹⁷⁰

Dördüncü kuvvet tanımının dayandığı üç temel esas vardır. Birincisi ülkeyi yönetenler, nasıl bir toplumu yönettiklerinin bilgisini ancak çoğulcu bir medya üzerinden edinebilirler. Bu bilgiye sahip olmadıklarında toplumun ihtiyaçlarına cevap veremez ve demokratik yönetimler oluşturamazlar. İkincisi toplumun doğru karar verebilmesi ancak çoğulcu bir medyayla yani çoğulcu bir tartışmaya aracılık edecek bir medyayla mümkündür. Üçüncüsü demokrasilerde yasama, yürütme ve yargı gücü devlet-toplum ilişkisinin belirlendiği yerlerdir. Bu erkler denetim olmadığı takdirde devleti kayırabilirler. Dolayısıyla medya, bu üç gücü halk adına denetleyen bir kamu gözcüsü gibi hareket eder.¹⁷¹ Dördüncü güç kavramı basın için ilk olarak Lord Thomas

¹⁶⁹ Curran J. ve Seaton J.’den aktaran Metin Işık, “Medya ve Demokrasi Paradoksu:Medya Yoluyla Demokrasinin Tehdit Edilmesi”, **Selçuk İletişim**, C.3, No:4, 2005, s. 117.

¹⁷⁰ Aslı Özkaya, “Medya ve Körfez Savaşı, **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, C.52, No:1, 1997, s.567.

¹⁷¹ Alper Görmüş, “Devletin ‘Dördüncü’ Kuvvet’i...” (Çevrimiçi) <http://arsiv.taraf.com.tr/yazilar/alpergormus/devletin-dorduncu-kuvvet-i/19325/>, 25.12.2014.

Babington Macaulay tarafından 1828'de "Hallam's Constitutional History" adlı makalede kullanılmıştır. Medya dışındaki diğer üç güç her zaman toplumdaki siyasal gücün nasıl tanımlandığına ve tanımlamayı yapan gücün ideolojik anlayışına bağlı olmuştur. 17. Yüzyılda monarşiyi oluşturan krallar, aristokratlar ve halk tabakası bu güçleri oluştururken, kapitalist siyasal sistemle birlikte yasama, yürütme ve yargı gücüne dönüşmüşlerdir. Bu üç güç kapitalist demokrasinin bir gereğidir ve "dördüncü güç kavramıyla, basına, burjuva siyasal yapısının üç ana bölümü içinde kendi başına halkın gözü ve kulağı olan, doğruyu ve haklıyı temsil eden, siyasal gücü bir bakıma teftiş eden, gözetleyen bir nitelik vererek, toplumun üretim (mülkiyet) ilişkileri yapısı dışında, bu ilişkilerin belirleyiciliğinden bağımsız, ideal bir görevsellik verilir." Demokrasilerde medyanın gücü, demokratik bilgiyi anında veren ve dolayısıyla demokrasinin gelişmesini ve yaygınlaşmasını sağlamasında gösterilir.¹⁷²

Yirminci yüzyılda tüketici egemenliği çerçevesinde daha az iddialı terimlerle yeniden formüle edilen medyanın dördüncü kuvvet olduğu tezi, kitle iletişim araçlarının, halka istediklerini vermek zorunda olduğunu öne sürerek, kamunun görüşlerini ve değerlerini yansıtarak bir sözcü gibi hareket etmesini güvence altına alır. Ancak bu yaklaşım medya ve izleyici arasındaki ilişkinin dönüşüme uğradığını görmezden gelmektedir:

" 'Popüler' medya izleyicileri hem daha çoğalmış hem de siyasal ve toplumsal kompozisyon açısından daha karışık hale gelmiştir: İzleyiciler artık 'temsil edilebilecek' ortak inançlara ya da çıkarlara sahip değildir. Haber medyasındaki eğlence içeriğinin artması da medya tüketiminde bir güdü olarak siyasal destek arzusunu azaltmıştır."

Daha da önemlisi, oligopollerin pazardaki egemenliği medya çeşitliliğini ve kamusal denetimi azaltmıştır çünkü medya sayısındaki çokluk çoğunluğun temsili anlamına gelmeyebilir ve medya endüstrisindeki kapitalleşme beraberinde ekonomik güçlerin, diğer önemli güç odaklarına kolayca erişebildiği alanı da beraberinde

¹⁷² İrfan Erdoğan, "Dördüncü Gücün İlettiği: Amerikan Örneği" (Çevrimiçi) <http://irfanerdogan.com/makaleler1/dorduncu.htm>, 23.12.2014.

getirmektedir. Dolayısıyla bugün bilgi kaynağı ve tartışma forumu olarak kabul gören medya bu mülkiyet yapısıyla desteklenmektedir. Kanal sayısının çokluğu, kamusal konularla ilgili programların ideolojik çeşitliliğini artırmamaktadır. Kitle iletişim araçlarının demokratik rolü hakkındaki geleneksel savlar medyanın küçük tirajlı siyasal yayınlardan oluştuğu ve devletin toprak sahibi küçük bir seçkin sınıf tarafından denetlendiği bir dönemde yapıldığı için bugünün şartlarında geçerliliğini yitirmiştir.¹⁷³ Serbest pazar koşullarında izleyici sayısını artırmak için girişilen rekabet, siyasal bilgiyi standartlaşmış haber yapıları ve gelenekler içinde biçimlendirmekte ve medya kuruluşlarının toplumsal ve siyasal sorunlara ne kadar zaman ayırabileceklerini belirlemektedir. Medya çalışanları, bilgilenmiş bir yurttaşlığın ilerletilmesi gibi soyut algılanan ilkelerden hareket etmek yerine içinde buldukları sistemin yarattığı baskılar, gelenekler ve ilişkiler tarafından sınırlandırılmaktadır.¹⁷⁴ Dolayısıyla mülkiyet yapısındaki değişim, medya kuruluşlarının toplumdaki diğer güç odaklarıyla olan çıkar ilişkisi ve rekabet, kamusal olaylarla ilgili bilgiyi kısıtlama ya da belli içerikleri öne çıkarma gibi uygulamalar medyanın demokratik işleyişini engellemektedir. Medya çalışanları, özerklik yanılması içinde olsalar da, egemen kültürün normları içinde toplumsallaşmakta ve bu normları içselleştirmektedir. Medya, egemen grupların çıkarlarına uygun yorumsal çerçeveleri nakletmekte, medya izleyicileri de bunları reddetmeyi mümkün kılacak alternatif anlam sistemlerine ulaşmamaktadır.¹⁷⁵ Kitle iletişim araçları bilgilendirme, yurttaşlıkla ilgili konulara etkin katılıma destek olma ve siyasal tercihler için seçenekler arasında sunma yerine, içinde buldukları sistem nedeniyle kamunun çıkarlarına hizmet etme ve kamunun bilmesi gerekenleri sağlama çatışması arasında kalır. Siyasal iletişimcilerin sıradan insanların koşullarından ve bakış

¹⁷³ James Curran, “Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme”, **Medya Kültür Siyaset**, Haz: Süleyman İrvan, 3. Basım, Ankara, Pharmakon Yayınevi, 2014, s.135-160.

¹⁷⁴ Michael Gurevitch, Jay G. Blumler, “Siyasal İletişim Sistemleri ve Demokratik Değerler”, **Medya Kültür Siyaset**, Haz: Süleyman İrvan, 3. Basım, Ankara, Pharmakon Yayınevi, 2014, s.206-209.

¹⁷⁵ James Curran, “Kitle İletişimi Araştırmasında Yeni Revizyonizm: Bir Yeniden Değerlendirme Çabası”, **Medya İktidar İdeoloji**, Çev:Mehmet Küçük, Ankara, Ark Yayınları, 1999, s. 399.

açılardan uzak olması iletişimin katılımdan yoksun hiyerarşik bir şekilde gerçekleşmesine neden olur.¹⁷⁶

Curran, serbest pazarın özgür düşünceye dayalı bir demokrasi yaratarak bütün önemli görüş açılarının kamusal alanda yer almasını, farklı kaynaklardan elde edilen geniş bir bilgi alanı sağlamasının bazı yorumcular tarafından vurgulandığını belirtir. Bu şekilde medyanın bilgilendirici işlevi öne çıkartılmış olur. “Serbest pazar medyası yurttaşları değişik açılardan bilgilendirir, yönetenler ile yönetilenler ve toplumdaki farklı gruplar arasındaki iletişim kanallarını açık tutar; kamuoyunun oluşumunda tarafsız bir bölge görevi görür.” Ancak çağdaş medya sisteminde pazarın zayıflaması bireysel ifade özgürlüğünü kısıtlamakta, kamusal tartışmanın farklı kaynaklardan beslenmesini engellemektedir. Ayrıca haberin aktarılmasında sansasyona dönük pazar baskıları kamunun yeterince bilgilendirilmemesine neden olmaktadır. Medyanın bilgilendirme rolüne vurgu yapan geleneksel anlayış, modern siyasal yapıları göz ardı ederek birey üzerine odaklanır. Medya, bireyi devlete karşı korur, bireyi seçmen olarak bilgilendirir. Ancak bu sav, modern siyasal partilerin ve baskı gruplarının olumlu rollerini gözden kaçıran sanayi öncesi hükümet anlayışını çağırıştırır. Modern liberal demokrasinin inşa ettiği bloklar görmezden gelir. Medyanın bilgilendirme rolü de aslında bilgisel değildir, rakip çıkar gruplarının retoriğe dayalı iddiaları arasında karar verme anlamına gelir. Medya, yurttaşları doğru bilgilendiren ve karşıt düşünceleri bir araya getiren bir tartışma aracı olduğu görüntüsü verebilir. “Ancak bu tartışmayı ‘meşru’ mücadele alanları içinde sınırlandırarak ve toplumsal iktidar yapılarına muhalif olmayan sayıtlılar üzerinde temellendirerek, yapay bir toplumsal rıza biçimini inşa ediyor da olabilir.”¹⁷⁷

¹⁷⁶ Gurevitch, Blumler, **a.e.**, s. 193-196.

¹⁷⁷ Curran, **a.g.e.**, s. 160-168.

Son yıllarda medya şirketlerinin finans ve endüstriyel sermaye alanında faaliyet gösteren dev şirketlere bağlanması, eleştirel tutumlarını sınırladığı gibi kendi çıkarları için siyasal alanda birer baskı gücü oluşturmalarına neden olmuş bu nedenle kamuyu bilgilendirme, hükümeti denetleme ve kamunun sözcüsü olma gibi işlevlerini kaybetmiştir. Her ne kadar iktidarın kötüye kullanılması daha çok diktatörlükle yönetilen rejimlerde sık karşılaşılan bir durum olsa da, kanunların demokratik oylamayla yasalaştığı, hükümetlerin seçimlerle görev başına geldiği ve adaletin teorik olarak da olsa yürütmeden bağımsız bulunduğu demokratik ülkelerde bile iktidarın ciddi olarak kötüye kullanılmasının örnekleri vardır. Medya holdingleri, diğer güçlere dalkavukluk yapmaya iten büyümelerini sürdürme kaygısıyla, ne hukukun kötüye kullanıldığı durumları ihbar etmeyi, ne de siyasi sistemi geliştirmek üzere demokrasinin işleyişindeki bozuklukları düzeltmeyi önlerine bir yurttaşlık hedefi olarak koyarlar. Karşı güç olmayı istemedikleri için dördüncü kuvvet misyonlarını yerine getirmezler. Güçlerini, diğer siyasal ve ekonomik güçler lehine yurttaşları ezmek için kullanırlar. Bu nedenle dördüncü kuvvet medyadaki eksik bilgilendirmeleri ya da haber çarpıtmalarını açığa çıkaracak yurttaşlar tarafından oluşturulmuş beşinci kuvvet gereksinimi ortaya çıkmıştır.¹⁷⁸ Diğer taraftan internetin yeni bir dördüncü güç hatta ana akım medyayı da denetleyen beşinci bir güç olduğu görüşü giderek yaygınlık kazanmaktadır. Bilgi denetiminin zor olduğu, siyasetçilerin konuşup yurttaşların dinlediği iletişim sürecini herkesin fikrini paylaşmakta özgür olduğu, sınırsız ve hızlı bir bilgi ağı sağlamakta, bu da iktidarı daha şeffaf olmaya zorlamaktadır.

2.2.2. Kamusal Alana Kuramsal Bir Bakış

Modern dönemde kamusal alan tanımı ilk kez 1962 yılında Jürgen Habermas'ın “Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü: Burjuva Toplumunun Bir Kategorisi Üzerine Araştırmalar” (Strukturwandel der Öffentlichkeit) adlı kitabında ortaya atılmıştır. Almandada ‘Öffentlichkeit’ terimi, anlam bakımından İngilizcedeki karşılığı olan public

¹⁷⁸ Ignacio Ramonet, “Beşinci Kuvvet”, Çev:Yasemin İnceoğlu vd., **Varlık Dergisi**, Nisan, 2004, s.3-7.

sphere'i aşan bir zenginliğe sahiptir. İngilizce karşılığı gibi, mekânsal bir kavrama gönderme yapar, yani anlamların geliştirildiği, dağıtıldığı ve üzerinde tartışarak anlaşmaya varıldığı toplumsal alanlara ve aynı zamanda bu süreç tarafından ve bu süreç içinde oluşturulan kolektif gövdeye, 'kamu'ya işaret eder ancak aynı zamanda bunlara ek olarak Öffenlichkeit terimi tasavvur edilen bir muhteva ve kriter anlamına gelir, bu kriter de açıklıktır.¹⁷⁹

Her ne kadar modern dönemde kamusal alan tartışmaları Habermas'la birlikte başlatılsa da, kamusal alan düşüncesinin kökenleri siyaset felsefesinde özel alan ve politik alan ayrımını yapan Aristoteles'e kadar gider.¹⁸⁰ Aristoteles'e göre her yurttaş özel ve kamusal olmak üzere iki varoluş düzenine aittir ve siyaset, mahrem (özel) dünyamızın dışında yani kamusal alanda mevcuttur. Aristoteles'e göre insan siyasal bir hayvandır bu nedenle ancak siyasal bir toplum içerisinde kendini gerçekleştirerek özgürlük kazanabilir. Devlet yani siyasal toplum insanın yetersizliklerini ortadan kaldıran bir yapı olması nedeniyle, insanın en büyük gayesi de bu yapıyı yüceltmek olmalıdır.¹⁸¹

¹⁷⁹ Miriam Hansen, "Yirmi Yılın Ardından Negt ve Kluge'nin Kamusal Alan Tecrübe'si: Değişken Karışımlar ve Genişlemiş Alanlar", **Kamusal Alan**, Haz: Meral Özbek, İstanbul, Hil Yayınları, 2004, s. 141.

¹⁸⁰ Aristo'dan sonra gelen, Locke, Rousseau ve Hegel de alanlar arasında ayırım yaparlar, ancak onların alanlar arasında yaptıkları ayrımlar da özgürleştirici olmaktan ziyade dışlayıcıdır. Locke, varoluş biçimlerini, duygusallığın, aşkın, duygunun ve merhametin alanı olan özel alan, yani kadınların alanı; rasyonelliğin, sözleşmenin ve mübadelenin gerçekleştiği alan olan kamusal alan, yani hür erkeklerin alanı ve toplumun hizmetindeki polis, savcı ve askerlerin alanı olan siyasal alan olarak üçe ayırır. Rousseau ve Hegel ise ikili bir ayrıma giderler: kadınların, çocukların ve özürlülerin dünyası olan özel alan ve devletle özdeşleşmiş, devleti tanrısal bir aşk gibi yüreğinde hisseden ve bu sevdıyla kendinden geçen erkeklerin dünyası olan kamusal alan. Gönül Eda Özgül, "Bir Görme Biçimi Olarak Yeni Medya: Kamusal Bir Alan İmkânının Araştırılması" (Çevrimiçi) http://journal.yasar.edu.tr/wpcontent/uploads/2012/10/26_Sayi_8_makale_gonul_eda_ozgul.pdf, 12.07.2013.

¹⁸¹ Aristoteles, **Politika**, Çev: Mete Tuncay, İstanbul, Remzi Kitabevi, 2010, s.7-9.

Kamusal ve özel alan ayrımının oluşumunu, Antik Yunan'dan 19. Yüzyılın ikinci yarısına kadar takip eden Habermas, ideal bir kamusal alanın dinamiklerini ortaya koymuştur. Kuramcının idealize ettiği kamusal alan, 17. Yüzyılın sonlarında oluşmuş ve yaşanan toplumsal değişimlerle dönüşmüştür. Habermas, kamusal alanı, bireylerin ortak bir konu hakkında fikir alış verişi yaptıkları, konsensüse ulaşarak ortak bir kamuoyu oluşturdukları, hatta bu süreçte devlete karşı eleştiriler getirdikleri bir alan olarak tanımlar. Yurttaşların fikirlerini özgürce ifade ederek, devlet aktivitelerinin eleştirildiği kamusal alan, XVII. Yüzyıl'da Avrupa'da ortaya çıkmıştır. Habermas, burjuva kamusunun oluşumunu kapitalizmin gelişmesiyle birlikte modern devletin gelişimine, malların değişimi ile birlikte ekonominin özel alandan çıkıp özerk bir niteliğe kavuşmasıyla kurulan özel alanın varlığına bağlar. Ayrıca bu özel alan iletişimsel altyapının gelişmesiyle, kamusal hayatın iletişimsel eylemini kolaylaştırmıştır.¹⁸² Böylece eleştirel düşüncesinin gelişmesine zemin hazırlayan özerk bir alan oluşmuştur.

Habermas burjuva kamusal alanın ortaya çıkışını, süreli basının yükselişiyle ilişkilendirir. Avrupa'da on yedinci yüzyılın sonlarında ve on sekizinci yüzyılda görülmeye başlayan eleştirel dergiler ve ahlaki içerikli haftalıklar, kamusal tartışmada yeni bir forum oluşturarak, daha sosyal ve politik konularla ilgilenmeye başlamışlardır. Ayrıca bu dönemde tartışma mekanlarını oluşturan kahvehane ve salonlar, kamusal alanlar olarak işlev görmüşlerdir.¹⁸³ Habermas çalışmasına öncelikle kamusal kelimesinin gündelik dildeki kullanımını tartışmaya açmakla başlar. Kelimenin değişik tarihsel evrelerden kaynaklanan farklı anlamlarının, kavramı bulanıklaştırdığını belirtir. Herkese açık toplantıları ya da binaları kamusal olarak adlandırdığımızı ama kamusal kelimesinin binaların herkese açık oluşundan öte bir şeyi ifade ettiğini söyler. Bunlar devletin kurumlarını barındırırlar, devlet kamu erki olarak işlev gördüğü için de bunlar bizzat bu nitelikleri dolayısıyla kamusaldır.

¹⁸² Yükselbaba, **a.g.e.**, s.68

¹⁸³ John B. Thompson, **Medya ve Modernite**, Çev: Serdar Öztürk, İstanbul, Kırmızı Yayınları, 2008, s.113.

Diğer taraftan birisinin bir başkası tarafından kamu önünde kabulünden söz ediyorsak, burada da temsili nitelikli bir güç türetmiş oluruz. Kamuya mal olmuş bir ismi var dersek anlam yine değişir, kavram şöhretin sağladığı bir kamusalığa kayar. Halkın iletişimine hizmet eden kitle iletişim araçları da kamusal organlar arasında sayılmaktadır Kamusal, kapalı topluluklardan farklı olarak herkese açık anlamında kullanılmaktadır. Duruma göre, kimi kez devlet organları kimi kez de halkın iletişimine hizmet eden basın gibi medya unsurları “kamusal organlar” arasında sayılmaktadır.¹⁸⁴

Habermas’ın kamusal alanı olabildiğince çok sayıda insanın erişimine açık olan bir forumu gerekli kılar. Bu forumda farklı savlar ve görüşler, rasyonel bir tartışma içinde karşı karşıya gelirler. Kamusal alanın esas görevi hükümet politikalarını sistemli ve eleştirel bir biçimde denetlemektir.¹⁸⁵ Bu da bizi, bireylerin yurttaşlık pratiklerini gerçekleştirmek ve siyasal süreçlerin içinde etkin bir şekilde yer alabilmesi için devlet ve yurttaş arasında sürekli bir etkileşimi sağlayacak kamusal alanın mutlaklığına götürür. Kamusal alan sadece siyasal süreçleri değil, toplumun bütün dinamiklerindeki karar alma süreçlerini içeren bir yapı arz eder. Yurttaşların siyasal iktidarı gerek sözlü, gerek de eylemsel denetimi birincil esastır. Öyleyse toplumdaki kamusal alanın genişliği ve demokratik gelişmişlik arasında doğrusal bir bağlantı vardır. Diğer bir ifadeyle kamusal alan, “aynı fikri paylaşan, geniş bir alana yayılmış insanların bir tür tartışma mekanında birleştikleri, burada birbirleriyle fikir alışverişinde bulunabildikleri ve bu nihai ortak bir görüşe vardıkları” bir yerdir.¹⁸⁶

¹⁸⁴ Jürgen Habermas, **Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü**, Çev: Tanıl Bora, Mithat Sancar, İstanbul, İletişim Yayınları, 2012, s. 58,59.

¹⁸⁵ Hans Verstraeten, “Medya ve Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü”, **Medya Kültür Siyaset**, Haz: Süleyman İrvan, 3. Basım, Ankara, Pharmakon Yayınevi, 2014, s. 245,246.

¹⁸⁶ Charles Taylor, **Modern Toplumsal Tahayyüller**, Çev: Hamide Koyukan, İstanbul, Metis Yayınları, 2006, s. 90.

Burjuva kamusal alanı, ekonomik bağımsızlık ve beraberinde bireysel teşebbüs ve özel mülkiyetin güçlenmesine bağlı olarak oluşan bir sürecin içinde genişlemiş bir yapı arz ediyordu. Kültürel akıl üreten bu kamusal topluluk, yine aynı sürece bağlı olarak eleştiri işlevini kaybetmiş, yeni iktidar ilişkilerinin tahakkümü altında giderek daralmıştır. Habermas'a göre bu daralmada kitle iletişim araçlarının da etkisi büyüktür. Önceleri, kamusal toplulukla ilişkili özneliğin iyi temellendirilmiş mahremiyet alanından doğan edebi kamunun yerini bugün, kitle iletişim araçlarının tüketim kültürüne dayalı sözde kamusalılığı çekirdek ailenin iç dünyasına sızmaktadır.¹⁸⁷ Ticarileşen medyayla basın, kamusal alan misyonunu kaybetmiştir:

“Medyanın ticarileşmesi, medyada köklü değişikliklere yol açtı: Bir zamanlar rasyonel-eleştirel tartışmanın örnek bir forumu olan, sadece kültürel bir tüketim alanı olur ve burjuva kamusal alanı, imaj yaratımı ve kanaat yönetiminin sahte dünyasına dönüşür. Kamusal yaşam yarı feodal niteliğe bürünür. Gelişmiş yeni medya teknikleri, bir zamanlar kraliyet figürlerine ait prestijli ve haleli kamusal otoriteyi kurmak üzere işletilir. Bu ‘kamusal alanın yeniden feodalleşmesi’ politikayı, içinde lider ve partilerin zaman zaman depolitik nüfusun alkışlayıcı rızasını aradıkları yönetsel bir gösteriye dönüştürür. Halk, kamusal tartışma ve karar verme süreçlerinden dışlanır; siyasal liderlerin, medya teknikleri yardımıyla kendi siyasal programlarını meşrulaştırmak için yeterli rıza sağlayabilecekleri yönetsel bir kaynak olarak muamele görür.”¹⁸⁸

Habermas'ın kitle iletişim araçlarının kişileri tek tipleştirerek, kamusal alanın sonunu hazırladığı varsayımı, medya çalışmalarında izleyici odaklı araştırmaların önem kazanmasıyla pek çok eleştirisinin hedefi olmuştur.¹⁸⁹ Çağdaş kamusal alanların

¹⁸⁷ Habermas, **a.g.e.**, s.276-279.

¹⁸⁸ Thompson, **a.g.e.**, s.119.

¹⁸⁹ Örneğin Thompson kamusal alan kavramını açıklarken, bireylerin edilgenliğinin abartıldığını ve alınlama sürecinin çok fazla verili kabul edildiğini düşünmektedir. Bugün, bu tür yargılar bireylerin medya ürünlerine ulaşacakları, onları kullanacakları ve kendi yaşamlarına dahil edecekleri daha bağlamsal açıklamalarla yer değiştirmelidir. Kamusal alanı geçmiş çağlarla karşılaştırmak yerine bugün yeni enformasyon teknolojilerinin istila ettiği bir dünyada kamusal alanın ne anlama geldiği tartışmaya açılmalıdır. Yaşadığımız çağda insanlar aynı zaman ve mekanda karşılaşmaksızın onları gözlemlemekte ve etkileşim kurabilmektedir; **A.e.** s.119-121; Habermas'ın kamusal alan tanımında yurttaşlar, kamusal alanın basit tüketicileri olarak görüldüğünü belirten Verstreten ise kamusal alanın, yurttaşların üretici olarak katılabildiği sürece var olabileceğini belirtir. Kuramcının kamusal alan kavramını fazlasıyla

parçalanmış ama birbirleriyle bağlantılı bir niteliği olduğunu savunan John Keane günümüzde üç tür kamusal alanın varlığından bahseder. Bunların ilki, yerel mekanlar olarak da niteleyebileceğimiz mikro kamusal alanlardır. Buralarda yurttaşlar, ne yapılması, ne zaman ve nasıl yapılması konusunda fikir alış verişinde bulunurlar. Bunlar her ne kadar resmi kamusal yaşamın dışında kalan özel alanlar olarak görülüyorsa da, bu özelliklerinden dolayı çoğu zaman gizliliklerini korurlar ve güçlerini de bu gizlilikten alırlar. Bunların mevcut iktidar dağılımına karşı çıkmalarının etkili olmasının nedeni, sivil toplumun haber değeri taşımayan noktalarında engellenmeden faaliyet göstermeleridir. Orta kamusal alanlar ise çoğunlukla ulus devletinin sınırları içinde radyo dinleyen, televizyon izleyen, kitap ve gazete okuyan milyonlarca insandan oluşan iktidar için girilen mücadele alanlarıdır. Yani Keane burada medya aracılığıyla gelişen bir kamusal alandan bahsetmektedir ve bu alan siyasetle iç içedir. Medya şirketlerinin günümüzde yaşadıkları küreselleşme ve bununla birlikte bilgisayarlaşmış iletişim sistemlerinde yaşanan büyük gelişmelerin hayatımıza kattığı internet medyasıyla yüz milyonlarca insanın oluşturduğu makro kamular ortaya çıkmıştır.¹⁹⁰ Kısaca Keane yeni iletişim araçlarına ve her ne kadar ticari olsa da genel olarak bütün medyada, uzamsal sınırların aşılması, yeni kamuların oluştuğunu ve bunun da kişilerin yurttaşlık bilinçlerine katkıda bulunduğunu belirtmektedir.

19. yüzyılda sanayi kapitalizmiyle birlikte, insanların kamusal alandan çekilerek aile ve yakın çevrelerine geri dönmeleri sonucu kamusal yaşamın ve beraberinde kamusal insanın çöküşünü ele alan Sennet insanların etkin yurttaştan, seyretmekle

idealleştirilmiş olarak niteleyen yazar, özgürleşmiş yurttaşların kişisel çıkarlarını özel alanda bırakarak karşılıklı olaşmanın üstünlük kazandığı bir kamusal alanın ütopyik olduğunu belirtir. Kamusal alanın hegemonyacı bir savaş alanına benzeten Verstraeten, tek bir türdeş kamusal alan yerine bugün çeşitli kamusal alanların geliştirilebileceği forumların inşasına ihtiyacımız olduğunu düşünmektedir; Verstraeten, **a.g.e.**, s.248.

¹⁹⁰ John Keane, “Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümleri”, **Medya Kültür Siyaset**, Haz: Süleyman İrvan, 3. Basım, Ankara, Pharnakon Yayınevi, 2014, s.225-230.

yetinen pasif izleyicilere dönüşme sürecini on dokuzuncu yüzyılda kamusal alanın içine girdiği karmaşa ile değerlendirmektedir¹⁹¹:

“Kamusal yaşamın sona ermesinden söz etmek, öncelikle geçen yüzyılın kültüründeki bir çelişkiden kaynaklanan bir sonuçtan söz etmektir. Kamu içinde kişilik, terimlerdeki bir çelişkiydi; en sonunda da kişisel, kamusal terimini yok etti. Örneğin ister aktör ister politikacı olsun, aktif biçimde duygularını kamusal alanda sergileyebilen kişilerin özel ve üstün kişilikli olduklarını düşünmek mantıklı hale geldi. Bu kişiler karşılıklı iletişim kurmuyorlar, karşısına çıktıkları seyirciyi denetliyorlardı. Seyirci onları değerlendirme konusunda kendine duyduğu güveni giderek kaybetti; artık bir tanıktan çok birer izleyici haline geldiler. Böylece seyirci, kendine ilişkin olarak aktif bir güç, bir “kamu” olma anlayışını yitirdi... Kamusal yaşamın sonundan söz etmek, ikinci olarak, bir yadsımadan söz etmektir.”

Sennet kitlesel medyanın toplumda olup bitenler hakkında insanların bilgisini arttırırken, onların bu bilgiyi politik eyleme dönüştürmelerini sonsuza dek yasakladığını düşünmektedir¹⁹²:

“Elektronik iletişim kamusal yaşam fikrine son verilmesini sağlayan araçlardan biridir. Medya, toplumsal grupların birbirlerine ilişkin bilgi birikimlerini olağanüstü arttırırken, fiili bağ kurmayı gereksizleştirdi. Radyo, özellikle de televizyon mahrem araçlardır. Onları çoğunlukla evde izlersiniz. Barlardaki televizyonlar kuşkusuz, fonu oluşturan dekorlardır ve hep birlikte izleyen insanlar izledikleri hakkında doğallıkla konuşurlar. Fakat televizyon izlemede ve özellikle dikkatini televizyona vermede yaygın olan tarz televizyonu kendi başımıza ya da ailemizle izlememizdir. Çeşitlilik deneyimi ve toplumun mahrem halkadan belli bir uzaklığı olan bir bölgesinde yaşanan deneyim; “medya” kamusallığın bu iki ilkesini de çiğner.”

Devletin vasiliği altındaki etkinliklerin bir toplamı olarak kamusal artık sonlanmakta, yeni bir kamusal alan kavrayışıyla karşı karşıya kalmaktayız. Artık servetin gelişmesi ile demokrasinin gelişmesinin birbirinden ayırt edilemez hale geldiği bir üretim kavramı ortaya çıkmıştır.¹⁹³ Habermas hem liberal kamusal alanı idealleştirdiği, hem de liberal ve burjuva olmayan diğer kamusal alanları dışladığı için eleştirilir çünkü tek bir kamusal alan yerine birbirleriyle mücadele eden karşıt kamusal

¹⁹¹ Richard Sennett, **Kamusal İnsanın Çöküşü**, Çev: Serpil Durak, Abdullah Yılmaz, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1996, s. 326.

¹⁹² **A.e.**, s.352.

¹⁹³ Toni Negri, “Kamusal Alanın Yeniden Ele Geçirilmesi”, **Kamusal Alan**, Haz: Meral Özbek, İstanbul, Hil Yayınları, 2004, s.399.

alanlar bulunmaktadır. Örneğin, her ne kadar resmi kamusal alanda yer almasalar da 19. Yüzyılda Kuzey Amerikalı kadınlar kamusal siyasal alanda yer almaktaydı ancak Habermas, gayri resmi hükümet dışı oluşan alanları kendi kamusal alan kavramından dışlamıştır. Habermas'ın homojen bir kamusal alan teorisi geç kapitalist toplumlardaki demokratik sürecin oluşumunu anlayabilmek için yeterli değildir.¹⁹⁴

Her ne kadar pek çok açıdan eleştirilse de Habermas'ın burjuva kamusal alan söyleminin sosyal bilimlerde hegemonik bir üstünlüğü olduğu düşünülmektedir. Örneğin Negt ve Kluge'nin yaptığı "proleter karşıt kamusal alan" kavramlaştırılması gerektiği gibi değerlendirilememiştir. Negt ve Kluge Habermas'ın Marksist bir eleştirisini yaparak, proleter bir karşıt kamusal alanın ve onun burjuva kamusal alanıyla olan ilişkisine yoğunlaşırlar.¹⁹⁵ Burjuva kamusal alanı, yaşamın en temel iki alanını, endüstriyel aygıtın tümü ve ailedeki toplumsallaşmayı dışlamasına rağmen, toplumu bir bütün olarak temsil ettiğini iddia eder. Ancak bu kamusal alanın temeli tözsel yaşam çıkarlarına tam olarak oturmadığı için kapitalist üretimle müttefik olmaya mecbur kalır.¹⁹⁶

Habermas'a göre, burjuva kamusal alanının çelişkileri, bu alanın çöküşüyle birlikte ortaya çıkmıştır ancak Negt ve Kluge için ise bu alanın çelişkileri bir çöküşle birlikte ortaya çıkmaz, bu çelişkiler zaten kamusal alanın oluşumun içinde mevcuttur. Onlar için kamusal alan, farklı tipteki ekonomik, teknik ve politik kamusal alanlarının değişken bir karışımıdır. Çoklu ve eşitsiz katılımcılar arasındaki söylemsel çekişmenin alanıdır. Farklı kamusal alanlar arasındaki örtüşmeler ve konjektürler nedeniyle potansiyel olarak ön görülemeyen bir süreçtir. Soyut evrensellik idealleri yerine farklı maddi

¹⁹⁴ Nancy Fraser, "Rethinking The Public Sphere:A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy", **Social Text**, No:25/26, 1990, s. 56-60.

¹⁹⁵ Mustafa Kemal Coşkun, "Toplumsal Hareketler ve Proleter Kamusal Alan", **Ekonomik Yaklaşım Dergisi**, C.XVII., No:60, 2006, s.145.

¹⁹⁶ Oskar Negt, Alexander Kluge, "Kamusal Alan ve Tecrübe'ye Giriş," **Kamusal Alan**, Haz: Meral Özbek, İstanbul, Hil Yayınları, 2004, s.136.

yapılarda temellenen kamular arasındaki tercümeyle mümkün kılan kapsayıcı bir boyut içerir. Her ne kadar burjuva liberal kamusal alanının dışlayıcı mekanizmalarını keskin bir zekayla ayırt etseler de, Habermas'ın cinsiyet körlüğünü paylaşırlar. Kadın üretici gücünü, anne ve çocuk arasındaki ihtiyaca dayalı ilişkide temellendirerek kadının öznelliğini annelik ve aileyle sınırlarlar.¹⁹⁷

Yirminci yüzyılın ünlü siyaset bilimcilerinden Hannah Arendt, kamusal alanı, siyasal özgürlüğün ortaya çıktığı bir alan olarak niteler ve özgürlüğün, siyaseten temin edilmiş bir kamu alanı olmadan, kendisini görünür hale getirecek dünyevi bir mekândan yoksun kalacağını belirtir. Siyasal olanın ancak başka insanların bulunduğu kamusal bir alan içersinde kendisini göstereceğini düşünen Arendt bu anlamda siyasal alanla kamusal alanı birbirine eşitler.¹⁹⁸ Arendt, kamusal alan kavramını temellendirmek için kendisine Antik Yunan 'agora' ve 'hane'sini referans alır. Bu dönem kamusal ve özel alan arasındaki ayrımın en net şekilde ortaya çıktığı dönemdir. Özel alanı hane, kamusal alanı ise polis temsil etmektedir. Antik Yunan polisi, yurttaşlar ve yurttaş olmayanlar olarak ikili bir yapı içinde teşekkül etmiştir. Polis yurttaşları, tamamen özgür insan (erkek) olmaları ile yurttaş olma hakkına sahip olmuşlardır. Özgür olamayanlar yani köleler, kadınlar, zanaatkârlar ve yabancılar yurttaş sayılmazlar ve yurttaş olmadıkları için agoraya katılma ve konuşma hakları bulunmaz. Yurttaş çalışmak ya da herhangi bir iş yapmak zorunda değildir. O, köle sahibi olacak kadar zengindir ve köleler efendilerinin yerine çalışırlar. Dolayısıyla yurttaş, biyolojik ve ekonomik yükümlülükleri olmayan bir kişi olarak, tüm zamanını polisin daha iyi olabilmesine harcayabilecek durumdaki kişidir. Polis ile ilgili etkinlikler kamusal alanın en önemli konusudur. Kamusal alanın dışında kalan tüm etkinlikler ve kişiler özel alanda yer almaktadır. Kamusal alan ise özgür ve herkesin eşit olduğu bir alandır, çünkü ne

¹⁹⁷ Hansen, **a.g.e.**, s.161-163.

¹⁹⁸ Zafer Yılmaz, "**Hannah Arendt'te Özel Alan-Kamusal Alan Ayrımı ve Modern Çağda Toplumsal Alan**",Yayımlanmamış Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe Anabilim Dalı, 2007,s.10

yöneten ne de yönetilenlerdir. Özel alan ise haneye ilişkin olandır. Ekonomi, kadınlar, köleler hanenin alanındadır. Orta Çağda feodalite ile birlikte özel alan oldukça genişlemiştir. Bu, feodal beyin hanesini genişletmesi ile ortaya çıkar. Hanenin alanının genişlemesiyle birlikte, kamusal alanda gerileme başlar; feodal dönemde kamusal alan kaybolmaya yüz tutar. Bütün insani etkinlikler hanenin alanı içerisine konumlandırılır. Sonrasında ekonominin özel alandan kamusal alana taşınması ile birlikte kamusal alan değişime uğrar.¹⁹⁹

Sonuç olarak, kamusal alan, modern toplum kuramlarında toplumun karşılıklı etkileşimde ve eylemde bulunduğu ortak bir toplumsal alanı betimlemek üzere kullanılan bir kavramdır. Diğer bir ifadeyle özel alanın dışındaki her şey, kamusal alanın sınırları içinde değerlendirilmektedir. Geleneksel toplumun etrafındaki duvarlar bugün kitle iletişim araçları sayesinde yıkılmış ve büyük bir kamusal alanın içinde yeni kamusal alanlar ortaya çıkmıştır. Bugün gelinen noktada tartışılan konu özellikle internetle birlikte oluşan sanal kamusal alanın, kişilerin bilgilenme ve fikir alış veriş sürecine ne denli katkıda bulunarak, demokratik haklarını kullanarak, yurttaşlık pratiklerini ne ölçüde gerçekleştirebildiklerinin sorgulanmasıdır.

2.2.2.1. Sanal Kamusal Alanlar

Bireylerin doğru ve güvenilir bilgiye ulaşabilmeleri, medyanın toplumdaki farklı güç odaklarının güdümünden bağımsız olması ve yurttaşların, kitle iletişim araçlarının oluşturduğu bu yeni kamusal alanlara aktif katılımıyla mümkündür. Bugün medya örgütlerinin ticari bir nitelik kazanması, ifade özgürlüğünü kısıtlamakta, insanların seslerini duyurabilme kapasitesini sınırlamaktadır.²⁰⁰ Özellikle demokratikleşme sürecini atlatamamış ülkelerde, demokratikleşme sürecinin başarıya ulaşması için

¹⁹⁹ Abdülkadir Çetin, “**Kamusal Alan ve Kamusal Mekan Olarak ‘Sokak’**”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, 2006, s.13.

²⁰⁰ Thompson, **a.g.e.**, s.361.

bağımsız bilgi kaynaklarına ve sorunlar hakkında bilgilenmiş, sorunlar üzerinde özerk tartışma ve müzakereleri yürütebilen ve hükümetlerin politik gündemlerini etkileyebilen kamusal bir alana ihtiyaç duyulduğu vurgulanır. Alternatif bilgi kaynaklarına erişim açısından yeni medyanın sunduğu imkanlar da bilgilenme bağlamında ortaya çıkmaktadır. Bugün internet, hegemonik iktidar odaklarını aşan yapısıyla kamusal alana yeni bir iletişim forumu sunmaktadır.²⁰¹ Gerek Wikileaks Belgeleri, gerek Arap Baharı, Wallstreet eylemleri ya da Türkiye'deki Gezi Parkı direnişine ilişkin olarak özellikle sosyal medyanın muhalif kullanımının uzun süre medyanın gündeminde yer aldığı görülmektedir. Bu bağlamda internet ortamına taşınan bilgi paylaşımı neticesinde mekânsız ve kimliksiz karşılıklı fikir alışverişlerinin oluşturduğu sanal kamusal alanların, bilgi paylaşımı ve bilgilenmiş yurttaşların ne derece demokratik sürece aktif olarak katılmasını sağladığı araştırılması gereken bir konudur. Diğer taraftan bazı araştırmacılar, internetin, kişilerin entelektüel gelişimini baltaladığını düşünmektedir. Kişilerin yeni medyayı dünya hakkında bilgi sahibi olmak için değil, başkalarının hayatları hakkında bilgi sahibi olmak ve kamusaldan ziyade özel paylaşımlar yapmak için kullandıklarını belirtmektedirler.

Kamusal alan televizyon, gazete, telefon gibi belli iletişim araçlarıyla bağlantılı, iki veya daha çok insan arasındaki uzamsal bir ilişkidir.²⁰² İnternette önceki medya çalışmalarında kamusal alan kavramı, medyanın ekonomi-politik yapılanması özellikle kamu hizmeti yayıncılığının sorgulanması ve medyadaki toplumsal anlamların üretilmesi ve yeniden üretilmesi çerçevesinde gündeme gelmekteydi.²⁰³ Bugün geldiğimiz noktada ise yazılı ve görsel-işitsel medyanın etkisinde şekillenen kamusal alanın büyük ölçüde internetin hâkimiyetine girdiğini ve medya çalışmalarının da

²⁰¹ Gülgün Tosun, "Yeni İletişim Teknolojileri ve Sivil Toplum", **Bilgi İletişim Teknolojileri ve Yansımaları**, Haz: Beril Akıncı Vural, Ankara, Nobel Yayınları, 2006, s. 63.

²⁰² Keane, **a.g.e.**, s.225.

²⁰³ Beybin Kejanlıoğlu, "Medya Çalışmalarında Kamusal Alan Kavramı", **Kamusal Alan**, Haz: Meral Özbek, İstanbul, Hil Yayınları, 2004, s. 692.

internetin oluşturduğu yeni kamusalılıklara odaklandığını söyleyebiliriz. Medyanın gelişmesi geleneksel biraradalık kamusalılığında oldukça farklı olan dolaylı kamusalılık biçimlerine yol açmıştır. Bu yeni kamusalılığın temel özelliği, eylem veya olayların artık ortak bir mekanı paylaştırmayı gerektirmemesidir.²⁰⁴ Radyo ya da televizyon gibi tek yönlü bilgilendirici kitle iletişim araçlarıyla karşılaştırıldığında, kişilerin fikir ve düşüncelerini özgürce ifade edebilmesine ve bilgi alışverişine olanak sağlayan internet medyası, geleneksel medyadan daha çoğulcu ve demokratik kamuların oluşmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla internet aracılığıyla oluşan yeni kamusalılık biçimleri, kamusal alanın demokrasi ve kitle iletişim araçları bağlamında yeniden sorgulanması ve kavramlaştırılmasını gerektirmektedir. On sekizinci yüzyılda kitaplar aracılığıyla şekillenen kamusal alan, on dokuzuncu yüzyıla gelindiğinde nasıl basın aracılığıyla temsil edilmeye başladıysa, yirminci yüzyılda da yurttaşların görüşlerinin basın aracılığıyla temsilin yerini elektronik medya ile birlikte yayılım almıştır.²⁰⁵ Antik Yunan'da özgür yurttaşların ortak kullandığı polis alanına katılabilmenin başlıca koşulu bir aile reisi olarak özel hayat alanında özerk olabilmektir.²⁰⁶ Bugün ise internet sayesinde oluşan kamusal alanda sınıf, cinsiyet, ırk ya da kültür gözetilmeksizin herkes eşit bir şekilde fikirlerini dile getirebilir. Bu nedenle yeni iletişim teknolojileriyle bilgi kaynaklarındaki artışın, sansürün bulunmadığı etkileşimli bir iletişim ortamının demokratik katılıma dayalı yeni bir kamusal alan oluşturup oluşturamayacağı sorusu pek çok medya araştırmasının çıkış noktasını oluşturmaktadır.

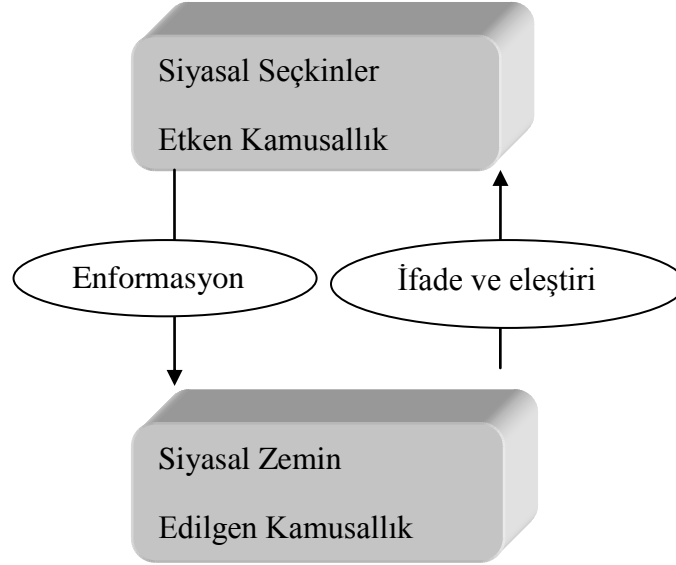
Cuilenburg demokrasinin işlevlerinin yerine getirilebilmesi bağlamında, medyanın toplum için önemine vurgu yaparken, kitle iletişim araçlarının hükümetlerle vatandaşlar, politikacılarla seçmenler arasındaki başlıca bağlantı olduğundan söz

²⁰⁴ Thompson, **a.g.e.**, s. 192.

²⁰⁵ Hubert, Caremier, **a.g.e.**, s. 65.

²⁰⁶ Habermas, **a.g.e.**, s.60.

etmektedir.²⁰⁷ Medyanın siyasal seçkinler ve siyasal zemin arasındaki aracı konumu Şekil 1’de görülmektedir:



Şekil 1. Siyasal Seçkinler ve Siyasal Zemin Arasındaki Medya

Siyasal partilerle vatandaşlar arasında bir aracı olarak işlev gören medya, demokrasilerde üç farklı işlevi yerine getirir. Bunların ilki enformasyon işlevidir: medya, vatandaşları siyasalar, siyasa önerileri ve siyasaları yürürlüğe koyma ile bunlara eşlik eden diğer konular hakkında bilgilendirir. İkinci olarak medya, hükümetleri ve siyasal partileri, halkın sorunları hakkında bilgilendirerek ifade işlevini yerine getirir. Bu işlev temel olarak enformasyonun toplumdan hükümete aktarılmasıyla ilgilidir ve demokrasinin siyasal “sınır”larını tanımlar. Medyanın üçüncü işlevi takındığı eleştirel tutumdur. Medya, özellikle siyasi analiz ve arka plan bilgisi verirken; hükümet politikalarını, hükümetin bunların oluşumu sırasında takındığı tavrı ve uygulama

²⁰⁷ Jan van Cuilenburg, “Medya ve Demokrasi”, **Televizyon Haberciliğinde Etik**, Haz: Bülent Çaplı, Hakan Tuncel, Ankara, Fersa, 2010, s. 104.

biçimlerini eleştirir. Ancak bugün geleneksel medyanın eşik bekçileri ya da kanaat önderleri gibi araçları işlevini yitirmeye başlamıştır. İnternet gerek yurttaş cephesinden bilgilenme ve katılmanın önündeki engelleri kaldırarak daha demokratik bir sürecin başlamasını, gerekse siyasetçiler açısından seçmenle doğrudan kurulacak aracısız bir iletişimi mümkün kılmaktadır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin kazandığı yeni biçimler, siyasete aktif olarak katılabilen ve sesini duyurabilen bilgili, sorumlu ve bilinçli yurttaş kimliğinin oluşmasını sağlayabilir. Bugün artık bireyler sadece siyasi sürece seçim dönemlerinde katılan ve temsil edildikleri zümre üzerinde hiçbir etkisi olmayan kişiler değildir. Dijital teknolojiler sayesinde kişiler yurttaşlık pratiklerini gerçekleştirmek için ihtiyaç duydukları bilgiye kolayca ulaşabilmekte ve elektronik referandumlar ve kamuoyu yoklamaları sayesinde görüşlerini dile getirebilmektedir. Bu şekilde siyaset, iktidarın güdümünden çıkarak, bütün vatandaşların aktif olarak yer aldığı, sorunları ve alına kararları tartışabildiği ve değerlendirebildiği bir sürece dönüşür.²⁰⁸ Bu bağlamda internetin, geleneksel iletişim araçlarıyla karşılaştırıldığında demokratik potansiyelleri şu başlıklar altında değerlendirilmektedir:

“Kolay erişim ve enformasyon erişiminde yeterlilik, internetin otoriteden bağımsız örgütlenmesi, ifade özgürlüğünün sınırsız ve içerik denetiminin güçlüğü, siyasal katılımın artması, sivil toplumun genişlemesi ve küreselleşmesi. İnternet özellikle politik bilginin de niceliğini arttırmıştır, böylece tek sesli geleneksel medyanın yer vermediği konuların tartışılmasını sağlamaktadır. Ancak yine de, enformasyon araçlarındaki artışın bilgilendirilmiş bir toplum ya da katılımcı yurttaşlık biçimi yaratacağına kesin gözüyle bakılamaz.”²⁰⁹

Bilgisayar teknolojisinin ordu, havayolu şirketleri ve bankalar gibi geniş yayılım ağı bulunan kurumları bir kenara koyarak, insanlara ne derece avantajlar sağladığını sorgulayan Postman, teknopolinin geliştiği ortamda bilgi ve insan arasındaki bağın

²⁰⁸ Hubert, Caremier, **a.g.e.**, s.24-32.

²⁰⁹ Timisi, **a.g.e.** s.192-208.

koparıldığını belirtir. Bilgi bireyleri, başka bilgiye yöneltmeden, yüksek hızda, gelişigüzel bir şekilde amaçla bağını koparmış bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Bu da bilgiyi insanların sorularını cevaplamaktan aciz bir atık haline getirmiştir. Postman ayrıca yeni medyayla birlikte insanların özel hayatlarına ilişkin bilgilerin, gücü elinde bulunduranlar tarafından daha kolayca erişilebilir hale geldiğinin altını çizer. İnsanlar bugün daha kolay izlenebilir ve kontrol edilebilir olmuşlardır. İnsanlar reklam amaçlı elektronik postaların istilasına uğrayarak, reklam şirketlerinin ve politik oluşumların kolay hedefleri olmaya başladılar. Bu nedenle insanlar aslında ihtiyaç duydukları hiçbir şeyi elde edememiştir.²¹⁰ Çünkü bireyler doğru bilgiden ziyade sadece bilgiye ulaşmakla kalmıştır.

Bugün artık politikanın büyük oranda görsel-işitsel medya ve internet gibi yeni iletişim teknolojileriyle müzakere edildiğini belirten Kellner da, internet ve demokrasi bağlamında iki karşıt görüşün varlığına değinir. Birinci yaklaşım, yeni iletişim teknolojileri ve demokrasi savunucuları, internetin ana akım medya ve politikadan dışlanmış grup ve bireylere, olağan politik tartışma spektrumunda yer almayan fikirleri yayma olanağı sağladığını ileri sürmektedir. Bu görüşe göre internet, kamunun erişimine açık bilgiyi zenginleştirerek, daha bilgili bir seçmen kitlesinin üretilmesine yardım ederek, politikadan dışlanan grupların kamusal alana katılım olanaklarını genişletmekte ve demokrasinin işleyişine katkıda bulunmaktadır. Teknopolitikaya ve elektronik demokrasiye karşı olanlar ise yeni bilgisayar teknolojisine erişimin herkese açık olmadığından hareketle, bunun, teknolojiye sahip olamayanların çıkarları pahasına sahip olanların çıkarlarını savunmak anlamına geldiğini ileri sürmektedir. Ayrıca yeni teknolojilerin siyasal bilgi ve tartışmanın yaygınlaşmasına katkıda bulunabileceğini ancak bu bilgi ve tartışmaların kendi başına politik bir içerik taşımadığı ve söz konusu bilginin, yaşadığımız bilgi bombardımanı çağında kitlelerin üzerinde kafa karıştırıcı ve

²¹⁰ Postman, Technopoly..., a.g.e., s.10-11.

boğucu bir etkisi de olabileceği belirtilmektedir. Kellner²¹¹ önce radyonun sonra da televizyonun politik tartışmanın biçimini köktenci bir şekilde değişime uğrattığını düşünmektedir. Radyo, kamusal figürlerin sesini evin mahremiyetine taşıyarak, televizyon da politik figür ve olayların görüntüsünü gündelik hayatın içine entegre ederek, imaja dayanan yeni politik biçimler oluşturmuştur. Bu nedenle görsel-ışitsel çağda politik imajlar önem kazanmıştır. Büyük medya holdinglerinin ve devletin, politik aday ve konuların belirlenmesinde aşırı güçlü bir rol oynamaya başlaması pek çok kişiyi medya çağında demokrasi krizi yaşandığını düşünmeye itmiştir. İnternet çağı ise yeni politik iletişim biçimlerini ortaya çıkarmıştır. Yeni kamusal alanlar ortaya çıktıkça, yeni politik aktörler öne çıkmakta, politika ve demokrasi bir dönüşüm geçirmektedir. Bu yeni çağ herkese, iletişim teknolojileri vasıtasıyla politik bir aktör olma olanağı yaşatarak yeni kamusal alanlara erişimi kolaylaştırmıştır.

Yeni medyanın, kamusal ifade için yurttaş katılımını nasıl desteklediğini araştıran kuramcılar, internetin depolama kapasitesi, etkileşimsellik, zaman-uzam sınırının ortadan kalkması, geleneksel medyanın eşik bekçisi mekanizmasının ortadan kalkması, katılım ve ifade için para ve zaman maliyetini azaltması gibi özelliklerinin yurttaşın kamusal ifadesi ve kamusal alana katılımdaki önemli rolüne dikkat çekerler.²¹²

Geleneksel kamusal alan ile yeni medyanın oluşturduğu kamusal alan arasındaki farklar aşağıdaki Tablo 1’de gösterilmeye çalışılmıştır:

²¹¹ Kellner, **a.g.e.**, s.715-718.

²¹² Mutlu Binark, Koray Löker, **Sivil Toplum Örgütleri için Bilişim Rehberi**, Ankara, Sivil Toplum Geliştirme Merkezi, 2011, s. 15.

Tablo 1. Geleneksel Kamusal Alan ve Yeni Kamusal Alan Arasındaki Farklar

| Geleneksel Kamusal Alan | Internet Odaklı Kamusal Alan | Kurumsal Gereklilikler | Katılma Açıklık | Toplumda Etkisi |
|-------------------------|---------------------------------|------------------------|-----------------|-----------------|
| Karşılaşma | Email, mesaj,vb. | Düşük | Yüksek | Düşük |
| Kamu Olayları | Tartışma Forumları,Bloglar, vb. | Orta | Orta | Orta |
| Kitle İletişim Araçları | Arama Motorları | Yüksek | Düşük | Yüksek |

Tablo 1'e göre geleneksel karşılaşmanın internet odaklı kamusal alanda karşılığı e-mail veya anında mesajlaşma gibi kişilerin sanal dünyada kurdukları birebir iletişimidir. Bu iletişimi devam ettirmek için gereklilikler düşük, katılımcının kendini duyurma olasılığı ve başkaları ile tartışmaya girilme olanağı yüksek ama daha geniş toplumsal tartışmalarda etkisi daha düşüktür. Tartışma forumları ve bloglar gibi araçlar internet kamu alanının ikinci kademesini oluşturmaktadır. Bu kademelerin sonuncusunda ise gazeteler gibi geleneksel kitle iletişim araçlarının karşılığı olarak arama motorları olan içerik toparlayıcı portallar sunulmuştur. Geleneksel kitle iletişim araçları ile yeni iletişim araçları karşılaştırılacak ise aynı seviyeden iki aracın karşılaştırılması yararlıdır. Arama motorlarına kadar gelen kamusal alan konularının toplumda etkisinin çok daha yüksek olması şaşırtıcı değildir.²¹³

Yeni medya, kullanıcılarına edilgen olmaktan ziyade, etken bir rol biçmektedir. Kullanıcılar, geleneksel medyanın gündemine almaktan kaçındığı konularla ilgili fikir alışverişinde bulunabilirler. Bu da yeni medyanın, ülkelerin demokratikleşme sürecinde etkili bir araç olarak değerlendirilmesine neden olmuştur. İnternet ve demokrasi ilişkisine vurgu yapan akademisyenler, internetin, ana akım medya ve politikadan dışlanmış yurttaşlara, politik tartışmaların kapsamında yer almayan fikirleri yayma ve

²¹³ Seçil Türkmen, "Sosyal Medyanın Politik Yaşama Etkisi: Arap Baharı Çerçevesinde Mısır ve Libya Örneği", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı, 2012, s.26.

muhalif gruplara kapalı tutulan tartışma ve diyaloglara katılma olanağı veren araçlar sunduğunu öne sürmektedir.²¹⁴ Bu bağlamda, Tunus'tan Suriye'ye onlarca yıllık iktidarları sarsan ve Batı medyasının Arap Baharı olarak nitelediği toplumsal muhalefet hareketlerinin gelişiminde yeni medyanın etkisi, internetin yeni bir kamusallık biçimi olduğunu göstermesi bakımından güzel bir örnek teşkil etmektedir. Pek çok akademik çalışmanın da çıkış noktasını oluşturan bu süreçte internet, siyasete ivme kazandıran işleviyle de ön plana çıkmıştır. Özellikle Facebook ve Twitter gibi sosyal paylaşım siteleri kitlelerin kısa süre içinde örgütlenmesini ve birlikte hareket etmesini sağlamıştır. Marie Möller, yaptığı araştırmasında özellikle diktatörlükle yönetilen rejimlerde internetin önemine değinmekte ve baskıcı rejimlerde insanların korktuğu için sokaklara çıkamadığına ve bu nedenle internetin bir protesto aracı olarak bu ülkelerde önemli bir rol edindiğine işaret etmektedir. İnsanlar, artık, durumun artık değişmesi gerektiğinin ve başka birçok ülkede büyük gösterilerin internet aracılığıyla organize edildiğinin farkındadır. Möller, kalabalık gruplarla belirli bir yere aynı saatte gidilirse, cezalandırılma riskinin çok daha az olmakla birlikte, internette yakalanma riskinin, sokağa çıkmaktan daha az olduğunu da vurgulamaktadır.²¹⁵ Dolayısıyla internet, kişilerin, egemen düzene, bireysel bir karşı çıkıştan ziyade, bir olma duygusunun daha yoğun hissedildiği ve ortak bir toplumsal gayeden doğan bir muhalefet sergilemelerini kolaylaştırmaktadır.

Evgency Morozov²¹⁶ ise karşıt bir görüş sunarak, yeni medyanın özellikle otoriter rejimler tarafından baskı aracı olarak kullanılabileninden bahseder. İnternet sadece insan hakları savunucuları ya da devrimcileri etkin kılmakla kalmamış, aynı

²¹⁴ Gizem N. Koçak, “Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının ve Motivasyonlarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalı, 2012, s.97.

²¹⁵ Andreas Noll, “Sosyal Medyanın Arap Baharı'ndaki Rolü” (Çevrimiçi) <http://www.dw.de/sosyal-medyan%C4%B1n-arap-bahar%C4%B1ndaki-rol%C3%BC/a-15175703>, 11.08.2013.

²¹⁶ Evgeny Morozov'dan aktaran Edibe Sözen, “Sosyal Medyanın Arkeolojisi”, **Hepimiz Globaliz, Hepimiz Yereliz: Gutenberg Galaksi'den Zuckerberg Galaksi'ye**, Haz: Edibe Sözen, İstanbul, Alfa Yayınları, 2012, s.43.

zamanda hatta daha da fazla, otoriter rejimlerin faaliyet alanlarını güçlendirmiştir. Ayrıca ona göre, Arap Baharı, tek başına yeni medya aracılığıyla gerçekleşen bir olay değildir. Kuşkusuz Facebook ve Twitter'ın süreçteki rolleri büyüktür ama tek başlarına belirleyici olmadıkları da açıktır. Çünkü devrimlerin yaşandığı ülkelerde internet kullanımı ve cep telefonu potansiyeli, protestoları başlatacak güçte değildir. Bu ülkelerin sembolik kamusal alanları olan kahvehaneler, cep telefonu mesajları ya da geleneksel medya devrimlerin yayılmasında çok daha etkin bir rol oynamıştır. Dolayısıyla hiçbir hükümet ya da devrim Twitter'la yıkılmış değildir. İnternet ve bilgilenme ekseninde yapılan çalışmalarda da, sosyal medyanın bilgi kaynaklarını çeşitlendirmesiyle sosyal hareketlerin oluşmasında etkili bir faktör olduğuna değinilmekte ancak bilgi kaynağının güvenilirliği konusunda internetin geleneksel medyanın önüne geçemediğine vurgu yapılmaktadır. Yeni medyanın politik katılımı destekleyeceği tezine vurgu yapanlar, eğer yazılı basın, temsilci demokrasinin oluşumundaki ana faktörlerden biriye, internetin de katılımcı hatta doğrudan demokrasinin etkenlerinden biri olarak kabul edilebileceğini savunmaktadır çünkü yeni medya bireylerin bilgilenme süreçlerini kolaylaştırarak ve birlikte hareket etmelerini sağlar.²¹⁷ İletişim ve bilgilendirme olmadan, demokrasiler tam manasıyla var olamazlar. Gelişmek isteyen demokrasiler halkın devlet işlerine katılımını sağlamak zorundadır. Bu katılımın sağlanması için de yurttaşların ihtiyaç duydukları bilgiyi edinmelerini ve problemlerini açıkça ifade edebilmeleri gerekir. Bunların gerçekleşebilmesi için de bilgi sağlama ve bilgi edinmeyi içine alan iletişim özgürlüğüne ihtiyaç vardır.²¹⁸ Liberal demokrat teoride, enformasyonun kamuya sunulmasında ve insanların kapasitelerini kullanarak bilgiye dayalı seçimlerini yapabilmeleri ve siyasa önerilerinin tartışılabileceği bir zemin yaratmada, kitle medyasına büyük bir önem atfedilmektedir. Bugün ise geleneksel medyanın ticarileştiği ve bundan dolayı çoğulculuğun zayıfladığı bir dönemde, demokrasi çoğunlukla medyayı elinde bulunduran büyük sermayenin istediği yönde işleyecektir. Ayrıca eğlence medyası, yurttaşlık erdemlerini

²¹⁷ Hubert, Caremier, **a.g.e.**, s.108-110.

²¹⁸ Vedat Demir, **Türkiye'de Medya Siyaset İlişkisi**, İstanbul, Beta Yayınları, 2007, s.17-28.

geliştirmekten ziyade, tüketici olarak sahip oldukları kapasiteye seslenmektedir.²¹⁹ Dolayısıyla çoğunluğun izleyici ya da tüketici olarak katıldığı azınlık tarafından yönlendirilen bir iletişim ortamının demokratik işlevinden bahsetmek bu noktada anlamsızdır.

İnternetin oluşturduğu yeni kamusal alan biçiminde ise birbirine paralel birçok kamusal alan aynı anda var olmaktadır. Geleneksel yaklaşım, kamusal alanı ulusal sınırlar içinde bir alan olarak tanımlamaktadır. Katılımcıların yaşı, statüsü, sınıfı ya da cinsiyeti gibi kategorileştirilmelerin olmadığı bu sanal kamusal alanının sınırları çok geniştir. İnternetin, yeni bir kamusal alan oluşturabilme potansiyeli üzerinde yapılan vurgu haklı gerekçelere dayanmaktadır. Öncelikle çok büyük sayıda insanların kamusal alana katılımı mümkün olabilmektedir. İkincisi ise bilgisayar sahibi insanlar istedikleri bilgiye ulaşabilmektedir. Bilgi artık imtiyazlı elitlerin elinde olmaktan çıkmıştır. Üçüncüsü, bu kamusal alanda ifade özgürlüğü vardır, insanlar, forumlar, sohbet odaları ya da siber salonlar gibi sanal ortamları kullanarak düşüncelerini özgürce açıklayabilmektedir. Dördüncüsü sanal alan katılım için herhangi bir engel yoktur ve bu alan hiyerarşik yapılanmaya izin vermez. Beşincisi bu alan yüz yüze yapılamayacak tartışmaların etkileşimli iletişim sayesinde gerçekleşmesini sağlar. Bunlara ek olarak tartışma konuları sınırlandırılmamıştır.²²⁰

Yeni medyanın etkilerini sosyo-kültürel bağlamda inceleyenler, internetin yaygınlaşmasının toplumda büyük bir dijital bölünmeye yol açacağını öngörmektedir. İnternette sınırlı yeterlilik ve ilgi, bunun yanı sıra gerekli donanıma sahip olabilmenin önündeki ekonomik engeller, uzun dönemde internet kullananlar ve kullanmayanlar olmak üzere iki sınıflı bir topluma doğru eğilimi hızlandıracaktır. İnternet kullanıcı gruplarıyla ilgili yapılan araştırmalar, internet kullananların büyük çoğunluğunun kitle iletişim araçlarından etkin bir şekilde yararlanırken, onlardan nasıl bağımsız

²¹⁹ Graham Murdock, “İletişim, Modernlik ve İnsan Bilimleri”, **Medya İktidar İdeoloji**, Çev: Mehmet Küçük, Ankara, Ark Yayınları, 1999, s. 442.

²²⁰ Yükselbaba, **a.g.e.**, s.113.

kalınabileceğini bilen iyi eğitilmiş bireylerden oluştuğunu göstermektedir. Bu kişiler siyasal konular hakkında bilgili ve siyaseti yakından takip eden bir zümreyi oluşturmaktadır. Siyasal ve sosyal bakımdan pasif, ekonomik olarak daha alt sınıfa mensup kişiler için ise internet hala yabancı bir dünyadır. Birinci grup yeni iletişim teknolojileriyle bilgilerini artırırken, ikinci grupla arasındaki uçurum daha da derinleşmektedir.²²¹

Yaşadığımız çağı ikinci medya çağı olarak adlandıran Mark Poster'a göre, bugün yüz yüze iletişimin hakim olduğu bir kamusal alan devri kapanmıştır. Bundan sonra ele alınması gereken demokrasinin bu yeni elektronik iletişim ortamında kazanacağı yeni biçimlerdir. Habermas'ın homojen, konuların tartışılarak somut çözümlere varılmak istenen kamusal alan modeli, elektronik iletişim çağında hükmünü kaybetmiştir. Bu nedenle interneti siyasi etki bağlamında değerlendirirken, Habermasçı kamusal alan kavramını bırakmamız gerektiğinin altını çizmektedir.²²²

İnternetin kamusal alanın normlarını karşılamaktan uzak olduğunu düşünen Yükselbaba öncelikle internetin kamusal alanın dünya çapında somutlaşmasında bir araç olarak görülmesinin gerekçelerini öne sürer. Bunlar arasında bilginin artık imtiyazlı elitlerin tekelinde olmaktan çıkarak, insanların her türlü bilgiye ulaşmalarının olanaklı hale gelmesi, büyük sayılarda insanların düşüncelerini internet üzerinden diğer insanlarla paylaşabilmesi, ifade özgürlüğü, tartışma konularının sınırsızlığı, hiyerarşik yapılanmanın olmaması öne çıkmaktadır. Yine de bütün bu olumlu yönlerine karşı internet rasyonel bir tartışma ortamı olarak işlev görmekten çok bilginin tüketildiği, gerçeklikten uzak hikayelerin aktarıldığı sanal bir ortama dönüşmüştür.²²³

²²¹ Thomas Meyer, **Medya Demokrasisi: Medya Siyaseti Nasıl Sömürgeleştirir**, Çev: Ahmet Fethi, İstanbul, İş Bankası Yayınları, 2004, s.134,135.

²²² Mark Poster, "CyberDemocracy: Internet and The Public Sphere", (Çevrimiçi) <http://www.hnet.uci.edu/mposter/writings/democ.html>, 13.03.2014.

²²³ Yükselbaba, **a.g.e.**, s.113.

Timisi de²²⁴ internetin teknik özellikleri bakımından yüz yüze iletişim biçimine en yakın iletişim ortamı olduğunu belirtirken, kamusal alanın merkezi olarak tanımlamanın güç olduğunu belirtmektedir:

“Bir kamusal alanın görünürlüğü, düşüncelerin özgürce ifade edilmesine ve karşıtlarının tartışılmasına izin verecek bir alan olmasıyla ilişkilidir. Bu alanda akılcı tartışma sonucunda oluşan kamuoyu aracılığıyla ortak bir çıkar üzerinde uzlaşa sağlanmaktadır. İnternet ortamı ideal anlamıyla böyle bir tartışma mekanı olma potansiyeli taşımaktadır. Ancak bu görünürlüğü engelleyen şey, kimliklerin görünmez oluşudur. Kimliklerin görünürlüğü Habermas’ın tartışmasında bireylerin yüz yüze birbirlerini tanımasından daha öte bir şeyi ifade etmektedir. Kimlikler, ifade edilen düşünceyle özdeştir. Kimliklerini açık ve net bir şekilde ortaya koyan özgür bireyler, düşüncelerini ortaya koymada ve savunmada, bunun sürekliliğini sağlamada açıktırlar. İnternet ortamında kimlikler seçilmiş ya da üretilmiştir. Ortak mekanda üretilen sözle, sözü üreten arasındaki bu belirsizlik internet kamusal mekanının, gerçek bir kamusal alan olmasını engellemektedir.”

Diğer taraftan, yapılan bazı araştırmalar, yeni medyanın demokrasinin işleyişine katkıda bulunmak bir yana, özellikle sağ ideolojiler ve toplumdaki farklı baskı gruplar tarafından cinsiyetçi, homofobik ve ırkçı ve yabancı düşmanı nefret söylemlerini yaymak için kullanıldığını göstermiştir. Türkiye’de de Yeni Medyada Nefret Söylemi Çalışma Grubu tarafından, 2010 yılında çevrimiçi haber sitelerinde okur yorumlarında üretilen nefret söylemi, Facebook’ta nefret söylemi temelli siyasal ve toplumsal örgütlenmeler ile video paylaşım ağlarında dolaşıma sokulan nefret klipleri ve müzikleri, çevrimiçi spor taraftar gruplarındaki nefret söylemi incelenmiş, internet ortamında yeni medyanın özelliklerinden dolayı hızla yayılan ve popüler kültüre dahil olarak doğallaşıp sıradanlaşan bu nefret söylemine karşı toplumsal ve siyasal mücadele yollarının geliştirilmesi önerilmiştir.²²⁵

Güçlü demokrasi savunucuları internetin teknik potansiyelinin antik Atina polisine özgü bir demokratik katılım versiyonunu diriltmek için kullanılabileceğini

²²⁴ Timisi, **a.g.e.**, s.25-26.

²²⁵ Binark, Löker, **a.g.e.**, s.15.

düşünmektedir. Onlara göre internet, geleneksel medyanın hiyerarşik bir kişiden birçok kişiye iletişim yapısını, birçok kişiden bir çok kişiye modeline dönüştürerek, kamusal alanı, tüm yurttaşlara açık, bir meclis demokrasisi idealine yaklaştırabilir çünkü internet, siyasal iletişim forumlarına katılanlara sınırsız, esnek, geleneksel sosyal sınıf ve fiziksel mekan sınırlarından kurtulmuş etkileşim olanakları sunar. Uzmanlar kamusal alanın bu yeni yapısal dönüşümüyle klasik temsili demokrasi ve parti demokrasisi gibi kurumların etkisini kaybederken, yeni bir demokrasi biçiminin başladığını öngörmektedir. İnternet ağının siyasal bilgiyi yaymayı, siyasal katılımı birleştirmesi ve tüm yurttaşlara kendilerini en çok ilgilendiren konularda söz sahibi olabilme imkanını sağlaması bu savı desteklemektedir.²²⁶ İnternet ya da yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı yeni iletişim biçimleri, reklamcılar ve ticarileşmenin yayılmasında çok önemli bir mecra haline gelmiştir. Bugün sektörde çalışan pek çok yönetici, internetin, reklamcılık alanında var olan en büyük medya alanı olacağını belirtmektedir. Demokratik toplum biçimi, bireylerin ulusal ve toplumsal eylemlere aktif katılımını gerektirir. Demokratik bir yönetim yönetilenlerin rızasını alarak yönetir. Yönetilenlerin bilgiye dayalı bir rıza göstermeleri için öncelikle bilgilenmeleri sağlanmalıdır. Bugünün kamusal alanı ise hemen hemen hepsi karını arttırmaya dayalı kapitalist buyruğa boyun eğen kitle medyasının egemenliği altındadır.²²⁷

Antik Yunan'da özgür yurttaşların ortak kullandığı (koine) polis alanı, evin, ailenin ve çalışma hayatının bulunduğu yer olan özel alandan (oikos) kesin olarak ayrılmıştır. Poliste toplumsal sorunlar dile getirilmekte, müzakere yoluyla şekillenmekte ve eşitler arasındaki çatışmada en iyi olan ortaya çıkmaktadır. Kamusal hayata katılabilmenin başlıca koşulu, bir aile reisi olarak özel hayat alanında özerk olmaktır.²²⁸

²²⁶ Meyer, **a.g.e.**, s.133,134.

²²⁷ Filiz Aydoğan, "İkinci Medya Çağında Gözetim ile Kamusal Alan Pradoksunda İnternet", **İkinci Medya Çağında İnternet**, Haz: Filiz Aydoğan , Ayşen Akyüz, İstanbul, Alfa Yayınları, 2010, s.13.

²²⁸ Habermas, **a.g.e.**, s. 60.

İnternet ise herkesin katılımına açık olan yeni bir kamusal alan yaratmıştır. Bireyleri iletişim sürecine aktif olarak katan ve bilgilenme sürecinde yeni kapılar açan bu iletişim ağı, yurttaşlık pratiklerinin yerine getirilmesi ve demokratik sürecin işlerliğini kazanmasında büyük bir potansiyel taşımaktadır.

2.3. Siyasal Bilgilenme ve Katılma Açısından Yeni Medya ve Geleneksel Kitle İletişim Araçlarının Karşılaştırılması

Teknolojik bilgi devrimi yeni fırsatlar ve yeni gerçekler yaratmakla birlikte, insanların bilgiye erişmesindeki ve farklı düşünce paylaşımının önündeki engelleri hemen hemen kaldırmıştır. Konuya tarihsel bir perspektiften bakılırsa, yeni teknolojilerin, önemli politik, toplumsal ve ekonomik dönüşümlere sebep olduğu söylenebilir. Yazılı basının Protestan Reformunun başarıya ulaşmasındaki katkısı pek çokları tarafından kabul edilmektedir. Örneğin Mısır'ın Devlet Başkanı Cemal Abdül Nasır'ın radyonun olanaklarından çok güzel bir şekilde faydalanması, Mısır'daki ve Arap Dünyası'ndaki popülerliğini güçlendirmiş ve tüm bölgede Japon menşeli transistörlü radyolar için adeta bir pazar açmıştır. Yeni iletişim teknolojileri ise kitle iletişiminin etki alanını daha da genişletmiştir. Bazı araştırmacılar, yeni iletişim teknolojileriyle ortaya çıkan bu iklimin, toplumun demokratikleşmesine katkıda bulunduğunu düşünmektedirler. Örneğin 1970'li yıllarda İran devrimcileri topluma mesajlarını iletmek için kaset bantlarından faydalanırken, 1991 senesinde Rusya'daki darbe karşıtları politik destek sağlamak için faks kullanmışlardır.

Endonezya'daki Suharto hükümetini devirmek için öğrenciler ve hükümet karşıtı diğer protestocular elektronik posta yoluyla iletişim kurmuşlardır. Yine benzer bir biçimde Kürdistan İşçi Partisi (PKK) Lideri Abdullah Öcalan'ın yakalanmasının haberlere yansımından saatler sonra yirmi iki farklı Avrupa şehrinde protestoların düzenlenmesinde, elektronik posta ve faksın önemli bir rolü vardır.²²⁹ İnsanların siyasal

²²⁹ Edmund Ghareeb, "New Media and The Information Revolution in The Arab World", **The Middle East Journal**, C. 54, No: 3, s.396.

bilgilenme biçimlerindeki bu köklü değişiklik, iletişime geçme ve eylemde bulunma gibi siyasal katılma davranışlarının ortaya çıkmasına zemin oluşturmaktadır.

Medyanın birinci ve en önemli misyonu halkı doğru bilgilendirmektir. İnternetle birlikte, bilgiye erişebilirlik ve bilginin yayılımı geleneksel medyada olmadığı kadar hızlı bir sürece girerek, bilginin niteliğini ve hacmini de genişletmiştir. Burada yeni medyanın merkezi olmayan yapısı büyük önem arz etmektedir. Geleneksel medyanın, bilgiyi kendi politikaları çerçevesinde kurgulayıp sunması, yeni medyada yerini, bilgiyi kullanan kişiye bırakmıştır. Başka bir deyişle, yeni medya, sınırlı çabalar ve sınırlı imkanlar çerçevesinde, bireylere, geniş bir kitleye ve geniş bir kaynağa erişebilirlik imkanı tanımıştır.²³⁰ Geleneksel medyaya yansı(tıl)mayan farklı görüşler ve fikirler internet medyasında yer alabilmektedir. Yeni medya, bilgi aktarımını ve dağıtılmasını geleneksel medyaya göre daha hızlı ve aktif bir süreç içinde işleyebilmesinin yanında, bilginin saklanması ve daha sonraki zamanlarda kolayca ulaşımı bağlamında geleneksel medyaya üstünlük sağlamaktadır. Wiki, blog, podcast gibi uygulamalar, geleneksel iletişim araçlarıyla kıyaslandığında güncel olaylara ve gelişmelere çok daha hızlı bir şekilde tepki verebilmektedir. Bir olay meydana geldiğinde, anında bir blog ya da wiki sitesinde yayınlanabilmekte, kişiler siyasal bilgiye istedikleri zaman ve yerde erişerek, farklı seçenekler arasından derinlemesine analiz yapabilmektedir. Ancak söz konusu geleneksel medya olduğunda, bir haber servisi, olayı denetlemek ve yayınlamadan önce yazı işleri sürecinden geçirmek zorundadır. Wikipedia’da yazılanlar, yeni bir bilgi elde edildikten sadece birkaç dakika sonra güncellenebilmektedir. Klasik bir ansiklopedi ise bu tür güncel bilgileri dahil edebilmek için en az bir yıl süren yazı işleri süreci geçirmek zorundadır. Web’deki topluluğa dayalı çoğu hizmet, geleneksel yayın sürecinin sırasını tersine çevirmektedir. Geleneksel yayıncılıkta, editörlerden oluşan bir kurul, her gün üretilen pek çok bilgi içerisinden bir grup hikaye seçmektedir ve haberlerin sayısı genellikle gazetenin hacmine, televizyon ya da radyo programının süresine bağlı olarak

²³⁰ Gökçe, a.g.e., s. 48.

belirlenmektedir. Bunun aksine, topluluğa dayalı haber sağlayıcıları, her haber parçasını erişilebilir kılabilmektedir. Tüm bu yeni medya türleri, geleneksel medya için uygun olmayan alternatif bakış açılarının ve görüşlerin sunulabilmesini olanaklı hale getirmektedir. Ayrıca, filtreleme teknikleriyle kişilere sadece ilgilendiği konulardaki haberler ulaştırılabilmektedir.²³¹

Geleneksel medya, birden birçoğa (many to many) modelinde işleyen internetin aksine birden birçoğa (one to many) modelindedir. Bu modelde, gazete, televizyon gibi bir iletişim aracının sahibi kurum bünyesinde bir süzgeçten geçirildikten sonra üretilen enformasyon çok sayıda kişiye ulaştırılır. Böyle bir iletişim süreci kişilere tek boyutlu bilgi sağlamaktadır. Burada üretilen enformasyona karşı toplum içinde ortaya çıkan tepki, çoğunlukla alınmaz ya da gecikmeli alınır. İnternet ise televizyon, radyo ve gazete gibi diğer kitle iletişim araçlarının üstünlüklerini bir araya toplayarak daha güçlü bir enformasyon sunumu gerçekleştirmektedir. İnternet medyasına baktığımızda, buradaki iletişim aracının bir sahibi olmadığını, dolayısıyla geleneksel medyadaki süzgeçlerin devre dışı kaldığını görürüz. Üretilen enformasyon doğrudan diğer insanların yararına sunulmaktadır.²³² Yani geleneksel kitle iletişim araçlarının görsel-işitsel bileşenlerini, telefon ve elektronik postanın etkileşim ve hız nitelikleriyle aynı araçta birleştiren internet, siyasal bilgi ve siyasal sürece aktif bağlantı sağlama konusunda, yurttaşlara yeni bir mecra sağlamıştır. İnternet, televizyon ya da gazete gibi sadece siyasi partilerin seçmenlere ulaşmasını ve toplumda düşünce ve fikirlerin yayılmasını sağlamakla kalmaz, yurttaşları da siyasal iletişim sürecine aktif olarak katarak, onların siyasi parti adaylarına ya da liderlerine ulaşmasını kolaylaştırır. Yani bir anlamda siyasal iletişim, yeni medyayla birlikte siyasal etkileşime dönüşmüştür.

²³¹ Kolbitsch, Maurer, **a.g.e.**, s.198-206.

²³² Hamza Çakır, Hakan Topçu, “Bir İletişim Dili Olarak İnternet”, **Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, No: 19, 2005, s.76.

Yeni medyanın en önemli özelliği olarak ortaya çıkan ve araştırmaların yoğunlaştığı alan etkileşim olmuştur. İnternet ortamına giren kişilerin kullanıcı olarak nitelenmesinin temelinde de etkileşim olgusu yatmaktadır. Bu noktada diğer kitle iletişim araçlarıyla bir karşılaştırma yapmak yerinde olur. Örneğin radyo dinleyen kişilere sadece dinleyici denir çünkü radyo sadece kulağa hitap eder. Televizyonda ise kişi izleyici konumuna yükselir çünkü işitselliğin yanına görsellik unsuru da eklenmiştir. İnternet ortamında ise işitsellik ve görsellik özelliklerinin yanına kullanım unsuru da eklenir. Kişilerin, internetteki iletişim ortamındaki iletilere ulaşabilmesi için bu ortamı yönlendirmesi gerekmektedir.²³³ Geleneksel medyanın tek yönlü olduğu varsayımından hareket eden araştırmacılar, yeni medyanın en çok da bu, kaynağın alıcı, alıcının da kaynak olabilmesi özelliği üzerinde durmuşlardır. Radyo yayıncılığının reklam verenler tarafından kazançlı bir mecra olduğu keşfedilmeden önce evlerde kurulan her radyo istasyonunun, hem alıcı hem de verici olma niteliğiyle etkileşimli bir ortam özelliğine sahip olduğunu belirten Geray ise, yeni medya ve etkileşim ilişkisini bu bağlamda irdeleyerek, geleneksel kitle iletişim araçlarının, tek yönlü olduğunu varsayan araştırmaların, etkileşim kavramını çok daralttığını belirtmektedir. Ona göre, geleneksel medyanın da geri besleme kanalları aracılığıyla, etkileşime açık kapı bıraktıklarını kabul etmek gerekir. Gazetelerin satış rakamları, televizyon izlenme oranları, izleyici ya da okuyucu temsilcisi aracılığıyla kurulan iletişim biçimlerinin hepsi etkileşim sürecinin bir parçasıdır. Bu anlamda yeni medyanın öne çıkan özelliği alıcı ve verici arasındaki kanalda etkileşime olanak veren bir kanal ayırmasıdır. Bu özellik geleneksel medyada bulunmamaktadır. Örneğin geleneksel bir radyo yayını düşünüldüğünde dinleyici katılımın gerçekleşmesi için telefon gibi başka bir kanala gereksinim vardır. Bu anlamda Geray etkileşimi, iletişim sürecine katılmış teknik düzenlemeler aracılığıyla alıcının, verici olabilmesi ya da kaynağın mesaj üzerindeki

²³³ Volkan T. Yüzer, “Bir İletişim Ortamı Olarak İnternet”, **Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, C.2, No: 4, 2003, s.118.

kontrolünü arttırabilmesi olarak kavramsallaştırır.²³⁴ Ancak söz konusu siyasal katılma olduğunda internet, geleneksel medyanın sunamadığı sıradan yurttaşların fikir alışverişinde bulunabildiği, herhangi bir sansüre uğramadan düşüncelerini rahatça ifade edebildiği bir mecra da sunmaktadır. Söz konusu diğer kitle iletişim araçları olduğunda ise bu eylemler, siyasetçiler ya da uzmanlar gibi bir grup azınlık tarafından gerçekleştirildiği ve kitlelerin pasif bir şekilde izlediği tek yönlü bir iletişime dönmektedir.

Günümüzde özellikle gençler, siyasal gündemi internetten takip etmekte, sosyal medya platformlarında çeşitli siyasal paylaşımlarda bulunarak daha aktif bir siyasal bilgilenme süreci içinde yer almaktadır. Bu nedenle internetin, gençlerin siyasete olan ilgisini ve dolayısıyla katılımını arttıracığı düşünülmektedir çünkü siyasal bilgilenmenin katılımı da arttıracığı ve gençlerin ülke sorunlarına karşı daha duyarlı olacağı düşünülmektedir. Yapılan araştırmalar geçmiş yıllarda özellikle seçim dönemlerinde yurttaşların tek bilgi kaynağı olan gazete ve televizyon gibi yaygın kitle iletişim araçlarının bugün bu misyonlarını daha çok internete bıraktığını göstermektedir ancak internetin, diğer kitle iletişim araçlarının aksine denetlenemiyor olması, özellikle siyasal bilgi konusunda insanların geleneksel medyaya yönelmesine sebep olmaktadır. Ama bazıları, bu denetimsizliğin sansür ya da manipülasyon gibi bilginin önündeki engelleri kaldırdığını düşünerek, yeni medyanın daha güvenilir bir ortam sunduğunu düşünülmektedir. Diğer yandan yurttaşlar, özellikle seçim dönemlerinde web sitelerine göre daha aktif rol almaya başlayan bloglar sayesinde de bilgilenme ihtiyacını karşılamaya başlamışlardır. Bloglar sürekli güncellendikleri için bilgi sağlamaya en uygun mecralardan biridir. İnsanlar bloglarda düşüncelerini paylaşabilmekte, diğer kullanıcılarla bunlar üzerine tartışabilmekte ve yeni fikirler ortaya koyabilmektedir. İletişime bu kadar açık bir mecraı, seçmen kitlesine doğrudan ulaşmak isteyen her aday kullanmak istemektedir. Örneğin 2008 ABD seçimleri, milyonlarca seçmenin

²³⁴ Haluk Geray, **İletişim ve Teknoloji: Uluslar arası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları**, Ankara, Ütopya Yayınevi, 2002, s.18.

Obama ve McCain'in bloglarına girerek düşüncelerini paylaşımlarıyla gerçekleştirmişlerdir.²³⁵ Yeni medyadaki Bloglar ve Wikinews gibi wiki hizmetleri, geleneksel haber ve yorum sağlayan kişi ve araçlara alternatif bir mecra haline gelmişlerdir. İnternetteki her kullanıcı, yeni bloglar oluşturabilmekte ve wikilerdeki içerikleri düzenleyebilmektedir. Bugün, ulusal ve uluslar arası kamuoyunu etkileyen olayları televizyon izleyicilerinden ya da gazete okuyucularından önce ilk öğrenen internet kullanıcıları olmaktadır. Bununla birlikte yeni medyanın getirdiği en önemli değişikliğin, kamunun elde edebildiği bilgi miktarındaki önemli artışın yaşanmasıdır diyebiliriz. Yeni medya, toplumun bilgi ve enformasyon sağlaması için yeni araçlar yaratmıştır.²³⁶ Bu bağlamda internet, tek taraflı bilgi akışına imkan veren geleneksel medyaya göre kullanıcının belirlediği bilgi alışverişini mümkün kılarak bilgi ve iletişim ilişkisini radikal bir dönüşüme uğratmıştır.

Bazı araştırmacılar internetin yeni bir kamusal alan oluşturduğu ve demokrasiyi güçlendirdiği tezini savunurken, diğerleri yeni medyanın aslında bireyleri, bir bilgi bombardımanı altında bırakarak, sanal ortamda oluşan forumların ya da tartışma gruplarının, kişilerin gerçek yaşamla olan etkileşimlerini yok ederek, aslında eylemsizliğe sürüklediğini düşünmektedir. Yeni iletişim teknolojilerine iyimser yaklaşan kuramcılar, interneti kişinin aracı kontrol ettiği ve iletilere ulaşabilmek için kullanıcılar tarafından aktif olarak yönlendirilen bir iletişim süreci olarak değerlendirerek, yeni medyayı sözlü kültüre yakın bulmaktadır. Çünkü diğer kitle iletişim araçlarının aksine, dinleyici ya da izleyici kavramının yerine internetle birlikte kullanıcıların aldığı ve demokrasi için sözlü kültürün önemine değinen Harold Innis gibi, egemen sınıfların kontrolündeki konvansiyonel medyanın yarattığı bilgi tekelinin

²³⁵ Beril Akıncı Vural, Mikail Bat, "Siyasal Seçim Kampanyalarında Yeni İletişim Teknolojileri ve Blog Kullanımı: 2008 Amerikan Başkanlık Seçimlerine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Analiz", (Çevrimiçi) <http://journal.yasar.edu.tr/wp-content/uploads/2012/08/12-AKINCI-TAT.pdf>, 21.05.2014.

²³⁶ Osman Ürper, "Reklam Prodüksiyonlarında CGI (Computer Generated Imagery) Kullanımı: BilgisayarAracılığıyla Simüle Edilmiş Görüntülerin Gerçekliği," **İkinci Medya Çağında İnternet**, Haz:Filiz Aydoğan, Ayşen Akyüz, İstanbul, Alfa Yayınları, 2010, s. 236.

bugün herkesin üretimine ve kullanımına açık olan yeni medyayla kırıldığını düşünmektedirler.

Geleneksel medya olarak tanımlanan televizyon, radyo gibi çizgisel, tek taraflı bir iletişim süreci sunan kitle iletişim araçlarının küçük bir azınlık tarafından kontrol edildiğini belirten Timisi de, eski teknolojilerin birkaç azınlığın iletişim kurmasına izin verirken, çoğunluğun beklenti ve isteklerinin azınlıklar tarafından belirlendiğini belirtmektedir. Yeni iletişim teknolojileri ise çoğunluğun, kendi istediği enformasyona ulaşmasına izin vermektedir çünkü üretici merkezli geleneksel medyanın aksine yeni medya kullanıcı merkezlidir.²³⁷ Yeni medya, sosyal statü gibi belli başlı bazı nitelikleri haiz olan bir grup azınlığın aktif olarak yer aldığı gösteri dünyasını, kitle olarak adlandırılan bir topluluğun ise sadece pasif izleyiciler olarak katıldığı bir iletişim sürecini, özellikle akıllı cep telefonları gibi, tekniğin sosyalleştirilmesiyle bireylere her an internette aktif olma fırsatı sunarak, insanlara, özne olarak geçerliliklerini ve kabul edilebilirliklerini dünyaya ve karşıt ötekilere gösterebilmeye olanağı tanımaktadır.²³⁸ Yeni medyanın oluşturduğu özgürlük ortamında birey, geleneksel medyada yapamadığının aksine seçme hakkına kavuşmuştur. 1980 sonrası dönemde liberal devlet anlayışının egemenlik kazanması, devlet ve yayıncılık arasındaki ilişkiyi de değiştirerek, rekabete dayalı özel ticari yayıncılık anlayışının ivme kazanmasına neden olmuştur. Bu yıllara kadar hükümetlerin ya da devletlerin tekelinde bulunan yayıncılık, farklı görüşlere ve çok sesliliğe izin vermeyen yapısı nedeniyle eleştirilmiştir. Ancak günümüzde de geçerli olan özel yayıncılık anlayışının tek sesli söylemi yinelediği görülmektedir.

Medya sektöründe yaşanan yatay, dikey ve çapraz tekelleşmelerle, yayın kuruluşları belli başlı bazı sermaye gruplarının elinde toplanmıştır, bu da kamunun bilgiye ulaşmasında ciddi bir engel teşkil etmektedir. Egemen azınlığın ideolojisi doğrultusunda gelişen kitle iletişimi, sosyal bir toplumsallaşmadan öte ideolojik bir

²³⁷ Timisi, **a.g.e.**, s: 82.

²³⁸ Sözen, **a.g.e.**, s. 13.

toplumsallaşmayı tetiklemektedir.²³⁹ Medya çalışmalarında yıllardır tartışılan pasif katılımcı görüşü karşısında izleyiciye daha aktif olma fırsatı veren internet aracılığıyla kullanıcılar, ifade özgürlüklerini kullanarak mesaj üretmeye başladılar. Bu da bilginin, kullanıcı tarafından yaratılmasını, sunulmasını, dağıtılmasını ve kullanılmasını mümkün hale getirmektedir. Kullanıcıların ürettiği içerik, kendileri ya da bir başkası tarafından değiştirilebilmekte ya da düzenlenebilmektedir. Böylece herkese söz hakkı tanıyan yeni medya, siyasal toplumsallaşmayı tekrardan sağlayabilecektir. Bazı araştırmacılara göre ise yeni medyanın gündem belirleyici yönü, her ne kadar geleneksel medyayla karşılıklı bir iletişim içerisinde hareket etse de, televizyon ya da gazete gibi kitle iletişim araçları kadar baskın değildir.²⁴⁰

Geleneksel medyanın sunamadığı aktif katılım hakkı, kontrolün kullanıcıda olduğu yeni medya ile tersi bir sürecin başlamasını sağlamıştır. Geleneksel medya mesajlarını üreten ve üzerinde denetim hakkı haizi olan eşik bekçileri gibi medya çalışanları artık sahip oldukları gücü herkesle paylaşmaktadır. Bu anlamda yeni medya, geleneksel medya sahipliği kavramını dönüştürerek, kendi zaman ve uzamını yaratmış ve kendi yasalarını yürürlüğe koymuştur. Bugün her internet kullanıcısı, bu yapılanmanın sahiplerinden biridir. Bu bağlamda geleneksel medya terminolojisi içindeki erk ve tekel gibi kavramlar, internet dünyasının kuralları içerisinde anlamsız ifadelerle dönüşmüştür.²⁴¹ Sonuç olarak, merkezîyetçi geleneksel medyayla karşılaştırıldığında, internet, bireyleri, iletişim sürecine aktif olarak katarak farklı ses ve fikirlerin kamuda görünürlüğünü arttırmakta ve farklı siyasal katılma biçimleri yaratmaktadır. Her ne kadar katılımın artması, bir konsensüse varmayı geleneksel

²³⁹ Mesut Bulut, **Kitle İletişim Aracı Olarak Gazete ve İnternet**, Ankara, TekAğaç Eylül Yayınları, 2006, s.5.

²⁴⁰ Akif E. Akyel, “Yarım Bilgilenen Dünya ve Üçüncü Globalleşme”, **Hepimiz Globaliz, Hepimiz Yereliz: Gutenberg Galaksi’den Zuckerberg Galaksi’ye**, Haz: Edibe Sözen, İstanbul, Alfa Yayınları, 2012, s. 321.

²⁴¹ Bulut, **a.g.e.**,s. 24.

medyaya göre daha da güçleştirecek olsa da, uzun vadede daha sağlıklı bir kamuoyu oluşturacaktır.

2.3.1. Yeni Medyada Bilginin Çarpıtılması: Dezenformasyon

Yeni medya ve geleneksel medyanın hangi açılardan birbirinden ayrıldıkları ya da birbirlerini tamamladıklarını anlayabilmek için iki farklı medya biçiminin teknik ayrılıklarını akıldan çıkarmamız gerekir. Geleneksel medya umumiyetle aşırı merkeziyetçi bir yapı arz eder, büyük yatırımlar ve sonrasında para kaynağı gerektirir ve çeşitli yöntem ve kontrol mekanizmalarıyla hükümetlerin sansürü altında kalır. Diğer taraftan alternatif medya da diyebileceğimiz yeni medya, tamamen farklı özelliklere sahiptir. İnternet bireyden bireye iletişimi sağlayabildiği gibi, mesaj gönderimini kitlesel şekilde de gerçekleştirebilir. Bu anlamda ademi merkeziyetçi bir yapı arz eder. Geleneksel medya gibi büyük yatırımlar gerektirmediği gibi, toplumu iletişim sürecine dahil eder ve aktif olarak katılımını destekler. Bütün bunlara ek olarak, kontrolü, geleneksel medyaya göre çok daha zordur.²⁴² Bu nedenle de özellikle dezenformasyon bağlamında sıkça eleştirilmektedir. Ancak siyaset ve sermayeyle ilişkili geleneksel medyanın da dezenformasyona sebebiyet vereceği unutulmamalıdır. Örneğin, ABD medyası Irak'a yapılan saldırılarda sık sık dezenformasyona başvurmuştur.

Dezenformasyon yeni bir kavram olmamakla birlikte, yeni medya aracılığıyla küresel ölçekte yayılan bilginin yarattığı olanaklar ya da beraberinde getirdiği sorunlarla birlikte “manipülasyon ve propaganda” süreçleriyle özellikle son yıllarda pek çok tartışmanın merkezine oturmuştur. Medya çalışmalarında hegemonya ve iktidar gibi sık gündeme gelen kavramlar, bugün internetin yaydığı enformasyonun ne tür egemenlik ilişkilerine hizmet ettiği söylemi içerisinde çözülmeye çalışılmaktadır. Marshall McLuhan'ın elektronik iletişimin yaygınlaşmasıyla dünyanın küçük bir topluluk olarak global bir köye dönüşeceği tezinin bugün internetle birlikte geçerlilik kazandığı

²⁴² Ali Salman vd., “The Impact of New Media on Traditional Mainstream Mass Media”, (Çevrimiçi) http://www.innovation.cc/scholarlystyle/ali_samman_new+media_impac116v3i7a.pdf, 12.08.2013.

düşünülmektedir. Bugün, globalleşmeyle birlikte ortaya çıkan yeni dünya düzeninde global bir ağ sayesinde bilgi akışı bütün ulusal sınırları yıkarak, herkesin aynı anda her türlü bilgiye ulaşabildiği global bir köyde yaşadığımız düşüncesi giderek güç kazanmaktadır. Her ne kadar yeni iletişim teknolojileri bilgiye erişim konusunda bütün sınırlamaları kaldırırsa da, beraberinde pek çok riski de beraberinde getirmektedir.

Radyo, televizyon ve günümüzde özellikle internet, bireylerin önemli bilgi kaynakları arasındadır. Yurtttaşların demokratik sürece katılabilmeleri için doğru bir şekilde bilgilendirilmeleri gerektiğinin altı çizilse de, internet, enformasyonu üretmesi, kopyalaması ve dolaşıma sokmasıyla, bir bilgi bombardımanına neden olarak, bilginin araçsallaşmasına ve bir bilgi kirliliğine ve dezenformasyona yol açması nedeniyle eleştirilmektedir. İnternete karşı olanlar, internet kanallı bilginin güvenilmez olduğunu belirtirken, internet üzerinden yürütölen tartışmaların adam akıllı bir düşünme sürecine ve yargılamaya dayanmadığını öne sürmektedir. Bugün onlar için internet, sansasyonel ve manipölatif olana doğru çekilen politik tartışmanın soysuzlaşmış biçimine dönüşmüştür.²⁴³ Yeni medyanın bir diğör zarar verici yönü ise yarım bilgilerin dolaşımının artması hatta tam bilgi karşısında üstünlük kurmasıdır. Facebook kuşağı artık uzun, kapsamlı haberleri, olaylar hakkında analizleri, yorumları okuyamayacak haldedir. Okumaya olan arzu, iki boyutlu bir okuma gerçekleştirmek suretiyle kesintiye uğramakta, olayların derinine inmeden elde edilen yarım bilgiyle yetinilmektedir. Haberlerin ya da köşe yazılarının altındaki yorum bölümlerine bakılacak olursa, burada yazılanların haberin içeriğiyle ilgili olmayan yazılardan oluştuğı görülecektir. Wikipedia ya da ekşi sözlük, itüsözlük gibi interaktif sözlükler başvuru kaynağına dönüşmüş durumdadır. Buralarda yer alan bilgilerin kaynakları çoğı zaman anonimdir ama çoğı insan bilgiye hızlı ve kolay erişim bakımından interneti güvenilir bulmaktadır. Bazen de kurgulanmış bilgiler, insanlara gerçekmiş algısını vermektedir.²⁴⁴ Neil

²⁴³ Kellner, a.g.e., s.716.

²⁴⁴ Akyel, a.g.e. s.323

Postman'ın²⁴⁵ televizyonun oluşturduğu epistemolojinin, basıma dayalı epistemolojiye göre daha bayağı ve tehlikeli olduğu düşüncesinin, geldiğimiz noktada internet medyası için de geçerli olduğunu söylemek mümkündür. Bugün epistemolojisi, enformasyonları ve fikirleri basılı sözlerle değil, televizyonla şekillenen bir kültürde yaşamaktayız. Her ne kadar bazıları basılı söz ve televizyonun bir arada yaşayabileceğini savunsa da, bu mümkün değildir çünkü arada bir eşitsizlik söz konusudur.

Geleneksel medya ve diğer iletişim araçlarıyla karşılaştırıldığında daha hızlı ve daha etkili bir bilgi paylaşım sunan internet teknolojisinin, bireylerin günlük hayatında ve bilgi paylaşımında pek çok kolaylık sağladığı yadsınmaz. İnternet, hükümetlerin topluma bilgi sağlama yönündeki tekeline kırarak medyanın bilgilendirme işlevi üzerinde radikal dönüşümlerin yaşanmasına neden olmuştur. Bu açıdan her ne kadar dezenformasyon kelimesi özellikle sosyal ağların gelişmesiyle birlikte çok sık duyulur hale gelse de, dezenformasyon aslında propagandanın temel araçlarından birisidir. İnsanların düşüncelerini belli bir yönde değiştirmek ve istenilen davranışlarda bulunmasını sağlamak için, tarafsız bilgiden ziyade kitleleri etkileyecek taraflı bilginin iletilmesi süreci olarak tanımlayacağımız propagandanın hedefine ulaşması için kullanılan araçların başında medya gelmektedir. Chomsky ve Herman²⁴⁶ kitle iletişim araçlarının ekonomi politliğini inceledikleri çalışmalarında, bir propaganda modeli geliştirerek, kitle iletişim araçlarının özel sektöre ait olduğu ülkelerde propaganda sistemini fark etmenin zor olduğunu belirtirler. İnceledikleri propaganda modelinde, paranın ve iktidarın hangi yollarla haberleri eleyip basılmaya uygun olanları seçtiğini, muhalif düşünceleri nasıl kenar sütunlara itip önemsizleştirdiğini, hükümete ve egemen özel çıkar çevrelerine, mesajların halka nasıl kolayca verme imkanını sağladığını, ayrıntılarıyla ele alırlar. Çalışmalarında haber eleme filtrelerinin başında medya

²⁴⁵ Neil Postman, **Televizyon Öldüren Eğlence:Gösteri Çağında Kamusal Söylem**, Çev: Osman Akınhay,3. Basım, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2010, s.37,38.

²⁴⁶ Edward S. Herman, Noam Chomsky, **Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir: Kitle İletişim Araçlarının Ekonomi Politığı**, İstanbul, Minerva Yayınları, 1999, s.25-47.

şirketlerinin mülkiyeti ve kar amaçlı oluşları gelmektedir. Geleneksel medyada dezenformasyon konusunda verilebilecek sayısız örnek vardır ama ABD'nin Irak'a saldırmak için Irak'ta kitle imha silahları bulunduğu ve Saddam Hüseyin'le El Kaide yönetiminin işbirliği içinde oldukları konusunda çarpıtılmış haberler uzunca bir süre uluslararası medyanın gündemini işgal etmesi hala güncelliğini korumaktadır.

Irak Savaşı'nın ilerleyen süreçlerinde ABD'nin, Irak'a saldırmasının gerekçesinin doğru olmadığına ortaya çıkmasıyla, savaşın meşrutiyetiyle ilgili tartışmalar hız kazanmış ve propaganda ve manipülasyonla birlikte dezenformasyon kavramı da yeniden gündeme oturmuştur.²⁴⁷ İnternet, demokrasinin vazgeçilmez bir unsuru olarak kabul edilen toplumların iletişim sürecinde, yurttaşların olaylar hakkında enformasyona ulaşması ve tartışmalar için yeni bir zemin yaratmıştır. Söz konusu demokratik sürecin gerçekleşebilmesi için erişilen bilginin doğruluğundan emin olunması gerekir çünkü dezenformasyon sadece savaş süreçlerinde değil, siyasal arenada seçmenleri ikna etmek ya da toplumu ikna etmek için iktidar tarafından da kullanılabilir.

Yine de internetin, insanların hayatını zorlaştırdığı hatta tehlikeye soktuğu gerçeğiyle karşı karşıya kaldığımız bir süreci yaşadığımızın da belirtilmesi gerekir. Kolay erişim ve gelişmiş iletişim ağlarının bizlere sağladığı bilgi her geçen gün artarak, büyük bir yığın haline dönüşmektedir. Bugün internet, gerekli-gereksiz, yararlı-yararsız bilginin bir araya toplandığı büyük bir çöplüğe benzetilirken, biz de her geçen gün, gerçekten ihtiyacımız olan doğru ve güvenilir bilgi kaynaklarına ulaşabilmek için, bu enformasyon bombardımanıya başa çıkmaya çalışmaktayız. Arama motorları, bloglar, forumlar, sosyal paylaşım siteleri, ihtiyacımız olandan ve özümseyebileceğimizden daha fazla bilgiyle bizleri kuşatıyorlar. Gerçeğin bulanıklaştığı ve kaybolduğu süreçte, bilginin ve değerlerin de tüketime ve erozyona uğrayacağı açıktır. Sınırsız bilginin,

²⁴⁷ Yasemin İnceoğlu, "Savaşta Medya Cephesi", (Çevrimiçi) http://www.radikal.com.tr/yorum/savasta_medya_cepheci-667689, 22.08.2014.

bilgiye ulaşmayı güçleştirmesinin yanında internetin yarattığı bir diğer tehlike de pek çok internet sitesinin kaynak belirtmeden yaydığı yanlış haberlerle toplumda korku ve panik ortamı yaratmasıdır. Her ne kadar kaynağı belli olmasa da, paylaşılan bilgi, bireylerin bakış açılarını değiştirerek, akıllarında bir soru işareti bırakabilir. Diğer taraftan aynı olay ya da konu hakkında birbirlerinden farklı ve tutarlı olmayan bilgilerin bir arada olması da, enformasyon kaosu yaratarak, yine doğru bilginin bu kaos içinde kaybolmasına neden olur.²⁴⁸ Örneğin içeriğinin kullanıcılar tarafından oluşturulduğu çevrimiçi sözlükler çeşitli gruplar ve ülkeler tarafından kişileri belli bir ideolojik yönde düşündürtecek şekilde düzenlenebilir.

Dezenformasyon kelimesinin ilk olarak ne zaman kullanıldığı tam olarak bilinmese de, kelimenin Rusça dezinformatzia'dan geldiği ve yine ilk olarak bu ülkede kullanıldığı bilinmektedir. Kapitalist ülkelerin SSCB'ye karşı zararlı fikirler aşılama çabaları dezenformasyon olarak tanımlanmıştır. Türk Dil Kurumu, kelimeyi “Kişiyi veya kurumu herhangi bir konuda bilinçli olarak gerçeği saptırarak yanlış bilgilendirme” olarak açıklamıştır. Kelime günümüzde yanlış enformasyonun bilinçli olarak yayılması, karşı tarafın politikalarını ya da düşüncelerini etkilemek amacıyla özellikle hükümet ya da onun temsilcisi tarafından yabancı bir güce ya da medyaya karşı kullanılması olarak tanımlanmaktadır.²⁴⁹ Bu amaçla kitleleri gerçekler hakkında yanıltmak amacıyla doğru olmayan ya da aldatıcı enformasyon yayılır. Bazen bilgilerin kaynağı gösterilirken (açık dezenformasyon), bazen de kaynağın kimliği verilmez ya da yanlış verilir (örtük dezenformasyon). Dezenformasyonun niceliğini ve niteliğini yargılamak zor olabilir ama genel olarak dezenformasyon özellikle politik olmak üzere, farklı amaçlara ulaşmak için belirli bir konu hakkında gerçeği saklamak ya da yalan

²⁴⁸ Ufuk Özcan, “The Confusion and Traps of Internet Knowledge in Information Age”, **Hacettepe Edebiyat Fakültesi Dergisi**, C.29. No:1, s. 227-229.

²⁴⁹ İnci Çınarlı, “Döngü Uzmanları (Spin Doctors), Medyatik Yalan ve Kamu Manipülasyonu”, **Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, No.1, 2004, s.169.

söylemek olarak tanımlanabilir.²⁵⁰ Bu noktada birbiriyle çok karıştırılan dezenformasyon ve yanlış bilgi (misinformation) arasındaki farkın da açıklanması gerekir. Yanlış bilgi, dezenformasyon gibi içinde doğru olmayan bir bilgi barındırmasına rağmen, insanları yanıltmak amacıyla bilinçli olarak yapılan bir eylem değildir. Dezenformasyon içinde belirli bir amaç taşırken, yanlış bilgi buna benzer bir hedef taşımaz. Dezenformasyon doğru olmayan bilginin, kitleleri yanıltmak ya da istenilen şekilde düşüncelerini sağlamak için bilinçli ve amaçlı bir şekilde dağıtılması, iddia edilmesi veya yayılmasını gerektirir. Bugün ise özellikle internet medyası ve dezenformasyon tartışmalarının gündeme oturmasıyla bilinçli olarak yapılmayan yanlış bilgilendirme ya da eksik bilgilendirmenin de, dezenformasyon içinde değerlendirildiği görülmektedir.

Dezenformasyon kavramını yeni medya bağlamında daha iyi değerlendirebilmek açısından, aslında çok da eski olmayan bu kavramı farklı kategorilerde ele alınması gerekir. Fallis, dezenformasyon kavramını altı farklı kategori altında incelemiştir.²⁵¹ Kategoriler arasındaki ayrımları daha belirgin hale getirebilmek için Türkiye’den de çeşitli örneklemelere gidilmiştir.

1) Dezenformasyonun genellikle hükümetle ilgili ya da askeri bir hareket olduğu düşünülür. Amerikalı mizahçı George Carlin, hükümet yalan söylemez, dezenformasyon üretir demiştir. Bunlardan başka kurumlar da bilerek kitleleri yanıltıcı bilgi üretebilirler. Özellikle haber servisleri, sık sık dezenformasyon kaynağı olarak görülürler. Örneğin 2002 yılında Irak Savaşı bağlamında Türkiye medyası, Emre Kongar’ın deyiimiyle kendi kalesine bir dezenformasyon golü atmıştır.

²⁵⁰ James H. Fetzer, “Disinformation” (Çevrimiçi) <http://www.assassination-science.com/disinformation.html>, 12.07.2013.

²⁵¹ Don Fallis, “A Conceptual Analysis of Disinformation” (Çevrimiçi) https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/15205/fallis_disinfo1.pdf?sequence=2, 15.07.2013.

İlk önce CNN-Türk haber kanalı Türk askerlerinin Kuzey Irak'a girdiğini duyurmuştur. Daha sonraki günler diğer medyalar da haberi doğrulamış, Amerikan CNN'i de bu haberi Türkiye'deki kaynaklara dayandırarak, bütün dünyaya bir kez daha duyurmuştur. Ama olay aslında böyle değildi, Kuzey Irak'taki askerler açısından yeni bir durum gelişmemiştir. Ama haber dünyaya bu şekilde duyurulunca başta Amerika Birleşik Devletleri olmak üzere, tüm dünyadan ve özellikle de AB ülkelerinden müthiş bir tepki alınmıştır. Bu olay üzerine Dışişleri Bakanlığı uluslararası bir bilgilendirme hareketine girişmiş ve Genel Kurmay Başkanlığı çeşitli açıklamalarla dünya kamuoyunu yatıştırmaya çalışsa da, çok geç kalınmıştır.²⁵²

2) Dezenformasyon genellikle, dikkatle planlanan ve teknik olarak gelişmiş bir aldatmacanın sonucunda ortaya çıkar. Örneğin, bilgisayar korsanları, amaçlı bir şekilde Yahoo! News ve New York Times gibi sitelerin haber servislerine sızarak yanlış bilgiyi yayabilirler. Aslında bir internet sitesinin içeriğini değiştirmek çok uzmanlık gerektiren bir eylem değildir. Örneğin bilgisayarı olan herkesin içeriğine katkıda bulunabileceği Wikipedia, isimlerin gizli tutulması nedeniyle, sık sık gizli servislerin, devletlerin ve şirketlerin tahrifatlarına maruz kalmaktadır. “Çanakkale Savaşı” başlığının altındaki savaşın sonuçlarına “Rusya'da Ekim Devrimi oldu” gibi yorumların girilmesi masum hatalar olarak kalsa da, örneğin Lübnan Savaşı, Filistin Halk Kurtuluş Cephesi, CIA ve George Bush gibi başlıklarda, çok açık bir şekilde tahrifatların yapıldığı görülmektedir. 2006'daki Lübnan Savaşı, Wikipedia'ya katkı sunan bir yazar tarafından, Hizbullah'ın İsrail askerlerini kaçırması ve aynı gün İsrail'e füze saldırısında bulunması ile başlarken, savaşın İsrail'in zaferi ile sonuçlandığı şeklinde anlatılıyor. Başka bir yazar, daha sonra değiştirilse de, örgütün İsrail istihbarat servisi Şin Bet ile yakın ilişkileri olduğunu yazıyor. Özetle isteyen herkes, Wikipedia'da anonim tahrifatlarda bulunabiliyor. Bu nedenle Wikipedia, bilgi kirliliğinin önüne geçmek için, sitede yapılan değişiklikleri otomatik olarak tarayan bir program geliştirmek zorunda kalmış ve bu program, ilginç

²⁵² Emre Kongar, “Kendi Kalemize Attığımız ‘Dezenformasyon’ Golü” (Çevrimiçi) http://www.kongar.org/medyanotu/261_Dezenformasyon.php, 15.07.2013.

bir şekilde, ABD istihbarat servisi CIA'in de site içinde çeşitli başlıklarda değişiklikler yaptığını saptamıştır.²⁵³

3) Dezenformasyon her zaman kitleleri bilinçli olarak yanlış yönlendirmek isteyen gruplardan ya da bireylerden doğrudan gelmeyebilir. Haber servisleri sık sık, bir başkası tarafından ortaya atılan dezenformasyonun topluma yayılmasına bilmeyerek aracılık ederler. Özellikle son yıllarda sosyal medyada paylaşılan haberler gerçekliği araştırılmadan geleneksel medyada yer almaktadır ama sonrasında bu haberlerin sansasyon yaratmak için bazı gruplar ya da kişiler tarafından yaratıldığı ortaya çıkmaktadır.

4) Dezenformasyon genellikle yazılı veya sözlü şekilde gerçekleşir. Ama üzerinde oynanmış, değişiklik yapılmış ya da amacından saptırılarak kullanılan fotoğraflar da dezenformasyona örnek olarak gösterilebilir. Türkiye'de Gezi Parkı Olayları çerçevesinde özellikle sosyal medyada yaşanan yazılı dezenformasyon, görsellerle desteklenmiş ama sonradan bunların başka olaylarla ilgili olduğu ortaya çıkmıştır. Örneğin Gezi Parkı'nda çıkan olaylarda bir vatandaşın polis panzeri altında kaldığına ilişkin internette yayılan fotoğrafın aslında başka bir ülkede deniz kazası geçiren bir kişiye ait olduğu ortaya çıkmıştır. Yine aynı olaylarda revir olarak kullanılan Dolmabahçe Bezmialem Valide Sultan Camii'nde dönemin başbakanı Erdoğan camide içki içildiğini iddia etmiş ve bunun üzerine sosyal medyada bir kişinin fotoğrafı elinde bira tuttuğu iddia edilerek linç kampanyası başlatılmıştır. Sosyal medyada başlayan bu girişimin ardından caminin müezzini camide içki içildiğini görmediğini söylemiş, fotoğrafın sahibi de elindekinin bira değil kola kutusu olduğunu belirtmiştir.

5) Dezenformasyonun çok geniş bir yayılma ağı vardır, gazete alan herkes, bir televizyonu ya da internete erişimi olan herhangi biri, dezenformasyona maruz kalabilir. Ancak dezenformasyon özellikle belirli bazı kişilere ya da kurumları hedef alabilir.

²⁵³ “Wikipedi: Özgür Dezenformasyon” (Çevrimiçi) <http://haber.sol.org.tr/dunyadan/wikipedi-ozgur-dezenformasyon-haberi-16640>, 20.07.2013.

Örneğin Hürriyet 1993 yılındaki bir haberinde Ahmet Kaya'nın Berlin'de Abdullah Öcalan'ın fotoğrafı altında konser verdiğini iddia ederek, ilgili haberi bir fotoğraf karesiyle birlikte yayınlamıştı. Bu olayın ardından Emniyet Müdürlüğü bu manşete dayanak teşkil eden, kaset, ses bandı, röportaj ve buna benzer dokümanları gazeteden istemiş, ancak gazete, ellerinde hiçbir dokümanın bulunmadığını belirtmiştir. Daha sonra gazetede yayınlanan fotoğrafın da fotomontaj olduğu yargı kararıyla sabitlemiştir. Hürriyet gazetesinin Ahmet Kaya hakkında yaptığı bu kışkırtıcı haberin, yıllar sonra yalan olduğu ortaya çıksa da, sanatçı medyada karalama kampanyasının başlatıldığı günlerde ülkeyi terk etmek zorunda kalmıştır.²⁵⁴

6) Yalan haberlerle kitleleri aldatmaya yönelik dezenformasyon eylemleri çoğunlukla kişileri ya da bazı zümreleri amaçlasa da, bir aygıt da dezenformasyonun hedefi olabilir. Örneğin Y adlı bir ürünle rekabet eden ve başka bir ürün satmak isteyen bir firma, müşteri, ürünün internet sitesini kendi dizinine eklemek istediğinde, firma tarafından Y ürünü için bir internet sitesinin kopyasını gönderebilir. Bu şekilde bir kullanıcı arama motorunda Y ürünü aradığında, arama motoru diğer firmanın web sitesinin linkini verecektir.

Türkiye'de sosyal ağların belki de en aktif şekilde kullanıldığı Gezi Parkı olaylarıyla, sosyal medya kullanımı ve dezenformasyon tartışmaları ülkenin gündeminde uzun süre kalmıştı. Hükümet temsilcileri yaşanan olaylarla ilgili sosyal medyada yoğun bir dezenformasyonun yaşandığını ifade ederken, dış basında da dezenformasyonun olduğunu ve Türk basının gösterdiği duyarlılığı uluslararası kanalların gösteremediğini vurgulamış, isterse hükümetin ülkedeki internet bağlantısını kesebileceğini belirtmişlerdir.²⁵⁵

²⁵⁴ “Altaylı, Ahmet Kaya'dan Özür Dileyecek Mi?” (Çevrimiçi) http://haber.rotahaber.com/altayli-ahmet-kayadan-ozur-dileyecek-mi_122921.html, 16.07.2013.

²⁵⁵ “Arınç'ın Açıklamalarına ‘Twitter Denen Bir Belada’ Tepki Yağdı” (Çevrimiçi) <http://www.sendika.org/2013/06/arincin-aciklamalarina-twitter-denen-bir-belada-tepki-yagdi/>, 15.07.2013.

Gezi Parkı olaylarından sonra da dönemin İçişleri Bakanı Muammer Güler, Facebook ve Twitter gibi sosyal paylaşım sitelerine yönelik yasal bir düzenleme hazırlığı içinde olduklarının haberini vermiştir. Gezi olayları sırasında da pek çok dezenformasyon yapılmasına rağmen, kısıtlamaya yönelik hiçbir işlem yapılmadığını belirten Güler, yanlış haberlerle halkın kışkırtılmaya çalışıldığını dile getirmiştir. Bu olaylar sırasında kişilerin kimlik bilgilerinin deşifre edilmesi, resmi makamların sitelerine girilip bu bilgilerin deşifre edilmesi ve onlar üzerinden farklı yayınlar yapılması gibi eylemleri önlemeye yönelik elbette bir düzenlemeye ihtiyaç olduğu ortaya çıkmıştır.²⁵⁶ Türkiye Cumhuriyeti kanunlarına göre hakaret, tehdit, suça tahrik, aşağılayıcı veya nefret söylemleri, dolandırıcılık gibi klasik suçlar halihazırda bir suç teşkil etmektedir. Bu suçların işlendiği mecra, internet de dahil olmak üzere fark etmemektedir. Medyayı ilgilendiren yasalara bakıldığında, orada da nefret suçları ya da provokasyonun aynı şekilde kabul edildiği görülmektedir. Sosyal olsun olmasın, medyayı düzenleyen yasaların önemli bir kısmı sosyal medya için de geçerliliğini korumaktadır. Sadece sosyal medyayı değil, daha geniş bir açıdan bakıldığında internet özelinde bir yasadan bahsediliyorsa, internetin doğasının yasalarla düzenlenmeye pek de uygun olmadığını kabul etmek gerekir. Hiçbir yasa da interneti yüzde yüz güvenli hale getiremeyecektir. Örneğin Türkiye’de bir dönem YouTube adlı paylaşım sitesinin, Mustafa Kemal Atatürk’e hakaret içeren bir videoyu yayınlaması ve yapılan yayının durdurulması isteğinin yerine getirmediği gerekçesiyle yasaklanmıştı. O dönemde siteye girmek isteyen ortalama internet kullanıcıları bile DNS ayarlarını değiştirerek siteye rahatça erişmeyi başarmıştır. Şu anda pek çok kullanıcı hala DNS ayarlarını standardın dışında kullanmakta ve girdiği sitenin Türkiye’de yasaklı olup olmadığını farkında bile değildir. Sosyal medya ile ilgili hazırlanacak olası bir yasa eğer çok hassas bir çalışma ürünü olmayıp, zamanında YouTube gibi sitelere erişimi engelleyen yaklaşımı benimseyecek olursa artık 10 yaşındaki gençler, ağabeylerine nasıl VPN kullanılacağını

²⁵⁶ “Twitter ve Facebook’a Siber Terör Suçlarına Karşı Düzenleme Geliyor” (Çevrimiçi) http://www.radikal.com.tr/turkiye/twitter_ve_facebooka_siber_teror_suclarina_karsi_duzenleme_geliyor-1138191, 25.06.2013.

öğretir hale geleceklerdir.²⁵⁷ Dolayısıyla yaşananlar, cezalarla dezenformasyonu engellemek düşüncesinin, boş bir umuttan başka bir şey olmayacağını göstermektedir. Öncelikle kullanıcıların internet medyasında her okudukları ya da gördükleri şeyleri doğru bilgi olarak kabul etmelerini engelleyecek bir filtre geliştirmeleri gerekir. Bununla birlikte pek çok akademisyen, Milli Eğitimin müfredatına girmiş medya okuryazarlığı derslerinin sosyal medyayı da içine alacak şekilde kapsamının genişletilmesini, cezalarla yasak koymak ya da insanların haberleşme özgürlüklerini elinden almaktan daha etkili bir çözüm olarak görmektedir.²⁵⁸

²⁵⁷ “Bir Sosyal Medya Yasasına İhtiyacımız Var mı?” (Çevrimiçi) <http://webrazzi.com/2013/06/19/sosyal-medya-yasasi/>, 28.06.2013.

²⁵⁸Göktuğ Sönmez, “Dezenformasyon ve Vicdan” (Çevrimiçi) <http://akademikperspektif.com/2012/03/12/dezenformasyon-ve-vicdan/>, 05.07.2013.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: KULLANIMLAR VE DOYUMLAR YAKLAŞIMI ÇERÇEVESİNDE ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ VE UYGULAMA SÜRECİ

Bu bölümde, çalışmanın teorik perspektifini oluşturan kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ve bu perspektif doğrultusunda çalışmanın temel sorunsalını oluşturan siyasal bilgilenme ve yeni medya bağlamında yapılan çalışmalar, araştırmanın problemi, ortaya konan araştırma soruları ve hipotezler, örneklem, veri toplama teknikleri ve kullanılan istatistiksel yöntemler incelenmektedir.

3.1. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı ve Yeni Medya Çalışmaları

Kitle iletişim araştırmalarında uyaran-tepki kuramı etkisinde yapılan birinci dönem çalışmalar, medyanın izleyici üzerinde sınırsız etkiye sahip olduğu görüşü çerçevesinde biçimlenmiştir. Bu araştırmalarda birey gerçek bir özne olarak göz ardı edilmiştir. Dönemin dikta rejimlerinin güçlerini yitirmeleri ve II. Dünya Savaşı'yla birlikte toplumların değişmeye başlayan düşünsel iklimleri, iletişim alanındaki kuramları da etkilemiştir. Giderek izleyici analizlerine ağırlık verilmiş, bireyi toplumun atomize birimi olarak kabul eden anlayış zayıflayarak, birey gerçek bir özne olarak ele alınmaya başlamıştır.²⁵⁹ Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı bu değişimin sonucu olarak ortaya çıkmış bir kuramdır, iletişim araştırmalarındaki egemen gönderici-iletili modelini tersine çevirerek, medyanın insanlara ne yaptığı sorusunu, insanlar medyayla ne yapıyor sorusuna dönüştürmüştür. Kurama göre insanlar gereksinimlerini gidermeye çalışırlar ve ihtiyaçlarını doyumak için kullandıkları araçlardan birisi de medyadır. Kitle iletişim araçları ve araçların ürünleri arasında gereksinimlerini karşılamak amacıyla seçim yaparlar ve ihtiyaçlarını gidererek gerginliklerini azaltırlar. Diğer bir ifadeyle bu yaklaşım, iletişim araştırmalarına aktif izleyici savını getirmektedir. İnsanlar kendi amaçlarına uygun tercihler yapma gücüne sahiplerdir. İletişim alanında kişi kendi enformasyonunun yaratıcısıdır.

²⁵⁹ Güngör, **a.g.e.**, s.119,120.

Aktif izleyici görüşüne göre, iletişim ancak bir kaynaktan enformasyon seçildiği zaman olur çünkü kişi enformasyonun zaman ve yer durumuna uygunluğunu algılar ve kendi anlam yapısına birleştirir.²⁶⁰ Bir diğer ifadeyle insanlar kendilerine sunulan olduğu gibi kabul etmek zorunda değildirler, medya iletilerini gereksinimleri doğrultusunda seçerek bir seçim yaparlar.

Kullanımlar ve Doymalar Yaklaşımı ilk olarak Elihu Katz tarafından 1959'da yazılan bir makalede açıklanmıştır. Makalede iletişim araştırmalarının sürekli inka konusuyla ilgilendiğini ve “medya insanlara ne yapıyor?” sorusuna yanıt aradıklarını ama sorulması gereken temel sorunun ise “insanlar medyayla ne yapıyor?” olması gerektiğini öne sürmüştür. Medyanın doyuma ulaştırdığı gereksinimlerin toplumsal kökenlerinin bulunduğunu vurgulayan Blumler ve Katz, kullanımlar ve doymalar araştırmalarının temellerini aşağıdaki başlıklar halinde toplamışlardır:

1. İzleyici etkindir. Medyanın yayınladıklarına karşı edilgen değildir ve bu içerikleri seçerek alır.

2. İzleyici kendi gereksinimlerine en iyi doyumunu sağlayacak medyayı ve programı özgürce seçer. Medya yapımcısı programın kullanım biçimlerinin farkında olmayabilir ve farklı izleyiciler aynı programı farklı gereksinimlerini gidermek amacıyla kullanabilirler.²⁶¹

Farklı kişiler ve gruplara göre ihtiyaçlar da farklılaşacağı için, davranış kalıpları da değişiklik gösterecektir. Bazıları bilgi edinmek için medyaya yönelirken, diğerleri eğlence içeriklerini tercih edeceklerdir. Kitlelerin medya kullanımından elde ettikleri doymalar her ne kadar farklı araştırmacılar tarafından farklı biçimlerde sınıflandırılrsa da, hemen hemen bütün kuramcılar benzer doymalarda birleşirler.²⁶² Örneğin bu

²⁶⁰ Erdoğan, Alemdar, **a.g.e.**, s.161,162.

²⁶¹ John Fiske, **a.g.e.**, s.199,200.

²⁶² Neşe Kars, **Televizyon Programı Yapalım Herkes İzlesin**, İstanbul, Derin Yayınları, 2003, s.12-14.

yaklaşımın önde gelen isimlerinden McQuail²⁶³ yaptığı çalışmada medya kullanıcılarının karşıladıkları ihtiyaçları dört kategori içinde incelemiştir:

1. Bilgi; güncel olaylardan haberdar olma.
2. Kişisel kimlik; kişisel değerlerin pekiştirilmesi ve medya içeriğindeki olaylar ve karakterlerle, bireyin kendi yaşamı arasında bağ kurması.
3. Toplumsal etkileşim; başka insanlarla ilişki kurmak ve yalnızlık duygusunun hafiflemesi.
4. Eğlence; günlük hayatın sıkıntılarından uzaklaşma ve oyalanma.

Bu paradigmadan yola çıkan diğer bazı araştırmalar da²⁶⁴ bireylerin medya tercihlerinde öne çıkan unsurları şu şekilde derlemişlerdir:

1-) Medyatik ürünlerin tüketicisi konumundaki bireyler öncelikle eğlence programlarını izleyerek, duygusal olarak rahatlayarak, gündelik gerginliklerinden kurtulmayı amaçlarlar.

2-) İnsanlar kendisine uygun programları izleyerek kişisel ilişkilerini geliştirme, dost arkadaş edinme ve yalnızlıktan kurtulma yollarını medyadan öğrenmekte ya da bazı özdeşlikler kurarak, buna yönelik ihtiyaçlarını sanal olarak karşılamaktadırlar.

3-) Kişiler, başkalarını etkilemek, prestij elde etmek, takdir itibar görmek ve kendini başarılı olmaya motive etmek için medyayı kullanır.

²⁶³ Darrin Brown v.d., “Consuming Television Crime Drama: A Uses And Gratification Approach”, **American Communication Journal**, C:14, No:1, 2012, s.49.

²⁶⁴ İbrahim Toruk, “Üniversite Gençliğinin Medya Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir Analiz”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, No:19, s.477, 478.

4-) İnsanlar, inandıklarının teyit edildiğini görmek, doğru yolda olduklarından emin olmak, kendisinin ve başkasının kişiliğini çözümleyerek, kendini ve başkalarını konumlandırmak gibi amaçlarla medyadan yararlanır.

Görüldüğü gibi bu kuram iletiden çok alıcıyla ilgilenmektedir çünkü insanların, medyayı kendi gereksinimleri doğrultusunda kullandığı varsayımıyla hareket etmektedir. Bu nedenle de kuram, iletişim araştırmalarında özellikle ilk dönemde yapılan araştırmalardan sonra pek çok eleştirinin hedefi olmuştur. Getirilen eleştirilerin birleştiği ortak nokta, bu yaklaşımın medya alıcılarını, birbirinden kopuk, atomize varlıklar olarak değerlendirmesi ve kitle iletişim araçları ile yayılan mesajların, nasıl ortak anlamlar oluşturduğu ve ideolojiye dönüştüğü sorusunu cevapsız bırakmasıdır. Çünkü izleyiciler ya da kullanıcılar toplumsal yapıdan bağımsız, özerk bir konumda değildirler ve medyadan aldıkları her mesajı, bağlı buldukları toplumsal sınıfların ya da grupların ortak kültürel kodları çerçevesinde anlamlandırmaktadır.²⁶⁵ Ayrıca kuramın altını çizdiği etkin izleyici kavramı, bütün sorumluluğu izleyiciye yüklemektedir. İzleyicinin seçme özgürlüğü olduğunu vurgulamasına rağmen, özgürlüğün sınırları üzerinde durmaz. Bu nedenle kitleye gönderilen mesajlar ve etkilerden medya çalışanları sorumlu tutulamaz. İzleyici televizyonda başka bir kanalı seyretmek ya da istediği gazeteyi seçme özgürlüğüne sahiptir. İlk dönem iletişim araştırmalarında birey nasıl edilgen olarak ele alındıysa, kullanımlar doyumlara yaklaşımı da kitle iletişim aracını nesne konumuna indirgeyerek bütün sorumluluğu izleyiciye yüklemektedir. Ancak kitle iletişim araçlarını yalnızca verici ya da aktarıcı araçlar olarak görmek, onu bütün sermaye yapısından ve sistemdeki diğer yapı ve kurumlardan soyutlamak anlamına gelir. Bu nedenle medyayı sistemin dışında ele almak yanıltıcı sonuçlara götürebilir. Yaklaşımın zayıf yanlarından biri de izleyicinin sosyokültürel ve sosyoekonomik düzeyi üzerinde fazla durulmamasıdır. Bireyin tercihlerinde söz konusu

²⁶⁵ Levent Yaylagül, **Kitle İletişim Kuramları: Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar**, Ankara, Dipnot Yayınları, 2010, s.71, 72.

faktörlerin büyük bir etkisi olduğu düşünüldüğünde, bunların gözardı edilmesi araştırmacıyı çoğu zaman eksik ve yanlış sonuçlara götürebilir.²⁶⁶

Geleneksel medya çalışmalarında pek çok eleştirinin hedefi olan kuram, kişileri aktif birer üretici olarak iletişim sürecine katan internetin ortaya çıkmasıyla birlikte farklı bir ivme kazanmıştır. Özellikle son yıllarda internet ve kullanıcı motivasyonlarıyla ilgili yapılan çalışmalar giderek artmaktadır. İnternetin, diğer kitle iletişim araçlarından farklı gereksinimlerle kullanılıp kullanılmadığı ya da hangi gereksinimleri karşıladığı yapılan çalışmaların ortak çıkış noktasını oluşturmuştur çünkü kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının internet kullanımıyla ilgili doyumları ortaya koyabilmek için en uygun model olduğu düşünülmektedir. Yapılan çalışmalar, insanların yeni medyayı kullanma motivasyonlarından bilgi edinmenin birinci sırada geldiğini göstermektedir. Örneğin Flanagin ve Metzger, ABD’deki iki farklı üniversitede okuyan öğrenciler üzerinde yaptıkları saha araştırmasında, internetin üç fonksiyonu arasındaki ilişkiyi ve diğer iletişim araçlarının kullanım özelliklerini incelemişlerdir. Bu ilişkiler; bilgiye erişim/yeniden erişim, bilgi verme ve konuşma kapasitesidir. Araştırmanın sonuçları, geleneksel medya ile internet arasında bir takım benzerlikleri de ortaya koymuştur. Örneğin, e-mail, sohbet odaları ve tartışma platformlarındaki konuşmalar telefonla benzer özellikler göstermektedir. İnternet bilgilenme amacıyla, gazete, dergi ya da televizyonla benzer şekilde kullanılmaktadır.²⁶⁷ Konuyla ilgili yapılan çalışmalar, ilk dönemlerinde internetin de televizyon gibi eğlence ve günlük sıkıntılardan kaçış gibi benzer ihtiyaçların giderilmesi için kullanıldığı sonucuna ulaşsa da, daha sonradan internetin, içerik kontrolü ya da iletişim araçları gibi interaktif özelliklerinin, kullanıcıları farklı yönde tatmin ettiği anlaşılmıştır. Örneğin kullanıcıların, arama motorlarını kullanarak bilgiye hızlı ve kolay

²⁶⁶ Güngör, a.g.e., s.130.

²⁶⁷ A.J. Flanagin, M. J. Metzger’den aktaran: Şükrü Balcı, Bünyamin Ayhan, “Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanım ve Doyumları Üzerine Bir Saha Araştırması, **Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, C.V, No:1, 2007, s.178,179.

bir şekilde erişebilmelerinin, televizyon gibi daha az interaktif bir araçla karşılaştırıldığında, gözetim altında tutma ihtiyacını internetten daha iyi bir şekilde giderdiği görülmektedir.²⁶⁸

Türkiye’de internet kullanım amaçlarıyla ilgili 2004-2013 yılları arasındaki dönemde ortaya çıkan istatistik verileri senelere göre değişiklik göstermektedir. 2004 senesinde yapılan araştırmalar, mesaj gönderme gibi iletişim amaçlarının, internet kullanımında öne çıktığını gösterirken, özellikle eğitim ve sağlık konularında bilgi aramanın ikinci sırada geldiğini göstermiştir. Televizyon izleme ya da gazete okuma gibi pratiklerin, gittikçe arttığı gözlemlenirken, örneğin 2007 senesinde bilgi amaçlı internet kullanımının iletişim pratiklerinin önüne geçtiği görülmektedir. 2013 senesinde yapılan son araştırma ise kişilerin interneti en çok çevrimiçi haber ya da gazete okuma amaçlı kullandığını ortaya koymuştur. Bu davranışları, sosyal gruplara katılma ve e-posta gönderimi izlemektedir.²⁶⁹

Üniversite gençlerinin medya kullanma alışkanlıkları üzerine yapılan bir çalışma, gençlerin enformasyon ihtiyacını karşılamada internetin büyük bir yer tuttuğunu ortaya koymuştur. İnternette en çok haber-gazete siteleri ziyaret edilmektedir. İnternetin evrenselliği en beğenilen özelliği olarak açıklanmıştır. Ancak güvenilirlik bağlamında internet, gazete ve televizyondan sonra gelmektedir.²⁷⁰ Gençlerin siyasal bilgi edinmede medya kullanım alışkanlıklarıyla yapılan başka bir araştırmanın sonuçlarına göre de internet, siyasal gündeme ilişkin bilgi edinmede en çok kullanılan kitle iletişim aracıdır. Güvenirlilik bağlamında gazete ilk sırayı alırken, en düşük ortalamayı dergiler ve radyolar almaktadır. Araştırmaya katılan gençler, genel gündem içerisinde en çok siyasal konuları cazip bulduklarını belirtirken, ekonomi ve sağlık

²⁶⁸ Monica Ancu, Raluca Cozma, “MySpace Politics: Uses and Gratifications of Befriending Candidates”, **Journal of Broadcasting and Electronic Media**, C.53, No:4, 2009, s.569.

²⁶⁹ TÜİK, “İnternet Kullanan Bireylerin İnterneti Kişisel Kullanım Amaçları” (Çevrimiçi) http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028, 13.04.2014.

²⁷⁰ Toruk, **a.g.e.**, s. 487.

konularıyla pek ilgilenmediklerini dile getirmişlerdir. Siyasal gündeme ilişkin konular içerisinde ise en çok yasal düzenlemelerle ilgili haberlerler üzerinde yoğunlaşırken, siyasal liderlere ilişkin konularla ilgilenmemektedirler. Erkekler kadınlara göre interneti daha çok kullanırken, gelir seviyesi yükseldikçe internete olan yönelim artmaktadır. Çalışmanın bir diğer sonucu da, siyasal gündeme daha fazla ilgi duyan gençler, siyasal gündeme ilişkin bilgi edinmede internetin daha fazla etkisi altında kalmaktadır.²⁷¹

Üniversite öğrencilerini ve akademik personelin sosyal medya kullanımını eksen alan başka bir çalışmaya göre, sosyal medyadan elde edilen doyumunu açıklayan birinci motivasyon sosyal çevre edinme/sosyalleşmedir. Sosyal medyanın çift taraflı etkileşim ve çevrimiçi iletişime uygun bir ortam sunması, arkadaş sohbetlerinin yerine internet üzerinden farklı bir şehirde yaşayan farklı sosyo-kültürel özellikteki insanlarla iletişime elverişli bir ortam sağlıyor olması, gençlerin bu mecraayı kullanma nedenlerinin başında gelmektedir. Eğlence, ortaya çıkan ikinci faktördür. Kişiler sosyal medya aracılığıyla videolar, resim, müzik vs. gibi paylaşımlar yaparak zaman geçirmektedir. Araştırmada ortaya çıkan sonuçlara göre sosyal medya kullanımını açıklayıcılık bakımından etkili olan üçüncü faktör stresten uzaklaşma faktörüdür. Sosyal medya, gündelik hayatın problem ve sıkıntılarından kaçış için bir yol olarak görülmektedir. Araştırmaya göre sosyal medya kullanımında etkili olan dördüncü ve en son faktör ise bilgi edinme faktörüdür. İnternet, günlük hayatımızın her ne kadar bir parçası haline gelmiş olsa da, kişilerin interneti bilgi edinme kaynağı olarak görmediği söylenebilir.²⁷² Ancak Kırgızistan'daki üniversite öğrencileriyle yapılan benzer bir çalışma internet kullanımında birinci faktörün bilgilenme/etkileşim ve kullanıcıları en az motive eden unsurun eğlence olduğunu göstermiştir.

²⁷¹ Ümit Arkan, Enderhan Karakoç, "Medyanın Genel ve Siyasal Gündeme İlişkin Bilgi Edinme Aracı Olarak Kullanımı: Görgül Bir Araştırma", **Türkiyat Araştırmaları Dergisi**, No:33, 2013, s.359,360.

²⁷² Habibe Akçay, "Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medyanın Kullanımı: Gümüşhane Üniversitesi Üzerine Bir Araştırma", **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, No:33, 2011, s.157,158.

Kırgızistan'daki mevcut durumun yani kapalı Sovyet sisteminden liberal sisteme geçişte bilginin paylaşımı, serbest piyasanın bilgi üzerine odaklanması ve eğitim sistemindeki çok etnikli yapı, toplumsal değişkenlerin internet kullanım amaçlarına yansımaları olarak düşünülebilir. Bilgi toplumu olmak için çaba harcayan bir ülke için çevrimiçi bilgilenme ve bilginin paylaşımı çok önemlidir.²⁷³

Ankara'da okuyan üniversite öğrencileriyle yapılan başka bir çalışma da katılımcıların en çok takip ettikleri kitle iletişim aracı olarak televizyonu göstermesi bakımından önemlidir. İkinci sırada internet gelmekte ve onu da gazete takip etmektedir. Medyayı takip oranı cinsiyetlere göre farklılık göstermektedir. Erkekler gündemi takip etmek için daha çok gazete ve internet kullanırken, kadınlar televizyon, radyo ve dergi gibi geleneksel kitle iletişim araçlarını tercih etmektedir. Katılımcıların gelir durumu da medya kullanımında önemli bir değişkendir. Kişilerin gelir seviyesi arttıkça televizyonun, gazetenin ve radyonun kullanımı azalmakta, buna karşın dergi ve internetin kullanımı artmaktadır. Çalışma ayrıca gençlerin öncelikle duygusal ihtiyaçlarını doyumlamak için medya kullandığı sonucuna varmıştır. Bunu sırasıyla bilişsel ihtiyaçlar, gerçeklerden kaçış, sosyal bütünleşme ve kişisel bütünleşme ihtiyaçları takip etmektedir.²⁷⁴ Her ne kadar alanda yapılan çalışmalar, insanların interneti, özellikle sosyal medyayı kullanma nedenlerinin arkasındaki iki önemli motivasyonun sosyalleşme ya da boş vakit geçirme olduğunu gösterse de, kişiler bilgilenmek için de bu mecraayı kullanmaktadır. Güvenlik problemleri ya da yasal boşluklar internete duyulan güveni azaltsa da, sınırsız ve en güncel bilgiye hızlı ve kolay bir şekilde erişim sağlayan internet, kişilere diğer kitle iletişim araçlarının karşılayamayacağı doyumlar sağlamaktadır.

²⁷³ Bünyamin Ayhan, Şükrü Balcı, "Kırgızistan'da Üniversite Gençliği ve İnternet: Bir Kullanımlar ve Doyumlar Araştırması", **Bilig Journal of Social Sciences of the Turkish World**, No:48, 2009,s.13-40.

²⁷⁴ Mehmet Küçük Kurt v.d., "Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Perspektifinden Üniversite Öğrencilerinin Medyaya Bakışı", **Selçuk İletişim**, C.6., No:1, 2009, s.46-49.

3.1.1. Siyasal Bilgilenme ve Sağladığı Doyumlar

Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı siyasal iletişim çalışmalarında ilk kez İngiltere’de Jay Blumler ve Denis McQuail tarafından 1964 genel seçimlerinde kullanılmıştır. Çalışma, parti liderlerine ve partilerin yönetilebilme yetkinliklerine yönelik seçmen algısını dönüştürmede televizyon yayınlarının oldukça etkin olduğunu ortaya koymuştur. Araştırmanın bulguları göz önüne alınarak, medyanın seçmenlere daha çok ve kaliteli bilgi ulaştırması gerekliliği vurgulanmıştır. Araştırmacılara göre bu sayede seçmenler siyasi bilgiye erişebilecek ve oyları hakkında daha yetkin kararlar alabileceklerdir.²⁷⁵ İletişim araştırmalarında daha önceki dönemlerde siyasal bilgiye erişim konusunda gazete ve televizyon gibi geleneksel kitle iletişim araçlarının baskınlığı söz konusuysen, bugün en yaygın siyasal bilgi kaynağının internet olduğu kabul edilmektedir çünkü web siteleri ve elektronik postayla başlayan bu yeni iletişim süreci, bloglar, Facebook ve Twitter gibi sosyal ağ siteleri gibi yeni uygulamalarla iletişimin anlamını genişletmiştir. İnternet pek çok insan için kolay erişilebilir ve ucuz bir bilgi kaynağıdır. Dolayısıyla, gündelik hayat pratiklerinin sürdürülmesinde diğer kitle iletişim araçları gibi önemli bir yere sahiptir. Türkiye ve Amerika ya da İtalya gibi diğer ülkelerde yapılan araştırmalarla karşılaştırıldığında, Türkiye’de yurttaşların sahip olduğu siyasal bilginin üst düzeyde olduğu görülmektedir. Bunun en büyük nedeni ülkede siyasetin, gündelik hayatın pek çok alanını ilgilendirmesinde yatmaktadır. Kişiler gerek çevrelerinde, gerekse kitle iletişim araçlarıyla yoğun bir siyasal bilgiye maruz kalmaktadır.²⁷⁶

Son yıllarda yeni medya ve siyaset üzerine yapılan çalışmaların çoğunlukla kullanımlar ve doyumlar yaklaşımını temel aldığı görülmektedir çünkü internetin iletişim sürecine getirdiği en radikal değişimlerden birisi, tek yönlü kitle iletişiminin,

²⁷⁵ Lilleker, a.g.e., s.279.

²⁷⁶ Serdar Öztürk, “Siyasal Bilgilenmede Medyanın Yeri İle İlgili Karşılaştırmalı Bir İnceleme”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, C.22, No:13, 2002, s.640.

araç ile kullanıcı arasındaki çok daha etkileşimli bir iletişim biçimine dönüşmesidir. Bu etkileşim, aktif izleyici kavramını medya kullanımının merkezine yerleştirmiştir. Yeni medya teknolojilerinin en önemli sonuçlarından biri de izleyiciyi dönüştürmesidir. İzleyiciler, tek yönlü kitle iletişimin pasif katılımcıları değildir, sürece aktif olarak katılan kullanıcılara dönüşmüşlerdir. Yani sadece tüketen değil aynı zamanda üreten ve çoğul olarak ele alınmaya başlamışlardır.²⁷⁷

İnternet kullanıcıları, elektronik kaynakların içerdiği bilgilere uygun olarak her yaş, her seviye ve her meslekten kullanıcılardır. Bunlar kütüphaneciler ve bilgi profesyonelleri; üniversite çalışanları ve araştırmacılar; diğer kurum çalışanları ve halktan bireyler olarak üç grup altında tanımlanmaktadır. Son kullanıcılar olarak niteleyeceğimiz bu kullanıcılar, işleriyle veya kendi alanlarıyla ilgili bilgileri, bir aracıya gereksinim duymadan taramaktadırlar. Bu kullanıcıların genel özelliği kendine has gereksinimleri ve tarama özelliklerinin olmasıdır. Bu kullanıcılar, ihtiyaçları kadarını öğrenmeyi istemekte ve fazla uzmanlık isteyen işlerin öğrenimini sonraya bırakmaktadırlar. Araştırmalarını hızla sonuçlandırmaya ve basit bir araştırmayı yürütmeye yetecek kadarını öğrenmeye eğilimlidir. Mevcut araştırmalar da, son kullanıcıların basit tarama gerektiren işleri kısa bir süre içinde öğrendiklerini göstermektedir.²⁷⁸

Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı da, kişilerin siyasal gündem hakkında bilgi edinmek amacıyla bilinçli olarak politik medya içeriklerine yöneldiğini kabul eder. Siyasal bilgilenmeyi de bir ihtiyaç olarak kabul eden kuram, bu motivasyonun arkasındaki gereksinimleri ve elde edilen doyumları ortaya çıkarmaya çalışır. Türkiye’de insanların internet kullanma motivasyonlarını ortaya koymaya çalışan araştırmalar yapılmasına karşın, seçim dönemlerinde yapılan araştırmalar daha çok

²⁷⁷ Koçak, a.g.e., s.7.

²⁷⁸ Nazan Uçak, Umut Al, “İnternet’te Bilgi Arama Davranışları”, **Türk Kütüphaneciliği Dergisi**, C.14, No:3, 2000, s.320.

siyasal iletişim çerçevesinde ele alınmaktadır. Bireylerin siyasal bilgi ihtiyaçlarını gidermek için de internete yönelmesi genellikle gözardı edilmektedir. Yapılan çalışmalar daha çok internet kullanımının siyasal katılım üzerindeki etkisini ortaya çıkarmakla sınırlı kalmıştır. Türkiye’de internet ve seçim kampanyası çalışmalarına 3 Kasım 2002 seçimleriyle birlikte girilmiştir ancak çok sınırlı bir ölçüde internetten yararlanılmıştır. Partilerin büyük çoğunluğu seçimlerden önce kendi sitelerini oluşturmuştur. Sadece Anavatan Partisi genç seçmenlere yönelmek için özellikle parti web sitesi üzerine yopunlaşmıştır ancak bunlar, interaktif olmayan statik sitelerdir.²⁷⁹

Blumler ve Kavanagh, Batı demokrasilerinde siyasal iletişimi üç farklı tarihi döneme ayırmışlardır: İkinci Dünya Savaşı’ndan sonraki ilk yirmi yılı siyasal partilerin altın çağı olarak adlandıran araştırmacılar, bu dönemi parti merkezli siyasal iletişim sistemi olarak nitelmişlerdir. Siyasal iletişim alanındaki ikinci dönem 1960’lı yıllarda televizyonun ortaya çıkışıyla farklı bir nitelik kazanmıştır. Televizyon, siyasetçiler ve yurttaşlar arasında belirleyici bir araç olmuştur. Üçüncü dönemde ise televizyonun yerini internet almıştır. Bu yeni iletişim biçimi hem politik taraftarlığın niteliğini arttırmış hem de toplumun elit zümrelerinin dışında politik oluşumların önünü açmıştır.²⁸⁰ Özellikle bloglar ve sosyal ağların, yurttaşlar için yeni bir kamusal alan yaratarak, siyasal bilginin niceliğini arttırdığı düşünülmektedir.

Amerika’da 2008 seçimlerinde, seçmenlerin sosyal ağlardaki aday profillerini ziyaret etme nedenlerini araştıran bir çalışma, başlıca nedenin toplumun diğer bireyleriyle iletişime girmek olduğunu ortaya koymuştur. Alt faktörler ise adayları destekleyen diğer kişilerle tanışmak ve düşüncelerini öğrenmektir. Bunu takip eden ikinci neden oy verilecek adaylar hakkında bilgi ve rehberlik hizmeti edinmektir.

²⁷⁹ Erkan Akar, “İnternetle Değişen Siyaset Pazarlaması: Dünyadan Örneklerle Yeni Trendler” (Çevrimiçi), <http://www.siyasaliletisim.org/pdf/internettesiyasetpazarlamasi.pdf>, 22.05.2014.

²⁸⁰ R. A. van Santen, “TV Programming in Times of Changing Political Communication: A Longitudinal Analysis of The Political Information Environment”, (Çevrimiçi), <http://dare.uva.nl/document/443547>, 22.05.2014.

Araştırmaya katılanlar internetten bilgi edinmenin kolay olduğunu ve diğer kitle iletişim araçlarından daha fazla bilgiye sahip olduklarını belirtmişlerdir. Katılımcılar vakit geçirmek için de aday profillerini ziyaret ettiklerini belirtmişler ve sıkıldıkları ya da yapacak başka bir şey bulamadıkları zaman, bu şekilde vakit geçirdiklerini ifade etmişlerdir. Buradaki dikkat çekici bir nokta genç kullanıcıların internete daha çok bilgi amaçlı girdiklerini belirtmesine karşın, orta yaşlı katılımcıların öncelikli amaç olarak eğlence faktörünü göstermiş olmalarıdır.²⁸¹

2009 yerel seçimlerinde yeni iletişim teknolojilerinin dönemin iktidar partisi AK Parti tarafından nasıl kullanıldığını ortaya koyan bir diğer çalışma, internet destekli seçim kampanyası için 1.5 milyon dolarlık bir kampanyanın yapıldığını göstermektedir. Bu kampanyada bütün yerel adaylar için hazırlanan web sayfaları ve adaylar için oluşturulan blogların yanı sıra, iktidar partisinin hizmetlerini de ortaya koyan değişik çalışmalara yer verilmiştir. Recep Tayyip Erdoğan adına açılan blog siteleri farklı tartışma ortamları hazırlamıştır. Ak Parti'nin seçim kampanyasını seçmenlere daha iyi tanıtmak için 100 bin aktif e-mail hesabına mesajlar gönderilmiştir. Hazırlanan bu e-mailler adayların önceki dönemlerde buldukları hizmetleri ve gelecek vaatlerini içeren bilgilendirici metin niteliğindedirler. Ayrıca Ak Parti Genel Merkezi tarafından oluşturulan 50 kişilik bir ekip de gelen e-maillere zamanında cevap vermek için oluşturulmuştur. Haber sitelerinde parti hakkında çıkan haberlere yorumda bulunmaları için 500 üniversite mezunu genç görevlendirilerek, yorumlarla partinin pozitif bir imaj çizmesi sağlanmıştır. Ak Parti'nin sürekli güncellenen web sitesine ek olarak, kadın ve gençlik kolları için de ayrı siteler oluşturulmuş ve kullanıcılardan gelen sorular günlük olarak cevaplanarak seçmenlerin bilgilenebilmesi amaçlanmıştır.²⁸²

²⁸¹ Ancu, Cozma, **a.g.e.**, s. 567-583.

²⁸² Hasan Sarı, "Siyasal İletişimde Yeni İletişim Teknolojilerinin Kullanımı: 2009 Yerel Seçimlerinde AK Parti'nin Çalışmaları" (Çevrimiçi) <http://www.hasansari.com.tr/upload/42603597.pdf>, 12.03.2014.

Seçim dönemlerinde insanların gazete okuma motivasyonlarını ortaya çıkarmaya çalışan başka bir araştırma, okurların en önemli motivasyonunun rehberlik olduğu sonucuna ulaşmıştır. Rehberlik faktörünü oluşturan maddeler incelendiğinde, vatandaşlar seçim dönemlerinde oylarını verecek adayın performansı hakkında yargıya varmada, tarafsız bakış açılarına ulaşmada, siyasal bilgi ve yazılara ulaşmada, kamuoyu araştırma sonuçlarını takip etmede, siyasal içerikli konuşacak sohbet konuları bulmada ve kendi siyasal görüşlerine yakın görüşler edinmede gazeteleri kullanmaktadır. Rehberlik motivasyonunu takip eden diğer nedenler de sırasıyla, boş zamanları değerlendirme, bilgi arama ve eğlencedir.²⁸³

Kaye ve Johnson, bireylerin siyasi tutumları ve interneti politik bilgiye erişim için kullanmaları arasındaki ilişkiyi irdeledikleri çalışmalarında, siyasal bilgilenme motivasyonları için rehberlik (yol gösterme), bilgi arama, eğlence ve sosyal etkileşim olmak üzere dört farklı faktör bulgulamışlardır.²⁸⁴ Yaptıkları bir diğer benzer çalışmada da aynı faktörlere ulaşmışlardır. Politik içerikli siteleri rehberlik amacıyla kullanan kişiler genellikle oylarını verecekleri adayların görüşleri hakkında bilgi sahibi olmak motivasyonu ile hareket ederler. Salt bilgi amacıyla bu siteleri kullanan bireyler ise özellikle belli başlı politik meseleler hakkında bilgilenme amacındadırlar ve politikayla daha yakından ilgilenirler. Gündelik hayatın stresinden uzaklaşmak amacıyla siyasal içerikli siteleri ziyaret edenler ise başkalarıyla politika hakkında konuşma gereksinimleri doyurma eğilimi göstermektedir.²⁸⁵

²⁸³ Şükrü Balcı v.d., “Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Seçim Dönemlerinde Gazete Okuma Alışkanlıkları ve Motivasyonlar: Konya Örneği”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, No:30, 2010, s.51-79.

²⁸⁴ Barbara K. Kaye, Thomas J. Johnson, “Online and In the Know: Uses and Gratifications of The Web for Political Information”, **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, C. 46, No:1, 2002.

²⁸⁵ Barbara K. Kaye, Thomas J. Johnson, “A Web for All Reasons: Uses and Gratifications of Internet Components for Political Information”, **Telematics and Information**, No:21, 2004.

Türkiye’de de benzer bir araştırma Hamza Bahadır Eser tarafından yapılmıştır. Çalışmada bireylerin siyasete duydukları ilgi ve siyasal konulara ilişkin bilgilere çevrimiçi ulaşma sıklığı arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı araştırılmıştır. Araştırmanın sonucunda iki değişken arasında pozitif bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca siyasal konulara ilişkin bilgilere çevrimiçi ulaşma sıklığının bireylerin siyasal ilgi ve siyasal katılım düzeyleri üzerinde doğrudan etkili olduğu görülmüştür.²⁸⁶ 2011 Genel Seçimleri’nde Konya’da siyasal katılma davranışları ve medya kullanımı ekseninde gerçekleştirilen başka bir araştırmanın sonuçlarına göre, siyasi parti bağlılığı ve siyasal bilgilendirme arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Katılımcıların çoğu destekledikleri parti hakkında kısmen bilgi sahibi olduğunu belirtmişlerdir ancak destekledikleri parti ile kurdukları bağ güçlendikçe siyasal atmosfere ilişkin ilgileri artmakta ve daha fazla bilgi arayışına girmektedir. Katılımcıların en sık kullandığı kitle iletişim aracı televizyonken, radyo en az kullanılan medyadır. Seçim döneminde siyasal kararların alınmasında en çok etkili olduğuna inanılan araçlar arasında televizyon, gazete, aile üyeleri ve internet ilk dört sırada bulunmaktadır. Araştırmaya katılanların gazetelerdeki siyaset haberlerini okuma ve televizyondaki siyasi tartışma programlarını izleme gibi medya kullanma sıklığı arttıkça, siyasal katılımlarında da artış kendini göstermektedir.²⁸⁷ Yapılan araştırmalar daha çok salt siyasal bilgilendirme motivasyonları ya da medya ve siyasal katılma arasındaki ilişkiyi ele alan çalışmalardır. Çevrimiçi siyasal bilgilendirme motivasyonları ve çevrimiçi ve çevrimdışı siyasal katılma arasındaki ilişkiyi mercek altına alan bir çalışma henüz yapılmamıştır. Yurttaşların seçme hakkına sahip olduğu temsili demokrasilerde büyük bir önem taşıyan seçimler sürecinde araştırmanın gerçekleştirilmesinin, siyasal bilgilendirme ihtiyacının en çok hissedildiği bir dönemde anlamlı sonuçlara ulaşılacağı düşünülmektedir.

²⁸⁶ H. Bahadır Eser, “Siyasal Bilgi Edinme Amacı İle İnternetin Kullanımı, Siyasal Yeterlilik, İlgi ve Katılım İlişkisi Üzerine Bir Araştırma”, **Turkish Studies**, C.VIII., No:8, 2013.

²⁸⁷ Şükrü Balcı vd., Medya..., **a.g.e.**, s.218-224.

3.1.2. Teknolojiye Dayalı Kuşaklar Sınıflandırması: Dijital Yerliler Kavramı

Son yıllarda hızla gelişen teknolojilerin siyasal, toplumsal ve ekonomik alanlarda getirdiği farklılaşmaların kuşaklar arasında da bir ayrılmaya neden olduğu literatürde genel kabul gören bir yaklaşımdır. Biyolojik anlamda kuşak terimi, ebeveynlerin ve çocukları arasındaki zaman dilimini ifade etmektedir. Sosyoloji alanında yapılan çalışmalarda da bu şekilde ele alınmaktadır ancak bazı araştırmacılar kuşak terimini gerek sosyolojik gerekse biyolojik olarak değiştirdiğini vurgulamaktadır. Öncelikle kadınlar günümüzde daha geç çocuk sahibi olmakta bu da ebeveynler ve çocuklar arasındaki yaş farkını arttırmaktadır.²⁸⁸ Ayrıca bugün kuşaklar arasında sosyal ve ekonomik değişimlerin değil, dijital hayata ilişkin farklılıkların da olduğu tezi giderek güçlenmektedir. Çünkü kuşak sadece aynı yaş aralığına değil, ortak ya da benzer deneyimlere ve dolayısıyla düşünce yapılarına sahip insanların oluşturduğu bir topluluktur. Bu nedenle dijital dünyaya yakın ya da uzak olma durumunun, kişilerin düşünce yapılarını, birbirinden farklı kılacağı düşünülmektedir.

İlk kez Marc Prensky tarafından ortaya atılan dijital göçmenler ve dijital yerliler kavramları, sayısal kültüre sonradan eklemlenen ve dijital dünyaya doğan kuşaklar arasında bilişsel düzeyde ciddi farklılıklar bulunduğu prensibine dayanır. Dijital yerliler olarak adlandırılan bu kuşak bazı kaynaklarda 1977-1994 arasında doğan “Y” kuşağı²⁸⁹, “Yeni Bin Yılın Öğrenenleri”²⁹⁰, “İnternet Kuşağı”²⁹¹ ve “Teknolojik Yerli”²⁹² gibi farklı ama benzer kavramlarla ifade edilmektedir. Bazı kaynaklar bu kuşağın doğum

²⁸⁸ Mark McCrindle, Emily Wolfinger, “Generations Defined”, **Ethos**, C.18, No:1, 2010, s. 8-13.

²⁸⁹ McCrindle, Wolfinger, **a.e.**, s.8-13.

²⁹⁰ Francesc Pedro, “The New Millennium Learners: Challenging our Views on ICT and Learning” (Çevrimiçi) <http://www.oecd.org/edu/cei/38358359.pdf>, 24.12.2014.

²⁹¹ Diane Oblinger, James Oblinger, “Educating The Net Generation” (Çevrimiçi) <https://net.educause.edu/ir/library/pdf/pub7101.pdf>, 24.12.2014.

²⁹² Carles Monereo, “The Virtual Construction of the Mind: The Role of Educational Psychology”, **Interactive Educational Multimedia**, No:9, 2004, s. 32.

yılımı 2000'lere kadar uzatır. Dijital yerliler, günümüz teknolojileriyle hayata başlayan ve tüm günlük işlerini teknolojiyle yürüten 21. y.y. çocuklarından ve gençlerinden oluşmaktadır. Dijital göçmenler ise 1980 öncesi doğan ve yeni teknolojilere uyum sağlamaya çalışan bir kuşaktır.²⁹³

Prensky makalesinde İngilizce'de yerli anlamına gelen 'native' kavramını dijital teknolojilerle büyüyen kuşağı anlatmak için kullanır çünkü bu kuşak, internet, video oyunları ya da bilgisayar gibi dijital teknolojilerin dilini ana dilleri gibi konuşmaktadır. Dijital göçmenler, her ne kadar yeni teknolojilere adapte olmaya çalışsalar da aksanlarından yani alışkanlıklarından kurtulamamaktadır. Çünkü onlar, çocuklarından daha farklı bir şekilde sosyalleşmişlerdir ve şimdi de yeni bir dil öğrenme sürecindedir. Bilim insanlarına göre sonradan öğrenilen dil, beynin değişik bölgesinde tutulmaktadır.²⁹⁴ Dolayısıyla sonradan öğrenilen dijital yetkinlik, hiç bir zaman kazanılan ana dil becerisi kadar etkinlik sağlamayacaktır. Dijital göçmenler ve yerliler arasındaki bir diğer belirgin fark, göçmenlerin teknolojiyi kullanımlarının daha çok bir gereksinimden kaynaklanmasına karşın, teknolojinin, dijital yerliler için bir yaşam biçimi olmasıdır.²⁹⁵

Dijital yerliler ve göçmenler arasındaki farklılıkları daha çok eğitim ekseninde tartışan Prensky, dijital göçmen öğretmenler ve yerli öğrenciler arasındaki öğrenme sürecinde çıkabilecek problemlere vurgu yapmaktadır. Dijital göçmen öğretmenler, bilgiye hızlıca ulaşmaya alışık yerli öğrencilere modası geçmiş (dijital dönem öncesine

²⁹³ Hatice Gökçe Bilgiç vd., "Dijital Yerlilerin Özellikleri ve Çevrimiçi Ortamların Tasarlanmasındaki Etkileri" (Çevrimiçi) http://yunus.hacettepe.edu.tr/~sadi/yayin/AB11_Bilgic-Duman-Seferoglu_DijitalYerliler_ve_CIO.pdf, 24.12.2014.

²⁹⁴ Marc Prensky, "Digital Natives, Digital Immigrants" (Çevrimiçi) <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>, 26.12.2014.

²⁹⁵ Necmi Eşgi, "Dijital Yerli Çocukların ve Dijital Göçmen Ebeveynlerinin İnternet Bağımlılığına İlişkin Algılarının Karşılaştırılması", **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, C. 28, No: 3, 2013, s.184.

ait) bir dille eğitim vermeye çalışmakta, dolayısıyla eğlenerek öğrenmeye alışkın bir kitlenin ihtiyaçlarına cevap verememektedir. Göçmen öğretmenler, öğrencilerin televizyon seyredirken ya da müzik dinlerken öğrenemeyeceğini düşünürler çünkü kendileri bu şekilde öğrenmedikleri için öğrenmenin eğlendirici olmadığına inanmaktadır.²⁹⁶

Prensky'nin dijital göçmenler ve yerlileri tanımlamak için yaş ve teknoloji yakınlığı arasında kurduğu paralellik, sınırları çok keskin olduğu yönünde sıkça eleştirilmektedir.²⁹⁷ Çünkü 1980 öncesi doğan ve bugün 30'lu yaşlar ile 40'lı yaşlarını yaşayan bir grup da teknolojik olanaklardan son derece faydalı bir biçimde yararlanmaktadır. Onlar da, dijital yerliler gibi bilgi edinmek için sürekli internet kullanmakta, dijital ortamda pek çok aktiviteyi aynı anda gerçekleştirmektedir. Dolayısıyla 1970 ve 1999 yılları arasında doğanlar için dijital melezler ifadesini kullanmanın daha doğru olacağı düşünülmektedir. Dijital melezler için teknoloji de, basılı kaynaklar da aynı derecede önemlidir. Her ne kadar teknolojiyi yerliler kadar etkin kullanmasalar da, dijital göçmenler gibi teknolojiye karşı değillerdir.²⁹⁸ Palfrey ve Gasser dijital göçmenler ve yerliler kategorisine daha yaşlı bir kategori eklemiş ve bunu dijital göçebeler olarak adlandırmıştır. Dijital göçmenler her ne kadar elektronik posta göndermeyi ve sosyal ağlara katılmayı sonradan öğrense de teknolojiye uzak değillerdir.

²⁹⁶ Marc Prensky, "Digital Natives, Digital Immigrants" (Çevrimiçi) <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>, 26.12.2014.

²⁹⁷ Prensky ikili kategorileştirmesinde herhangi bilimsel bir veriden hareket etmeden sadece yaş ve dijital dünyaya yakın olma temelinden hareket ettiği gerekçesiyle eleştirilmektedir. George Siemens, "Digital Natives and Immigrants: A Concept Beyond its Best Before Date" (Çevrimiçi) <http://connectivism.ca/blog/2007/10/>, 27.12.2014; Henry Jenkins, "Reconsidering Digital Immigrants..." (Çevrimiçi) http://henryjenkins.org/2007/12/reconsidering_digital_immigran.html, 27.12.2014; Jamie McKenzie, "Digital Nativism Digital Delusions and Digital Deprivation" (Çevrimiçi) <http://www.fno.org/nov07/nativism.html>, 27.12.2014.

²⁹⁸ Asiye Kakırman Yıldız, "Dijital Yerliler Gerçekten Yerli Mi Yoksa Dijital Melez mi?", **International Journal of Social Science**, C.5, No:7, 2012, s. 821,822.

Göçebeler ise dijital araçları kullansa da, daha çok geleneksel ve analog iletişim yapısına bağlı kalmaktadır.²⁹⁹ Dolayısıyla Palfrey ve Gasser da, kazanılmış ve öğrenilmiş dijital davranış kalıplarının altını çizmekte, kategorileştirmelerinde dijital göçmenlerin, dijital melezlerin yerini aldığı görülmektedir.

X ve Y kuşaklarının Facebook kullanımlarını ve doyumlarını ortaya çıkarmaya yönelik bir çalışma, kuşaklar arası motivasyonların benzer ama motivasyon nedenlerinin farklılaştığını göstermesi bakımından önemlidir. Örneğin her iki kuşak için de toplumsal gözetim önemli bir faktördür ancak gözetim nedenleri farklılaşmaktadır. X kuşağındaki kullanıcılar, çocukluk arkadaşlarını bulmak, bilgi edinmek ya da uzaktaki akrabalarıyla iletişim kurmak için Facebook kullanırken, Y kuşağı için merak dürtüsü ağır basmakta, daha çok karşı cinsle ilişki kurmak için çevrimiçi olmaktadır. Yeni şartlara uyum sağlama motivasyonu sadece X kuşağındaki katılımcılar için bulgulanmıştır. Kuşağın temsilcileri, Facebook'ta olmayı, çağın gerisinde kalmamak için gerekli olduğunu düşünmektedir. Ayrıca bu kişilerin, Y kuşağında bulunan çocuklarını ya da yeğenlerini Facebook aracılığıyla gözetim altında tutukları ve gerektiğinde onları uyardıkları görülmektedir. Y kuşağı ise X'den farklı olarak cesaret ve özgürlük motivasyonu göstermektedir. Özellikle karşı cinsle yüzyüze iletişimin yarattığı çekingenlik duygusunun sosyal ağlarda yaşanmaması bu kuşağın temsilcilerini Facebook'a yönelten bir diğer önemli motivasyondur.³⁰⁰ Dijital yerliler ve göçmenlerin Twitter kullanım alışkanlıklarını eksen alan benzer bir çalışma, dijital göçmenlerin Twitter'da daha az yer aldığını ve yerlilerden çok daha farklı özellikler sergilediklerini göstermiştir. Her ne kadar iki grup arasında kullanım sıklığı, aracı ve hesap sayısı bakımından benzerlikler olsa da, dijital yerlilerin takipçileri ve takip ettikleri

²⁹⁹John Palfrey, Gasser Urs, **Born Digital: Understanding The First Generation of Digital Natives**, 2008, NewYork, Basic Books, s.3,4.

³⁰⁰ Mine Yeniçeri Alemdar, Nahit Erdem Köker, "Facebook Use and Gratifications: A Study Directed to Determining the Facebook Usage of Generations X and Y in Turkey, **Mediterranean Journal of Social Sciences**, C.4, No:11, 2013, s. 246,247.

kullanıcılarla genel geçer bağ kurduklarına, dijital göçmenlerin ise daha uzun vadeli ve bağımlı ilişki kurdukları tespit edilmiştir.³⁰¹ Dolayısıyla her iki kuşağın da dijital teknolojilere yakın olduğu görülmektedir ancak Prensky'nin de vurguladığı gibi göçmenler teknolojiye kendi aksanlarını, yani alışmış oldukları değer yargılarını getirmekte, bu da her iki kuşağın çevrimiçi olma nedenlerini birbirinden farklılaştırmaktadır. Dijital yerliler sayısal medyayı hayatlarının merkezine yerleştirmiştir ve gündelik hayatının bilgilenme, eğlence ya da iletişim gibi her ihtiyacını çevrimiçi gidermektedir, göçmenler için ise dijital medya bir hayat biçiminden ziyade gereksinim halinde kullanılacak ikincil araçlar durumundadır.

3.2.Problem

Akademik literatürde, medyanın en önemli siyasal bilgi kaynağı olduğu varsayımından hareket ederek, kitle iletişim araçları ve siyasal davranış arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya çalışan pek çok etki araştırması bulunmaktadır. Bazıları hangi kitle iletişim araçlarının insanlara daha çok siyasal bilgi sağladığını ortaya çıkarmaya çalışırken, diğerleri medyanın siyasal katılma üzerindeki etkisine vurgu yapmaktadır. Özellikle 1990'lı yıllarda internet teknolojisinin yaygınlaşmaya başlaması ve bunu takip eden süreçte sosyal ağların gelişimi, siyasal bilgilenme ve katılma üzerine yapılan çalışmaların internete odaklanmasına neden olmuştur. Yurttaşları bilginin edilgen alıcısı olmaktan çıkarıp üreticisi durumuna getiren bu yeni mecra, siyasal bilgi kaynaklarını da doğal olarak arttırıp, çeşitlendirmiştir. Diğer bir ifadeyle, daha önceki dönemlerde geleneksel medyanın kamusal politikalar hakkında yurttaşları bilgilendirme misyonu bugün internete yüklenmiştir. Yeni iletişim teknolojileriyle birlikte, sansürden ve ideolojik bakış açısının olmadığı, bilgilendirmenin yanında diğer kitle iletişim araçlarıyla kurulamayan doğrudan iletişimi de mümkün kılan internetin, siyasal katılmayı arttıracığı ve böylece daha demokratik bir toplum inşa edeceği

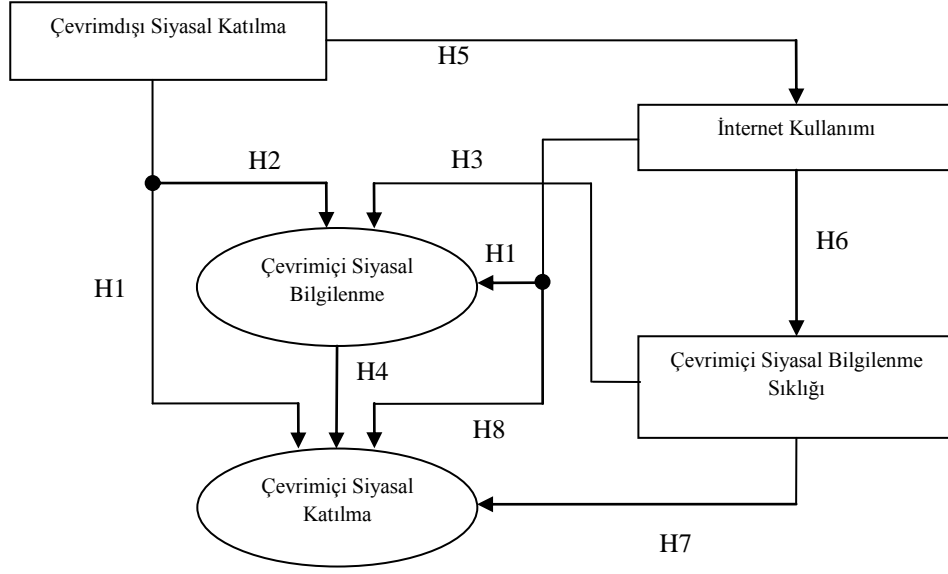
³⁰¹ Mustafa Çetin, Hatice Özgiden, "Dijital Kültür Sürecinde Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenlerin Twitter Kullanım Davranışları Üzerine Bir Araştırma" (Çevrimiçi) <http://egifder.gumushane.edu.tr/article/view/5000006387>, 25.12.2014.

öngörülmektedir. Ancak yapılan çalışmalar gençlerin oldukça düşük siyasal katılım gösterdiği noktasında birleşmektedir. Soule (2001) çalışmasında siyasal katılım ve bilgilenme seviyesinin kuşaklara göre farklılaştığını söylemektedir. 1968 – 1978 arası doğumluları “X Kuşağı”, 1978 ve sonrası doğanları “Y Kuşağı” içinde değerlendiren Soule, ailelerin politik katılma açısından iyi birer rol model olamadıkları için ABD’de seçimlere katılma oranının ortalama %50’lerde kaldığını belirtmektedir. Gençler eski kuşak Amerikalılara göre siyasal bilgilenme açısından daha geridedir ve siyasal gündemi takip etme seviyeleri de her geçen gün azalmaktadır. Aynı çalışma X ve özellikle Y kuşağının toplumu ilgilendiren konularda duyarsız kaldıklarını ve daha bireysel davrandığını öne sürmektedir.³⁰² Günümüzde gençlerin düşük siyasal katılım gösterdikleri pek çok demokratik ülkenin önemli sorunlarından biridir. Özellikle 1980-1995 yılları arasında doğmuş olanların bulunduğu Y kuşağının Türkiye nüfusunun büyük bir bölümünü oluşturduğu ve bu kuşaktaki kişilerin yeni iletişim teknolojilerini aktif olarak kullandığı düşünülürse, çevrimiçi siyasal bilgilenmenin, daha demokratik ve katılımcı bir toplum için ne kadar önemli olduğu ortaya çıkacaktır. Bu nedenle bu çalışmanın temel problemi Y kuşağının bir bölümünü oluşturan 18-22 yaş aralığındaki gençlerin siyasal bilgilenme motivasyonlarını araştırmak, katılımcıların çevrimiçi siyasal bilgilenmeye karşı düşüncelerini, kullandıkları çevrimiçi siyasal bilgilenme platformlarını ve katılma biçimlerini ayrıca çevrimdışı siyasal katılma davranışlarıyla olan ilişkisini ortaya çıkarmaktır.

3.3. Çalışmanın Modeli ve Hipotezler

Bu çalışmanın amacı Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımını temel alarak, 18-22 yaş arasındaki gençlerin çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları, çevrimiçi ve çevrimdışı siyasal katılım davranışları arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmaktır. Bu temel amaç doğrultusunda çalışmanın modeli ve oluşturulan ana hipotezler şu şekildedir:

³⁰² Suzanne Soule, “Will They Engage? Political Knowledge, Participation and Attitudes of Generations X and Y”, (Çevrimiçi) www.bpb.de/system/files/pdf/QURRWM.pdf, 03.04.2014.



Şekil 2. Araştırmanın Modeli

Araştırma Sorusu 1: Gençlerin siyasi katılım davranışları nelerdir?

Araştırma Sorusu 2: Gençlerin sosyo-demografik özellikleri ve siyasi katılım arasında nasıl bir ilişki vardır?

Hipotez 1: Katılımcıların cinsiyeti ve çevrimdışı siyasi katılım arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 2: Katılımcıların yaşları ve çevrimdışı siyasi katılım arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 3: Araştırmaya katılanların eğitim düzeyi ve çevrimdışı siyasi katılım arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 4: Gençlerin çalışma durumları çevrimdışı siyasi katılımında anlamlı farklılığa neden olmaktadır.

Hipotez 5: Katılımcıların aylık gelirlerine göre çevrimdışı siyasi katılımı anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Araştırma Sorusu 2: Gençlerin siyasi bilgi edinmek için kullandıkları kitle iletişim araçları nelerdir?

Hipotez 6: Gençlerin siyasal katılma düzeylerine göre siyasal bilgi edinmek için kullandıkları kitle iletişim araçları anlamlı farklılık göstermektedir.

Hipotez 7: Katılımcıların çevrimdışı siyasal katılım düzeyleri, haftalık internet kullanım sıklığına göre anlamlı farklılığa neden olmaktadır.

Hipotez 8: Gençlerin çevrimdışı siyasal katılım düzeylerine göre haftalık çevrimiçi siyasal bilgilenme sıklığı farklılaşmaktadır.

Araştırma Sorusu 3: Gençlerinin çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları nelerdir?

Araştırma Sorusu 4: Gençlerin sosyo-demografik özellikleri ve çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları arasında nasıl bir ilişki vardır?

Hipotez 9: Katılımcıların cinsiyeti ve çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 10: Katılımcıların yaşları ve çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 11: Araştırmaya katılanların eğitim düzeyi ve çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 12: Gençlerin çalışma durumları çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları için anlamlı farklılığa neden olmaktadır.

Hipotez 13: Katılımcıların aylık gelirlerine göre çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Araştırma Sorusu 5: Gençlerin çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları ve siyasal bilgilenmek için medya tercihleri arasında nasıl bir ilişki vardır?

Hipotez 14: Gençlerin siyasal bilgi edinmek için kullandıkları kitle iletişim araçlarına göre çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları anlamlı farklılık göstermektedir.

Hipotez 15: Katılımcıların çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları, haftalık internet kullanım sıklığına göre anlamlı farklılığa neden olmaktadır.

Hipotez 16: Gençlerin çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları, haftalık çevrimiçi siyasal bilgilenme sıklığına göre farklılaşmaktadır.

Araştırma Sorusu 6: Gençlerin çevrimiçi siyasal bilgilenme platformları nelerdir?

Araştırma Sorusu 7: Gençlerin çevrimiçi siyasal katılım faktörleri nelerdir?

Araştırma Sorusu 8: Gençlerin sosyo-demografik özellikleri ve çevrimiçi siyasal katılım faktörleri arasında nasıl bir ilişki vardır?

Hipotez 17: Katılımcıların cinsiyeti ve çevrimiçi siyasal katılım faktörleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 18: Katılımcıların yaşları ve çevrimiçi siyasal katılım faktörleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 19: Araştırmaya katılanların eğitim düzeyi ve çevrimiçi siyasal katılım faktörleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 20: Gençlerin çalışma durumları çevrimiçi siyasal katılım faktörleri için anlamlı farklılığa neden olmaktadır.

Hipotez 21: Katılımcıların aylık gelirlerine göre çevrimiçi siyasal katılım faktörleri anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Araştırma Sorusu 9: Gençlerin çevrimiçi siyasal katılım faktörleri ve siyasal bilgilenmek için medya tercihleri arasında nasıl bir ilişki vardır?

Hipotez 22: Gençlerin siyasal bilgi edinmek için kullandıkları kitle iletişim araçlarına göre çevrimiçi siyasal katılım faktörleri anlamlı farklılık göstermektedir.

Hipotez 23: Katılımcıların haftalık internet kullanım sıklığına göre çevrimiçi siyasal katılım faktörleri anlamlı farklılığa neden olmaktadır.

Hipotez 24: Gençlerin çevrimiçi siyasal katılım faktörleri, haftalık çevrimiçi siyasal bilgilenme sıklığına göre farklılaşmaktadır.

Araştırma Sorusu 10: Çevrimdışı siyasal katılım düzeyi ve çevrimiçi siyasal katılım arasında nasıl bir ilişki vardır?

Hipotez 25: Katılımcıların çevrimdışı siyasal katılım düzeyi arttıkça çevrimiçi siyasal katılımında da artış yaşanmaktadır.

Araştırma Sorusu 11: Çevrimiçi siyasal katılım düzeyi ve çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları arasında nasıl bir ilişki vardır?

Hipotez 26: Gençlerin çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları arttıkça, çevrimiçi siyasal katılım düzeyleri de artmaktadır.

3.4. Araştırmanın Önemi

Son yıllarda insanların sosyal medya kullanma motivasyonlarını ortaya çıkarmak için yapılan pek çok akademik çalışmanın yanında, siyasal katılmayı artırarak demokrasiyi güçlendireceği düşünülen internet ve siyasal katılma ilişkisine odaklanan çalışmalar da yapılmaktadır. Ancak siyasal katılmanın boyutlarından biri olarak kabul edilen siyasal bilgilenme ve internet ilişkisine, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde odaklanan araştırmalar sınırlı sayıdadır. Bu çalışma, internetin potansiyel kullanıcıları olarak kabul edilen 18-22 yaş arası farklı eğitim seviyelerinden gençlerin örneklem olarak aldığı ve çevrimiçi siyasal bilgilenmenin kişilere ne gibi motivasyonlar sağladığını ortaya koymaya çalışırken, aynı zamanda çevrimdışı siyasal katılım ve çevrimiçi siyasal bilgilenme ve katılım arasındaki ilişkiyi, ayrıca gençlerin siyasal bilgilenmeye yönelik tutumlarını ortaya çıkarmaya çalışan ilk araştırma olması nedeniyle akademik literatüre önemli bir katkı yapacağı düşünülmektedir. Bütün bunlara ek olarak çalışmanın siyasal enformasyonun en yoğun olduğu iki seçim arasındaki bir süreçte yapıyor olması çalışmanın önemini arttırmaktadır.

3.5. Varsayımlar

Varsayım (sayıltı), deneye kanıtlanmamış olmasına rağmen, kanıtlanabilirliği yüksek olan kuramsal düşünüyü ya da gerçekmiş gibi kabul edilerek bir olayı açıklamada yararlanılan ilke olarak kabul edilir.³⁰³ Bu çalışmada aşağıdaki varsayımlar doğru olarak kabul edilmiştir:

-Bireylerin çevrimiçi siyasal bilgilenme eylemlerinin arkasında bir takım motivasyonlar bulunmaktadır.

³⁰³ Niyazi Karasar, **Bilimsel Araştırma Yöntemi**, 17. Baskı, Ankara, Nobel Yayınevi, 2007, s.77.

-Seçilen örneklem grubu evreni temsil edecek niteliktedir.

-Katılımcıların, herhangi bir etki altında kalmadan doğru ve güvenilir bilgi verdiği varsayılmaktadır.

-Anket yoluyla sağlanan veriler geçerli ve güvenilirlerdir.

-Araştırmada kullanılan istatistik teknikler çalışmanın amacına uygundur.

3.6. Sınırlılıklar

Bu çalışma, İstanbul'da yaşayan ve internet üzerinden siyasal gündemi takip eden, 18-22 yaş arası gençlerle 2014 Temmuz ayında yüz yüze gerçekleştirilen anket sonucunda elde edilen verilerle sınırlıdır.

3.7. Yöntem ve Veri Toplama Tekniği

Yöntem konusu birçok araştırmanın önemli sorunlarından birisidir. Bu çalışmada kullanım ve doyum sağlama yaklaşımı merkeze alınmıştır. Bu yaklaşım liberal çoğulcu medya paradigması içerisinde yer almakta, medyanın dördüncü kuvvet olarak toplumsal işlevinin önemini paylaşmakta ve izleyicilerin de çoğulcu bir medya pazarında aktif yurttaşlar olarak kendilerine uygun kanal ve mesajı seçmeye yöneldiklerini varsaymaktadır. Böyle bir kabulden hareket etmekle birlikte kullanım ve doyum sağlama yaklaşımı işlevsel bir çözümlene içerisinde medyanın sistem/toplum ya da birey için işlevsiz kalan ya da yanlış işleyen (disfunctional) bir boyutu olduğunu eleştirirken de eleştirel yaklaşımların yalnızlaşma, yabancılaşma, politikasızlaşma gibi kimi kavramlarını da paylaşmaktadır.

Kullanım ve doyum sağlama araştırmalarına bakıldığında tarihsel olarak veri toplama tekniği kullanımında farklılıkların olduğu söylenebilir. Başlangıç araştırmaları, önceden belirlenmiş kategoriler üzerinden geliştirilen nicel veri toplama tekniği olan anketi yaygın olarak kullanmışlardır. Son dönem gerçekleştirilen araştırmalarda ise

alımlama ve derinlemesine mülakat gibi nitel veri toplama tekniklerinin de kullanıldığı görülmektedir.

Bir araştırma için en iyi yöntemin seçimi ancak araştırma sorunsalının belirlenmesinden sonra gerçekleşir çünkü bazı sorular sadece nicel yöntemler kullanılarak, bazıları ise nitel yöntemlerle cevaplanabilir. İki yaklaşımın da güçlü ve olumlu yanları bulunmaktadır. Örneğin Punch³⁰⁴ nicel araştırmanın güçlü taraflarını şu şekilde vurgular:

“Nicel veriler, standartlaştırılmaya, nesnel karşılaştırmalar yapmaya olanak verir; nicel araştırma ölçümleri, sistemli ve karşılaştırılabilir bir biçimde, durumların veya olguların kapsayıcı betimlemelerine olanak verir. Bu, söz konusu durum veya olguların çerçevesini ya da boyutlarını ana hatlarıyla çizebileceğimiz anlamına gelir.”

Nicel veriler, bir eylemin ne kadar sık ve yaygın yapıldığı sorularına cevap verirken, bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi ayrıntılı bir şekilde görebilmeyi mümkün kılar. Araştırmacı, çalışmanın bulgularını değerlendirirken daha objektif davranırken, çalışmanın başında belirlenen hipotezler elde edilen istatistik verileri ışığında test edilebilir. Bu çalışmanın amaçları doğrultusunda genel ve ilişkisel tarama modelinin en uygun yöntem olduğuna karar verilmiştir. Tarama modellerinde önemli olan var olanı değiştirmeye veya etkilemeye kalkmadan olduğu gibi gözlemleyebilmektir. İlişkisel tarama modelleri iki ya da çok sayıda değişken arasındaki değişimin varlığını ve/veya derecesini belirlemeye yönelik araştırma modelidir.³⁰⁵ Gençlerin çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarını ve çeşitli değişkenlerle olan ilişkisini belirlemeyi amaçlayan bu çalışmada bilimsel araştırmalarda genel bir çıkarım sağlamak için sıkça başvurulan yöntemlerden birisi olan yüz yüze anket yöntemi uygulanarak veri toplaması gerçekleştirilmiştir.

³⁰⁴ Keith F. Punch, **Sosyal Araştırmalara Giriş**, Çeviren: Dursun Bayrak v.d., Ankara, Siyasal Kitabevi, 2011, s. 128.

³⁰⁵ Karasar, **a.g.e.**, s.77-81.

3.7.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, internet kullanan gençler oluşturmaktadır. Bu evren içerisinde seçilen örnekleme ise, İstanbul’da yaşayan ve internet üzerinden siyasal bilgilenen 18-22 yaş arasındaki gençler oluşturmaktadır. Bu yaş aralığı aynı zamanda literatürde dijital yerliler olarak da tanımlanmaktadır. Çalışma için İstanbul ilinin ve bu yaş grubundaki gençlerin seçilmesinin önemli nedenleri vardır. Öncelikle Türkiye nüfusunun yaklaşık beşte birinin yaşadığı İstanbul, Türkiye’nin gelişmiş ekonomik ve sosyal yapısı ile en büyük ilidir. Farklı demografik özelliklere sahip İstanbul ilinde yapılacak bir çalışmanın Türkiye’nin başka farklı illerinde yaşayan gençlerle yapılacak başka bir araştırmanın sonuçlarına benzer bulgular sağlayabileceği düşünülmüştür. Ayrıca bu yaş aralığı, bireylerin siyasal davranışların şekillenmesinde önemli bir dönem olarak kabul edilmektedir. Bu yaş grubundaki gençler, yeni iletişim teknolojilerini aktif olarak kullanma eğilimi gösteren Y kuşağının da birer temsilcisidir. Birçoğu ilk kez ya da ikinci kez oy kullanacaktır. Bu dönem ayrıca psikososyal gelişim açısından geç/ileri ergenlik³⁰⁶ olarak adlandırılan dönemdir ve gencin değer yargıları, inançları ve hayata karşı bakış açısının bu süreçte netlik kazanmaya başladığı bir dönem olarak kabul edilmektedir.³⁰⁷ Bunlara ek olarak bireylerin eğitim düzeyi, siyasal bilgilene ve katılmada önemli bir değişken olarak kabul edildiği için çalışmayı farklı eğitim

³⁰⁶ “Genç yetişkinlik” dönemi yetişkinliğe girişi temsil ettiği için insan hayatındaki en önemli evrelerden biri olarak kabul edilmektedir ama bu dönemin yaşları konusunda tam bir uzlaşma bulunmamaktadır. Erikson’a göre 20-40, Bühler’e göre 25-45, Havighurst’e göre 18-35 yaşları arasındaki bireyler genç yetişkin olarak değerlendirilir. Yetişkinlik evrelerini yaş olarak kesin bir biçimde göstermenin zorluklarından biri, farklı sosyo-ekonomik, ulusal ve kültürel koşullar gibi etkenlerin bulunmasıdır. Diğer bir güçlük de günümüzde genç insanların daha hızlı büyümesi ancak gelişimlerini daha uzun zamanda tamamlamasından kaynaklanmaktadır. Çocukluğun son günleri ile yetişkinliğin bağımsızlık dönemi arasındaki sürenin uzaması ve işsizlik gibi sorunlar, problemlerin çözümü için gereken süreyi uzatmıştır. Bu nedenle bazı yazarlar ergenliğin son dönemi ile genç yetişkinlik arasında bir ara dönemden söz etmektedir. Bu dönemde ergenliğe göre daha kararlı özellikler gösterilmekte, öte yandan genç yetişkinliğin normatif özelliklerine (işe girme, evlenme, çocuk sahibi olma) tam anlamıyla ulaşılmış olmamaktadır. Bu ara dönem, üniversite eğitimi sürdürmekte olan, işe girmiş ama evlenmemiş ya da askerliğini yapmakta olan gençler için geçerli olabilir. Bekir Onur, **Gelişim Psikolojisi: Yetişkinlik, Yaşlılık, Ölüm**, İstanbul, İmge Kitabevi, 2014, s.93-100.

³⁰⁷ Evrim Akçan Parlaz vd., “Ergenlik Dönemi: Fiziksel Büyüme, Psikolojik ve Sosyal Gelişim Süreci”, (Çevrimiçi) <http://turkishfamilyphysician.com/upload/2012-4/10-16.pdf>, 20.05.2014.

seviyelerinden gençlerle gerçekleştirerek, araştırmanın amaçlarına uygun veriler elde edileceği düşünülmüştür.

Zaman ve maliyet açısından tüm evrene ulaşabilmek mümkün olmadığından, örneklem seçiminde orantılı tabakalama yöntemi kullanılarak, örneklemin genel evren içindeki sayıları oranında temsil edilmeleri sağlanmıştır. Çünkü örneklem seçiminde gözlemlenmesi gereken başlıca koşul, örneklemin evrendeki dağılıma çeşit ve oran yönünden benzer olmasıdır. 2013 TÜİK verilerine göre İstanbul'da yaşayan 18-22 yaş aralığındaki gençlerin toplam nüfusu 957.658 kişidir.³⁰⁸ Okur-yazar olmayanlar örnekleme dahil edilmediğinde araştırmanın evreni 957.381 olarak belirlenmiştir. Söz konusu ana kitleyi temsil edecek örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde;

$$n = N \cdot t^2 \cdot p \cdot q / d^2 (N-1) + t^2 p q^{309}$$

N: Hedef kitledeki birey sayısı

n : Örnekleme alınacak birey sayısı

p : İncelenen olayın görülüş sıklığı (gerçekleşme olasılığı)

q : İncelenen olayın görülmeysi sıklığı (gerçekleşmeme olasılığı)

t : Belirli bir anlamlılık düzeyinde, t tablosuna göre bulunan teorik değer

d : Olayın görülüş sıklığına göre kabul edilen \pm örnekleme hatasıdır

formülü kullanılarak homojen bir yapıda olmayan bu evren için % 95 güven aralığında, \pm % 5 örnekleme hatası ile gerekli örneklem büyüklüğü $n = 385$ olarak hesaplanmıştır. Bu nedenle araştırma örnekleminin 385 ve üzerinde katılımcıdan oluşmasının yeterli olacağı düşünülerek İstanbul ilinde yaşamakta olan 18-22 yaş aralığındaki 600 gençle anket uygulaması gerçekleştirilmiştir.

³⁰⁸ TÜİK, (Çevrimiçi), <http://rapory.tuik.gov.tr/17-11-2014-13:38:47-63370971116349707231729666143.html>, 22.05.2014.

³⁰⁹ Yahşi Yazıcıoğlu, Samiye Erdoğan, *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, 2. Basım, Ankara, Detay Yayıncılık, 2007, s.70.

Seçilen örnekleme ilgili evrene genelleme için örnekleme grubu içerisinde cinsiyet ve eğitim kotası uygulanmıştır. Cinsiyet ve eğitim kotası için Türkiye İstatistik Kurumu'nun verilerinden yararlanılmıştır. Bu nedenle öncelikle örnekleme alınan yaş aralığındaki ve aynı eğitim seviyesindeki gençlerin İstanbul'daki 18-22 yaş aralığındaki genç sayısına oranları hesaplanmıştır. Örneğin 18 yaşındaki kadın ve ilköğretim mezunu sayısı evrendeki öğrencilerin %5'ini oluşturuyorsa, örnekleme içinde de %5 oranında temsil edilmesi sağlanmıştır. Örneklemin yaş, cinsiyet ve eğitim durumuna göre dağılımı Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2. Örnekleme Dağılımı

| YAŞ | EĞİTİM DURUMU | KADIN | ERKEK | TOPLAM |
|-----|-------------------|-------|-------|--------|
| 18 | Okur-Yazar | 3 | 2 | 5 |
| | İlköğretim Mezunu | 27 | 38 | 65 |
| | Lise Mezunu | 30 | 25 | 55 |
| | Üniversite Mezunu | - | - | - |
| 19 | Okur-Yazar | 4 | 3 | 7 |
| | İlköğretim Mezunu | 20 | 29 | 49 |
| | Lise Mezunu | 37 | 36 | 73 |
| | Üniversite Mezunu | - | - | - |
| 20 | Okur-Yazar | 4 | 1 | 5 |
| | İlköğretim Mezunu | 18 | 15 | 33 |
| | Lise Mezunu | 35 | 35 | 70 |
| | Üniversite Mezunu | 2 | - | 2 |
| 21 | Okur-Yazar | 4 | 2 | 6 |
| | İlköğretim Mezunu | 17 | 21 | 38 |
| | Lise Mezunu | 30 | 32 | 62 |
| | Üniversite Mezunu | 6 | 3 | 9 |
| 22 | Okur-Yazar | 4 | 3 | 7 |
| | İlköğretim Mezunu | 18 | 22 | 40 |
| | Lise Mezunu | 26 | 29 | 55 |
| | Üniversite Mezunu | 12 | 7 | 19 |

Araştırmada ayrıca siyasal bilgilenme amaçlı internet kullanmayan gençler örneklem dışında tutulmuştur. Bu nedenle öğrencilere öncelikle siyasal gündemi internetten takip edip etmedikleri sorulmuş, eğer evet cevabı alınmışsa anket uygulamasına devam edilmiştir.

3.7.2. Veri Toplama Aracının Oluşturulması

Bilimsel araştırmalarda veri toplama araçlarından biri olan anket sorularına verilen yanıtlar kadar katılımcının düşünce tarzı ve bilinçliliği de önem taşır. Bu nedenle verilerin olabildiğince nitelikli olabilmesi için öncelikle ankete katılanların araştırmanın bağlamı ve amacı, gizlilik ve adlarının ifşa edilmeyeceği, verdikleri bilgilerin hangi amaçla kullanılacağı konusunda bilgilendirilmeleri gerekir. Diğer bir önemli nokta da soru formunun yüz yüze yanıtlanması tercih edilmelidir çünkü küçük ölçekli iyi verilere sahip olmak, daha geniş örneklem büyüklüğünde elde edilen daha düşük değerlerde verilere sahip olmaktan daha iyidir.³¹⁰ Veri toplama aşamasındaki bu iki önemli nokta ışığında, çalışmada yüz yüze anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Anket öncesinde katılımcılar, araştırmanın amaçları, kimlik ve adres bilgilerini paylaşmak zorunda olmadıkları konusunda bilgilendirilmişlerdir. Anket sorularının oluşturulmasında kullanımlar ve doyumlar kuramı çerçevesinde yapılan çalışmalar ve yine bu tezin diğer bir çıkış noktası olan sosyal medya ve siyasal katılma konularında hazırlanmış olan tez ve makalelerden yararlanılmıştır. Hazırlanan anket konuyla ilgili uzmanlara gösterilerek gerekli değişiklikler ve düzeltmelerle uygulanabilir hale getirilmiştir. Hazırlanan soruların katılımcılar tarafından anlaşılabilirliğini ve çalışma amacına uygunluğunu saptayabilmek için anket soruları öncelikle örneklem grubuna eşdeğer 50 gençle pilot bir çalışma yapılmıştır. Pilot uygulamadan elde edilen verilerin analiz edilmesi sonucunda, ankette yer alan ifadelerin daha anlaşılır olmasına yönelik bazı değişiklikler gerçekleştirilerek, uygulama aşamasına geçilmiştir.

³¹⁰ Punch, **a.g.e.**, s.101.

Gençlerin çevrimiçi siyasal bilgilenerek elde ettikleri doyumları ortaya çıkarmada ve çalışmanın amaçlarına ulaşmasında anketin uygulama dönemi büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle Türkiye’de yurttaşların dört farklı oy kullandığı 30 Mart 2014’teki yerel seçimler ve Türkiye’nin tarihinde ilk kez 10 Ağustos 2014’te gerçekleşecek cumhurbaşkanlığı seçimi gibi iki önemli seçimin yapıldığı 2014 yılı çalışmamız için önemlidir. Bu nedenle iki seçimin ortasına denk gelen Temmuz ayında saha araştırmasının yapılmasına karar verilmiştir. Çalışmanın bağımlı değişkenleri olan çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları ve çevrimiçi siyasal katılma düzeyini etkilemesi muhtemel bağımsız değişkenleri ölçmek için hazırlanan anket formu başlıca dört bölüm ve toplamda 78 sorudan meydana gelmektedir. Bunlar çevrimdışı siyasal katılma, medya kullanımı ve siyasal bilgilenme, çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları, çevrimiçi siyasal bilgilenme ve katılım platformları, çevrimiçi katılma davranışları ve sosyo-demografik özelliklerden oluşmaktadır.

Soru formunun birinci bölümünde gençlerin siyasal katılım davranışlarını belirlemeye yönelik evet-hayır şeklinde iki seçenekli, 18 maddelik bir ölçeğe yer verilmiştir. Bu bölümdeki sorular daha önceki³¹¹ çalışmalarda kullanılan siyasal katılım ölçekleri temel alınarak çeşitli değişikliklerle çalışmanın amacına uygun hale getirilmiştir.

İkinci bölümde katılımcıların medya kullanımlarını (siyasal bilgilenmeyi en çok hangi araçtan gerçekleştirdikleri) ve siyasal bilgilenmeye yönelik tutumlarını (siyasal bilgilenme araçlarını, internet ve çevrimiçi siyasal bilgilenme sürelerini, siyasal bilgilenmeye ilişkin internet hakkındaki düşüncelerini) ölçmeye yönelik 6 soru bulunmaktadır.

³¹¹ Hasan Topbaş, “David Easton’un Siyasal Sistem Kuramı Bağlamında Siyasal Katılma: Erzurum Seçimi Üzerine Bir Araştırma”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, No:30, 2010, s. 98; Balcı vd. (2013), **a.g.e.**, s. 193.

Anketin üçüncü bölümü kendi içinde üçe ayrılmaktadır. İlk bölümde gençlerin çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarını belirlemeye çalışan kullanımlar ve doyumlar ifadelerinden oluşan 19 maddelik bir ölçek kullanılmıştır. Daha önce Kaye ve Johnson'un³¹² çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarıyla ilgili yaptıkları araştırmalarda kullandıkları ölçek temel alınarak çeşitli değişikliklerle uygulamaya hazır hale getirilmiştir. Bu motivasyonlara katılma derecesini ölçmek için çoklu ölçek kategorisinde bulunan 5'li likert tipi bir ölçek kullanılmıştır. Bu ölçeğin aralıkları Hiç Katılmıyorum (1), Katılmıyorum (2), Kararsızım (3), Katılıyorum (4), Tamamen Katılmıyorum (5) şeklindedir. Diğer bölümde gençlerin çevrimiçi siyasal bilgilenme platformlarını keşfetmeye yönelik sorulardan oluşan 10 maddelik bir ölçek bulunmaktadır. Anket formunda mikro-blog uygulamaları gibi terimlerin bazı katılımcılara yabancı geleceği düşünüldüğünden parantez içinde örneklemeler yapılmıştır. Ölçeğin son sorusu, cevaplar arasında ölçekte yer verilmeyen farklı siyasal bilgilenme platformlarının olabileceği öngörülerek, katılımcı tarafından doldurulmak üzere diğer maddesi şeklinde boş bırakılmıştır.

Son bölüm gençlerin çevrimiçi siyasal katılma davranışlarını belirlemeye yönelik on sekiz maddelik bir ölçeğe ayrılmıştır. Bu ölçekte daha önce literatürde çevrimiçi siyasal katılma üzerine yapılan çalışmalar incelenmiş ve insanların en çok gerçekleştirdikleri siyasal katılma biçimleri derlenerek bir ölçek hazırlanmıştır. Yine bu ölçekteki son soru, farklı katılma biçimleri düşünülerek diğer maddesine ayrılarak katılımcılar tarafından doldurulması için boş bırakılmıştır. Araştırmaya katılan gençlerin genel demografik özelliklerinin belirlenebilmesi için soru formunun son bölümünde, katılımcıların cinsiyetleri, yaşları, eğitim seviyeleri, medeni durumları, çocuk sahipliği, çalışma durumları ve aylık gelirleri sorulmuştur.

³¹² Kaye, Johnson, A Web for..., **a.g.e.**

3.7.3. Verilerin Analizi

Sosyal bilimlerde yapılan alan araştırmalarının sonucunda bilimsel ve objektif sonuçların elde edilebilmesi için istatistiksel test ve ölçeklere ihtiyaç vardır. Çalışmanın beklenen sonuçlara ulaşması için kullanılan test ve ölçeklerin bilimsel uygunluğu büyük önem taşır.³¹³ Bu çalışmada elde edilen veriler SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows 21.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verileri değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel metotları (Sayı, Yüzde, Ortalama, Standart sapma) kullanılmıştır.

Araştırmada öncelikle çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarını ve katılma davranışlarını ortaya çıkarmak amacıyla ilgili ölçeklere faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi, maksimum varyansı açıklayan az sayıda açıklayıcı faktöre ulaşmayı sağlayan bir analiz tekniğidir. Nicel araştırmalar çok değişkenli çalışmalardır, bu da verilerin anlaşılmasını güçleştirir. Bu nedenle faktör analizindeki temel amaç ortak etkenleri bularak değişkenlerin sayısını azaltmaktır. Bu amaçla verilerin çözümlenmesine ölçülen özgün değişkenlerle başlanır ve sonra aralarındaki korelasyon tespit edilerek, faktör analizine tabi tutulur. Çözümleme, etkenler denilen, daha az sayıda değişkenler ile son bulur.³¹⁴ Faktör analizi açımlayıcı (exploratory) ve doğrulayıcı (confirmatory) olmak üzere iki temel yonteme ayrılır. Açımlayıcı faktör analizinde değişkenler arasındaki ilişkilerden hareketle faktör bulmaya yönelik bir işlem, doğrulayıcı faktör analizinde ise değişkenler arasındaki ilişkiden hareketle hipotezlerin test edilmesi söz konusudur.³¹⁵ Bu araştırmada çevrimiçi siyasal bilgilenme

³¹³ Yalçın Karagöz, Süleyman Ekici, “Sosyal Bilimlerde Yapılan Uygulamalı Araştırmalarda Kullanılan İstatistiksel Teknikler ve Ölçekler”, **Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, C.5, No:1, 2004, s. 26.

³¹⁴ Punch, **a.g.e.**, s. 124-125.

³¹⁵ Ergün Öksüz, Simten Malhan, **Sağlığa Bağlı Yaşam Kalitesi Kalitemetri**, Ankara, Başkent Üniversitesi, 2005, s.97

motivasyonlarını ve katılım davranışlarını ortaya çıkarmak amacıyla açımlayıcı faktör analizinden yararlanılmıştır.

Niceliksel verilerin karşılaştırılmasında iki grup arasındaki farkı tespit etmek için t-testi kullanılmıştır. T testi, gruplar arasındaki farklılıkların istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını ya da şansla ortaya çıkıp çıkmadığını test etmede kullanılan parametrik bir tekniktir. T testinde aynı değişken farklı gruplarda, farklı zamanlarda ya da bilinen bir evren ortalamasıyla karşılaştırılmak üzere ölçülür. Araştırma yöntemine bağlı olarak tek örneklem, bağımsız örneklem ve bağımlı örneklem olmak üzere üç farklı t testi vardır.³¹⁶ Bu çalışmada çevrimdışı siyasal katılma, çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları ve çevrimiçi siyasal katılım davranışlarının, cinsiyet, çocuk sahipliği ve çevrimiçi siyasal bilgiye yönelik düşüncelerle olan ilişkisini ortaya çıkarmak için bağımsız örneklem t testi (independent samples t test) kullanılmıştır.

Araştırmada ayrıca çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının, çevrimiçi ve çevrimdışı siyasal katılma düzeyinin yaş, eğitim, meslek, kitle iletişim aracı tercihi gibi, ikiden fazla grubun bulunduğu durumlarda, parametrelerin gruplar arası karşılaştırılmasında tek yönlü varyans analizi (One way ANOVA) esas alınmıştır. ANOVA (Analysis of Variance) grupların birtakım değişkenler açısından karşılaştırıldığı bir analiz tekniğidir.³¹⁷ Tek yönlü ANOVA, bağımlı değişken üzerinde etkisi araştırılan tek bir bağımsız değişken olduğunda yapılır. Güçlü bir parametrik yöntem olduğu için mükemmel normal dağılıma, homojen evrenlere ve yansız olmayan örneklemlemlerle gerçekleştirilen çalışmalarda da kullanılabilir.³¹⁸ Varyans analizi gruplar arasında fark olup olmadığını tespit etmeye çalışırken farklılığın hangi grup ya da gruplardan kaynaklandığını araştırmaz. Doayısıyla

³¹⁶ Şener Büyüköztürk vd., **Sosyal Bilimler İçin İstatistik**, 14. Baskı, Ankara, Pegem Akademi, 2014, s.153,154.

³¹⁷ Punch, **a.g.e.**, s.113.

³¹⁸ Büyüköztürk vd., **a.g.e.**, s. 178,179.

farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığının belirlenmesinde tamamlayıcı Post-hoc testi uygulanır.³¹⁹ Bu çalışmada farklılığa neden olan grubun tespitinde tukey post hoc testi esas alınmıştır.

Araştırmanın bağımlı ve bağımsız değişkenleri arasındaki ilişkiyi Pearson korelasyon, etki ise regresyon analizi ile test edilmiştir. Korelasyon analizi bağımlı ve bağımsız değişkenler arası ilişki düzeyini ve derecesini ölçen analizdir. Tek bir bağımsız değişkenin olduğu durumlarda basit korelasyon, birden fazla değişkenin bulunduğu çalışmalarda çoklu korelasyon uygulanır. Ortalamadan sapmaların temel alınarak ilişki düzeyini saptamak için yapılan teste korelasyon analizi denir.³²⁰ Regresyon analizi, değişkenler arasındaki neden-sonuç ilişkisini görmemizi sağlaması nedeniyle korelasyon analizinden ayrılır.

Ölçekler arasındaki korelasyon ilişkileri aşağıdaki kriterlere göre değerlendirilmiştir.³²¹

| <u><i>r</i></u> | <u>İlişki</u> |
|-----------------|---------------|
| 0,00-0,25 | Çok Zayıf |
| 0,26-0,49 | Zayıf |
| 0,50-0,69 | Orta |
| 0,70-0,89 | Yüksek |
| 0,90-1,00 | Çok Yüksek |

Elde edilen bulgular %95 güven aralığında %5 anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir.

³¹⁹ Murat Kayri, “Araştırmalarda Gruplar Arası Farkın Belirlenmesine Yönelik Çoklu Karşılaştırma (Post-Hoc) Teknikleri”, **Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, C.19, No:1, 2009, s. 52.

³²⁰ Aydın Türkbâl, **Bilimsel Araştırma Metodları ve Uygulamalı İstatistik**, Erzurum, 1981, s.158.

³²¹ Şeref Kalaycı, **SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri**, Ankara, Asil Yayıncılık, 2006, s.116

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: “SİYASAL BİLGİLENME ARACI OLARAK İNTERNET” ALAN ARAŞTIRMASI VERİLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Çalışmanın bu bölümü, araştırma probleminin çözümü için katılımcılardan ölçekler yoluyla toplanan nicel verilerin analizi sonucu elde edilen bulguları ve yorumları içermektedir. Çevrimdışı ve çevrimiçi siyasal katılma ve çevrimiçi siyasal bilgilenme bölümlerinde karşılaştırmalar yapabilmek amacıyla öncelikle ankete katılan gençlerin demografik ve tanımlayıcı özelliklerine ilişkin sonuçlara yer verilmiştir.

4.1. Katılımcıların Demografik ve Tanımlayıcı Özellikleri

Araştırmaya katılan gençlerin demografik ve tanımlayıcı özellikleri frekans analiziyle ortaya konmaya çalışılmıştır. Frekans analizine ilişkin sonuçlar Tablo 3’te yer almaktadır.

Tablo 3. Katılımcıların Demografik ve Tanımlayıcı Özelliklerine Göre Dağılımı**N:600**

| Tablolar | Gruplar | Frekans(n) | Yüzde (%) |
|--|-------------------|------------|-----------|
| Cinsiyet | Kadın | 297 | 49,5 |
| | Erkek | 303 | 50,5 |
| Yaş | 18 Yaşında | 125 | 20,8 |
| | 19 Yaşında | 129 | 21,5 |
| | 20 Yaşında | 110 | 18,3 |
| | 21 Yaşında | 115 | 19,2 |
| | 22 Yaşında | 121 | 20,2 |
| Eğitim Seviyesi | Okur-yazar | 30 | 5,0 |
| | İlköğretim Mezunu | 225 | 37,5 |
| | Lise Mezunu | 315 | 52,5 |
| | Üniversite Mezunu | 30 | 5,0 |
| Medeni Durumu | Evli | 38 | 6,3 |
| | Bekar | 547 | 91,2 |
| | Boşanmış/dul | 15 | 2,5 |
| Çocuk Sahibi Olma Durumu | Evet | 13 | 2,2 |
| | Hayır | 587 | 97,8 |
| Çalışma Durumu | Çalışıyorum | 229 | 38,2 |
| | Öğrenciyim | 19 | 3,2 |
| | Ev Kadınıyım | 35 | 5,8 |
| | İşsizim | 317 | 52,8 |
| Aylık Geliri | 750 TL Ve Altı | 384 | 64,0 |
| | 751 TL-1500 TL | 185 | 30,8 |
| | 1501 TL-2250 TL | 31 | 5,2 |
| Gündemdeki Siyasal Konularla İlgili Haberleri Aldığı Kitle İletişim Aracı | Televizyon | 390 | 65,0 |
| | Radyo | 18 | 3,0 |
| | Gazete | 23 | 3,8 |
| | İnternet | 169 | 28,2 |
| Haftalık İnternet Kullanma Süresi | 1-2 Gün | 162 | 27,0 |
| | 3-4 Gün | 103 | 17,2 |
| | 5-6 Gün | 132 | 22,0 |
| | Her Gün Düzenli | 203 | 33,8 |
| Siyasal Gündem Hakkında Bilgi Edinmek Amacıyla Haftalık İnternet Kullanma Süresi | 1-2 Gün | 234 | 39,0 |
| | 3-4 Gün | 122 | 20,3 |
| | 5-6 Gün | 76 | 12,7 |
| | Her Gün Düzenli | 168 | 28,0 |
| İnternet üzerinden Edindiği Bilginin, Siyasal Düşünceleri üzerinde Bir Etkide Bulunma Durumu | Evet | 161 | 26,8 |
| | Hayır | 439 | 73,2 |
| İnternetteki Siyasal Bilgiyi Güvenli Bulma Durumu | Evet | 149 | 24,8 |
| | Hayır | 451 | 75,2 |
| Kendisine Göre İnternetteki Siyasal Bilginin Kontrol Altına Alınması Gerekliliği | Evet | 344 | 57,3 |
| | Hayır | 256 | 42,7 |

Tablo 3'te görüldüğü üzere, örnekleme oluşturan 600 katılımcının 297'si (%49,5) kadın, 303'ü (%51,5) erkek olarak dağılmaktadır. Yaş açısından incelendiğinde 125'i (%20,8) 18 yaşında, 129'u (%21,5) 19 yaşında, 110'u (%18,3) 20 yaşında, 115'i (%19,2) 21 yaşında, 121'i (%20,2) 22 yaşındadır. Katılımcıların eğitim seviyesi incelendiğinde, 30'unun (%5,0) okur-yazar, 225'inin (%37,5) ilköğretim mezunu, 315'inin (%52,5) lise mezunu, 30'unun(%5) üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Çalışmaya katılanlar medeni durumu açısından incelendiğinde 38'i (%6,3) evli, 547'si (%91,2) bekar, 15'i (%2,5) boşanmış/dul katılımcılardan oluşmaktadır. Gençlerin 13'ü (%2,2)'ü çocuk sahibidir. Örneklemin sadece 18-22 yaş aralığındaki gençlerden oluşması evlilik ve çocuk sahipliği oranının düşük çıkmasında etkili bir faktör olduğu söylenebilir. Katılımcıların çalışma durumları incelendiğinde ilgili soruya gençlerin, 229'u (%38,2) çalışıyorum, 19'u (%3,2) öğrenciyim, 35'i (%5,8) ev kadınıyım, 317'si (%52,8) işsizim cevabını vermiştir. Örneklemin gelir durumuna bakıldığında 384'ü (%64,0) 750 TL ve altı, 185'i (%30,8) 751 TL-1500 TL, 31'i (%5,2) 1501 TL-2250 TL gelire sahiptir. Bu veriler ışığında araştırmaya katılan gençlerin ortalama 0-1500 TL arasında düşük bir gelire sahip olduğu söylenebilir.

Katılımcıların gündemdeki siyasal konularla ilgili medya kullanım alışkanlıkları incelendiğinde 390'ının (%65,0) televizyon, 18'inin (%3,0) radyo, 23'ünün (%3,8) gazete, 169'unun (%28,2) internet tercih ettiği görülmektedir. Bu veriler doğrultusunda televizyonun, gençler için siyasal gündemi takip etmede öncelikli kitle iletişim aracı olma özelliğini koruduğu görülmektedir. Katılımcıların siyasal gündemi takip etmek için en çok kullandıkları kitle iletişim araçları içinde internet ikinci sırada gelmektedir. Gazete ve radyo diğer araçlarla karşılaştırıldığında gençler tarafından oldukça az tercih edilmektedir. Gazete okumak ya da radyo dinlemek bugün internet sayesinde çevrimiçi olarak da gerçekleşmektedir. Dolayısıyla bu araçların yerini bugün internetin alması nedeniyle gazete ve radyo tercihlerinin düşük çıktığı söylenebilir. Örnekleme oluşturan gençlerin, haftalık internet kullanım sıklığıyla ilgili soruya 162'si (%27,0) 1-2 gün, 103'ü (%17,2) 3-4 gün, 132'si (%22,0) 5-6 gün, 203'ü (%33,8) her gün düzenli

cevabını verdiği görölmektedir. Katılımcıların siyasal gündem hakkında bilgi edinmek amacıyla internet kullanımları incelendiğinde ise 234'ünün (%39,0) 1-2 gün, 122'sinin (%20,3) 3-4 gün, 76'sının (%12,7) 5-6 gün, 168'inin(%28,0) her gün düzenli olarak internet kullandığı görölmektedir. Çevrimiçi siyasal bilgilenme sıklığının, genel internet kullanımına göre daha düşük bir ortalamaya sahip olduğu görülse de, elde edilen verilere dayanarak gençlerin siyasal gündemi yoğun bir şekilde internette takip ettiğini söylemek mümkündür.

Araştırma kapsamında katılımcılara yöneltilen çevrimiçi edindikleri bilginin siyasal düşünceleri üzerinde etkide bulunup bulunmadığına ilişkin soruya 161'i (%26,8) evet, 439'u (%73,2) hayır cevabını vermiştir. İnternetteki siyasal bilgiyi güvenli buluyor musunuz sorusunu, katılımcıların 149'u (%24,8) evet, 451'i (%75,2) hayır olarak yanıtlamıştır. İnternetteki siyasal bilginin kontrol altına alınması gerekliliğiyle ilgili soruya ise katılımcıların 344'ü (%57,3) evet, 256'sı (%42,7) hayır cevabını vermiştir. Çevrimiçi siyasal bilginin gençlerin çoğu tarafından güvenli bulunmaması, kontrol edilmesi gerekliliğiyle ilgili soruya verilen evet cevabının ortalamasını arttırmasına rağmen, bazı katılımcıların çevrimiçi bilgiyi güvensiz bulsa da kontrol edilmemesi gerektiğini düşündüğu söylenebilir. Zira siyasal bilgilenmede televizyonun birincil kitle iletişim aracı olarak görölmesi, gençlerin çevrimiçi siyasal bilgiye yönelik tutumlarını desteklemektedir.

4.2. Katılımcıların Çevrimdışı Siyasal Katılım Davranışları

Araştırmaya katılan gençlerin çevrimdışı siyasal katılım davranışlarını incelemek amacıyla oluşturulan ölçekte yer alan ifadelerin yüzdelerle dağılımları Tablo 4'te görölmektedir.

Tablo 4. Çevrimdışı Siyasal Katılma Maddelerinin Yüzdelerle Dağılımları**N:600**

| Çevrimdışı Siyasal Katılım Davranışları | Gruplar | Frekans(n) | Yüzde (%) |
|--|----------------|-------------------|------------------|
| 10 Ağustos 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimlerinde Oy Kullanacağım | Evet | 565 | 94,2 |
| | Hayır | 35 | 5,8 |
| 30 Mart 2014 Yerel Seçimlerinde Oy Kullandım. | Evet | 527 | 87,8 |
| | Hayır | 73 | 12,2 |
| Televizyonda Yayınlanan Siyasal İçerikli Tartışma Programlarını Seyrettim | Evet | 405 | 67,5 |
| | Hayır | 195 | 32,5 |
| Güncel Siyasal Konular Ve Gelişmelerle İlgili, Çevremdeki İnsanlarla Tartıştım. | Evet | 391 | 65,2 |
| | Hayır | 209 | 34,8 |
| Gazetede Güncel Siyasetle İlgili Yayınlanan Haberleri Ve Köşe Yazılarını Takip Ettim. | Evet | 296 | 49,3 |
| | Hayır | 304 | 50,7 |
| Desteklediğim Siyasal Parti /aday(lar) A Oy Vermeleri İçin Çevremdeki İnsanları İkna Etmeye Çalıştım. | Evet | 207 | 34,5 |
| | Hayır | 393 | 65,5 |
| Partilerin Düzenlediği Mitinglere Katıldım. | Evet | 156 | 26,0 |
| | Hayır | 444 | 74,0 |
| Seçim Dönemlerinde Yapılan Anketlere Katılarak Görüş Belirttim. | Evet | 134 | 22,3 |
| | Hayır | 466 | 77,7 |
| Siyasal İçerikli Panel, Açık Oturum Ve Konferanslara Dinleyici Olarak Katıldım. | Evet | 108 | 18,0 |
| | Hayır | 492 | 82,0 |
| Bir Siyasal Partinin Rozetini Taşdım Ya Da Bayrağını Aracıma Astım. | Evet | 120 | 20,0 |
| | Hayır | 480 | 80,0 |
| Bir Siyasal Partiye üye Oldum. | Evet | 121 | 20,2 |
| | Hayır | 479 | 79,8 |
| Bir Siyasal Parti Ya Da Aday(lar) In Seçim Kampanyasında Yer Aldım. | Evet | 146 | 24,3 |
| | Hayır | 454 | 75,7 |
| Beğendiğim Bir Uygulama İçin Devlet Yetkililerine Takdirlerimi Bildirdim. | Evet | 81 | 13,5 |
| | Hayır | 519 | 86,5 |
| Hükümeti Ya da Yerel Yönetimi Protesto Eden Bir İmza Kampanyasına Destek Verdim. | Evet | 95 | 15,8 |
| | Hayır | 505 | 84,2 |
| Gazetede Siyasi Haber Ya Da Köşe Yazılarıyla İlgili Düşüncelerimi; Telefon, Faks Ya Da Elektronik Posta Aracılığıyla İlgilisine Açıkladım. | Evet | 63 | 10,5 |
| | Hayır | 537 | 89,5 |
| Bir Protesto Gösterisine Katılarak Hükümeti Protesto Ettim. | Evet | 91 | 15,2 |
| | Hayır | 509 | 84,8 |
| Propaganda Amaçlı El İlanı, Broşür Dağıttım Veya Afiş Astım. | Evet | 108 | 18,0 |
| | Hayır | 492 | 82,0 |
| Siyasetle İlgili Bir Sivil Toplum Kuruluşuna üye Oldum. | Evet | 87 | 14,5 |
| | Hayır | 513 | 85,5 |

Katılımcıların siyasal katılım düzeylerinin istatistiksel sonuçları incelendiğinde en yüksek ortalamaya sahip olan siyasal katılım davranışının oy verme olduğu görülmektedir. “10 Ağustos 2014 cumhurbaşkanlığı seçimlerinde oy kullanacağım” ifadesine gençlerin 565’inin (%94,2) evet, 35’inin (%5,8) hayır olarak cevap verdiği, benzer şekilde “30 Mart 2014 yerel seçimlerinde oy kullandım” ifadesine 527’sinin

(%87,8) evet, 73'ünün (%12,2) hayır olarak cevap verdiği görülmektedir. Oy verme yönündeki siyasal katılım davranışını daha çok izleme faaliyetleri olarak gruplayabileceğimiz medya kullanımıyla ilgili ifadeler takip etmektedir. Katılımcılar, “televizyonda yayınlanan siyasal içerikli tartışma programlarını seyrettim” ifadesine verdiği cevaplara göre 405'i (%67,5) evet, 195'i (%32,5) hayır olarak dağılırken, “gazetede güncel siyasetle ilgili yayınlanan haberleri ve köşe yazılarını takip ettim” maddesine 296'sı (%49,3) evet, 304'ü (%50,7) hayır cevabını vermiştir. “Güncel siyasal konular ve gelişmelerle ilgili, çevremdeki insanlarla tartıştım” ifadesi %65,2, “desteklediğim siyasal parti /aday(lar)a oy vermeleri için çevremdeki insanları ikna etmeye çalıştım” %34,5, “partilerin düzenlediği mitinglere katıldım” maddesi %26,0 ortalamaıyla gençlerin en çok gerçekleştirdikleri diğer siyasal katılım davranışları olarak dikkat çekmektedir. Saha araştırmasının iki önemli seçim döneminde gerçekleştirilmesinin özellikle siyasal kampanyaya yönelik son iki ifadenin ortalamasını yükselttiği söylenebilir çünkü gençlerin en az gerçekleştirdikleri siyasal katılım davranışlarının, “gazetede ki siyasi haber ya da köşe yazılarıyla ilgili düşüncelerimi; telefon, faks ya da elektronik posta aracılığıyla ilgilisine açıkladım” %10,5, “siyasetle ilgili bir sivil toplum kuruluşuna üye oldum” %14,5, “bir protesto gösterisine katılarak hükümeti protesto ettim”, %15,2 ifadelerini içeren ve daha yoğun bir siyasal katılımı gerektiren eylemler olduğu görülmektedir.

Tablo 5. Katılımcıların Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeylerinin Ortalaması

N:600

| | Ort | Ss | Min. | Max. |
|-----------------------------------|------------|-----------|-------------|-------------|
| Çevrimdışı Siyasal Katılım | 6,168 | 3,393 | 0,000 | 18,000 |

Araştırmaya katılan gençlerin çevrimdışı siyasal katılım düzeylerinin ortalamasına ilişkin Tablo 5 incelendiğinde, katılımcıların orta düzeyde (6,168 ± 3,393) çevrimdışı siyasal katılım gösterdiği söylenebilir.

4.2.1. Sosyo-demografik Özellikler ve Çevrimdışı Siyasal Katılım

Araştırmaya katılan gençlerin, çevrimdışı siyasal katılım düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla, cinsiyet bağımsız değişkeni iki farklı gruptan oluştuğundan ilişkisiz örneklem için t-testi uygulanmıştır ancak grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır. ($p>0,05$). Diğer bir ifadeyle kadın ve erkek katılımcıların, çevrimdışı siyasal katılım düzeyleri arasında fark olmaması, her iki cinsiyetin de aynı çevrimdışı siyasal katılım düzeyine sahip olduğunu göstermektedir. Araştırma sonucunda edilen bu bulgu, kadınların, erkeklerden daha az siyasal katılım gösterdiğini ortaya koyan diğer çalışmaların sonuçlarından³²² farklı bir tablo ortaya koymaktadır. Dolayısıyla cinsiyet ve çevrimdışı siyasal katılım arasında ilişki öngören bir numaralı hipotez reddedilmiştir. Katılımcıların çevrimdışı siyasal katılım düzeylerinin, içinde buldukları yaş kategorilerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($F=4.839$; $p=0,001<0.05$). Başka bir ifadeyle, gençlerin, çevrimdışı siyasal katılım düzeyleri, yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Yaş değişkenine göre grupların betimsel istatistikleri Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Katılımcıların İçinde Buldukları Yaş Kategorilerinin Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeylerinin Göre Ortalamaları

N:600

| | Grup | N | Ort | Ss | F | p | Fark | |
|-----------------------|-------------|------------|------------|-----------|----------|----------|--------------|------------------------------------|
| Çevrimdışı Katılım | Siyasal | 18 Yaşında | 130 | 5,923 | 2,844 | 4,839 | 0,001 | 4 > 3 5 > 3 |
| | | 19 Yaşında | 117 | 6,222 | 3,330 | | | |
| | | 20 Yaşında | 118 | 5,178 | 3,299 | | | |
| | | 21 Yaşında | 114 | 6,597 | 3,544 | | | |
| | | 22 Yaşında | 121 | 6,942 | 3,716 | | | |

³²² Güldü, Kart, **a.g.e.**, s.99;Çukurçayır, **a.g.e.**, s.64; Kışlalı, Siyasal Sistemler...,**a.g.e.**, s.223,224.

Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tamamlayıcı post-hoc analizinden elde edilen sonuçlara göre, 21 yaşındaki genç internet kullanıcılarının çevrimdışı siyasal katılım puanları ($6,597 \pm 3,544$), 20 yaşındaki katılımcıların çevrimdışı siyasal katılım puanlarından ($5,178 \pm 3,299$) yüksek bulunmuştur. 22 yaşındaki gençlerin, çevrimdışı siyasal katılım puanlarının ($6,942 \pm 3,716$), 20 yaşındaki katılımcıların çevrimdışı siyasal katılım puanlarından ($5,178 \pm 3,299$) yüksek olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle katılımcılar, her ne kadar sınırlı bir yaş aralığındaki kişilerden oluşsa da, elde edilen sonuçların, aynı kuşak içinde birkaç yaş farklılıkların bile siyasal katılmayı etkileyen önemli bir faktör olduğu tezini desteklediği düşünülebilir.³²³ Analiz sonucuna göre iki numaralı hipotez doğrulanmıştır.

Araştırmaya katılan gençlerin eğitim seviyesi bağımsız değişkeni ve çevrimdışı siyasal katılım düzeyi arasında farklılık olup olmadığına yönelik tek yönlü Anova testi gerçekleştirilmiş ve elde edilen sonuçlara göre iki değişken arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($F=14,950$; $p=0,000<0.05$). Eğitim değişkenine göre grupların ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Katılımcıların Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeylerinin Eğitim Seviyesine Göre Ortalamaları

N:600

| | Grup | N | Ort | Ss | F | p | Fark |
|----------------------------|-------------------|----------|------------|-----------|----------|--------------|-----------------|
| Çevrimdışı Siyasal Katılım | Okur-yazar | 36 | 5,278 | 2,106 | 14,950 | 0,000 | 4 > 1 |
| | İlköğretim Mezunu | 198 | 6,177 | 3,374 | | | 4 > 2 |
| | Lise Mezunu | 314 | 5,799 | 3,176 | | | 4 > 3 |
| | Üniversite Mezunu | 52 | 8,981 | 4,104 | | | |

Çevrimdışı siyasal katılım puanlarının eğitim değişkenine göre hangi alt gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan post-hoc testine göre, üniversite mezunu genç internet kullanıcılarının çevrimdışı siyasal katılım puanları ($8,981 \pm$

³²³ Kışlalı, “Siyasal Tutumlarda Cinsiyet ve Kuşak Etkenleri: Bir Alan Araştırması”, Ankara **Üniversitesi SBF Dergisi**, C. 31., s.125.

4,104), eğitim seviyesi okur-yazar olan katılımcılardan (5,278 ± 2,106), ilköğretim (6,177 ± 3,374) ve lise mezunlarından (5,799 ± 3,176) yüksektir. Elde edilen veriler ve ilgili literatürdeki diğer çalışmalar ışığında, eğitim seviyesinin yükselmesinin, beraberinde çevrimdışı siyasal katılmayı da arttıran önemli bir faktör olduğu söylenebilir.³²⁴ Sonuç olarak eğitim düzeyi ve çevrimdışı siyasal katılım arasında ilişki olduğunu öngören çalışmanın üç numaralı hipotezi doğrulanmıştır.

Katılımcıların çevrimdışı siyasal katılma düzeylerinin, medeni durum değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine yönelik gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($p=0,001<0,05$). Diğer taraftan gençlerin, çevrimdışı siyasal katılım düzeylerinin çocuk sahibi olma durumu değişkenine bağımlı olup olmadığını belirlemek amacıyla, bağımsız değişken iki gruptan oluştuğu için t-testi kullanılmıştır ve değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($p>0,05$). Diğer bir ifadeyle katılımcıların medeni durumları ve çocuk sahipliğinin, çevrimdışı siyasal katılım düzeyini etkileyen değişkenler olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların çevrimdışı siyasal katılım düzeylerinin, çalışma durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($F=4,426$; $p=0,004<0,05$). Çalışma durumu değişkenine göre gençlerin çevrimdışı siyasal katılım düzeyine ilişkin tek yönlü Anova testi karşılaştırmasını gösteren dağılım Tablo 8’de gösterilmiştir.

³²⁴ Huntington, Dominguez, **a.g.e.** s.44-49.

Tablo 8. Katılımcıların Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeylerinin Çalışma Durumuna Göre Ortalamaları

N:600

| | Grup | N | Ort | Ss | F | p |
|----------------------------|--------------|----------|------------|-----------|----------|--------------|
| Çevrimdışı Siyasal Katılım | Çalışıyorum | 229 | 6,751 | 3,638 | 4,426 | 0,004 |
| | Öğrenciyim | 19 | 6,895 | 3,680 | | |
| | Ev Kadınıyım | 35 | 5,600 | 2,452 | | |
| | İşsizim | 317 | 5,767 | 3,222 | | |

Elde edilen sonuçlar, çalışan gençlerin, çevrimdışı siyasal katılım puanlarının ($6,751 \pm 3,638$), herhangi bir işte çalışmayan katılımcıların, çevrimdışı siyasal katılım puanlarından ($5,767 \pm 3,222$) yüksek olduğunu göstermektedir. Ev kadınları ($5,600 \pm 2,452$), çevrimdışı siyasal katılımı en düşük meslek grubunu oluştururken, işsiz olduğunu belirten gençlerin de, diğer katılımcılarla karşılaştırıldığında düşük siyasal katılım düzeyine ($5,767 \pm 3,222$) sahip olduğu görülmektedir. Analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre çalışmanın dört numaralı hipotezi doğrulanmıştır. Eğitim düzeyi ve çalışma durumuna ek olarak, gerçekleştirilen Anova analizi sonucunda katılımcıların ekonomik durumları ve çevrimdışı siyasal katılım düzeyleri arasında da anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($F=8,136$; $p=0,000<0.05$). Tablo 9, aylık gelir değişkenine göre katılımcıların çevrimdışı siyasal katılım puanlarına ilişkin tek yönlü Anova testi karşılaştırmasını göstermektedir.

Tablo 9. Katılımcıların Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeylerinin Aylık Geliri Göre Ortalamaları

N:600

| | Grup | N | Ort | Ss | F | p |
|----------------------------|-----------------|----------|------------|-----------|----------|--------------|
| Çevrimdışı Siyasal Katılım | 750 TL Ve Altı | 384 | 5,826 | 3,164 | 8,136 | 0,000 |
| | 751 TL-1500 TL | 185 | 6,989 | 3,779 | | |
| | 1501 TL-2250 TL | 31 | 5,516 | 2,897 | | |

Çevrimdışı siyasal katılım puanlarının aylık gelir değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere gerçekleştirilen post-hoc testi sonucunda, aylık 751 TL-1500 TL arası gelire sahip olan genç internet kullanıcılarının çevrimdışı siyasal katılım puanlarının ($6,989 \pm 3,779$), aylık geliri 750 TL ve altı olan gençlerin çevrimdışı siyasal katılım puanlarından ($5,826 \pm 3,164$) yüksek olduğu görülürken, en düşük ortalamaya sahip grubun aylık geliri 1501 TL-2250 TL arasında değişen katılımcılardan ($5,516 \pm 2,897$) oluştuğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle ortalama 751 TL-1500 TL gelire sahip gençlerin daha fazla siyasal katılım gösterdikleri söylenebilir. Böylelikle katılımcıların gelir seviyelerine göre çevrimdışı siyasal katılım düzeylerinin anlamlı bir farklılık gösterdiğini öne süren beş numaralı hipotez doğrulanmıştır.

4.2.2. Medya Kullanımı ve Çevrimdışı Siyasal Katılım

Çalışmanın bu bölümünde, gençlerin medya kullanımları ve çevrimiçi siyasal bilgilenmeye yönelik düşünceleri ile çevrimdışı siyasal katılımları arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmaya yönelik analiz bulgularına yer verilmiştir. Literatürde, daha önceki bölümlerde de değinildiği üzere, medya kullanımının siyasal katılımı arttırdığına yönelik çalışmalar bulunmaktadır³²⁵ ancak bu çalışmanın amacı, çevrimdışı siyasal katılım ve medya tercihleri arasında herhangi bir ilişki olup olmadığını tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda öncelikle araştırmaya katılan gençlerin siyasal bilgilenmek için medya tercihi ve çevrimdışı siyasal katılım düzeyi arasında farklılık olup olmadığına yönelik tek yönlü varyans analizi (Anova) gerçekleştirilmiş ve elde edilen sonuçlara göre, iki değişken arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($F=18,149$; $p=0,000<0.05$). Medya tercihi değişkenine göre grupların ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 10'da sunulmuştur.

³²⁵ Negrine, a.g.e.,163.

Tablo 10. Katılımcıların Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeylerinin Gündemdeki Siyasal Konularla İlgili Haberleri Aldığı Kitle İletişim Aracı Göre Ortalamaları

N:600

| | Grup | N | Ort | Ss | F | p | Fark |
|-------------------------------|-------------|----------|------------|-----------|----------|--------------|-----------------|
| Çevrimdışı Siyasal Katılım | Televizyon | 390 | 5,454 | 3,196 | 18,149 | 0,000 | 2 > 1 |
| | Radyo | 18 | 8,000 | 4,229 | | | 4 > 1 |
| | Gazete | 23 | 7,087 | 3,288 | | | |
| | İnternet | 169 | 7,497 | 3,277 | | | |

Çevrimdışı siyasal katılım puanlarının farklılaştığı grupları belirlemek amacıyla gerçekleştirilen post-hoc testi sonucunda, gündemdeki siyasal konularla ilgili haberleri radyo ile alan katılımcıların çevrimdışı siyasal katılım puanının ($8,000 \pm 4,229$), diğer gruplardan yüksek olduğu görülmektedir. En düşük ortalamaya sahip grubu televizyon tercih eden katılımcıların ($5,454 \pm 3,196$) oluşturduğu görülürken, internette siyasal bilgilenen gençlerin siyasal katılım düzeyinin ($7,497 \pm 3,277$) gazete tercih eden katılımcılardan ($7,087 \pm 3,288$) yüksek olduğu görülmektedir. Bu veriler ışığında çevrimdışı siyasal katılım düzeyi düşük olan katılımcıların daha çok televizyondan siyasal gündemi takip ettiğini, katılım seviyesi yükseldikçe daha çok internete yöneldiklerini söylemek mümkündür. Dolayısıyla gençlerin siyasal gündemi takip etmek için tercih ettikleri kitle iletişim araçlarının çevrimdışı siyasal katılım düzeylerine göre farklılaştığını öngören altı numaralı hipotez doğrulanmıştır.

Araştırmaya katılan gençlerin çevrimdışı siyasal katılım düzeylerine göre haftalık internet kullanım sıklığı da anlamlı olarak farklılaşmaktadır ($F=5,745$; $p=0,001<0.05$). Tek yönlü varyans analizi ve tamamlayıcı post-hoc testine ilişkin sonuçlar aşağıda yer almaktadır.

Tablo 11. Katılımcıların Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeylerinin Haftalık İnternet Kullanma Süresi Göre Ortalamaları

N:600

| | Grup | N | Ort | Ss | F | p | Fark |
|-------------------------------|-----------------|----------|------------|-----------|----------|--------------|-----------------|
| Çevrimdışı Siyasal Katılım | 1-2 Gün | 162 | 5,247 | 2,649 | 5,745 | 0,001 | 2 > 1 |
| | 3-4 Gün | 103 | 6,563 | 4,387 | | | 3 > 1 |
| | 5-6 Gün | 132 | 6,644 | 2,958 | | | 4 > 1 |
| | Her Gün Düzenli | 203 | 6,394 | 3,491 | | | |

Tablo 11'e göre en düşük ortalamaya sahip grubu, haftada 1-2 gün ($5,247 \pm 2,649$) internet kullanan gençlerin oluşturduğu görülmektedir. Haftada 5-6 gün ($6,644 \pm 2,958$) internet kullanan gençlerin, ilgili değişken puanının ($6,644 \pm 2,958$) diğer gruplardan yüksek olduğu gözlenirken, her gün düzenli ($6,394 \pm 3,491$) ya da 3-4 gün internete giren ($6,563 \pm 4,387$) katılımcıların birbirine yakın ortalamalara sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla çevrimdışı siyasal katılım düzeyi yüksek olan katılımcıların interneti daha yoğun kullandığı söylenebilir. Elde edilen veriler ışığında çalışmanın yedi numaralı hipotezi doğrulanmıştır.

Katılımcıların çevrimdışı siyasal katılma düzeyi ile siyasal gündem hakkında haftalık çevrimiçi bilgilenme sıklığı arasında da anlamlı bir ilişki söz konusudur ($F=9,773$; $p=0,000<0.05$). Tamamlayıcı post-hoc testine ilişkin sonuçlar Tablo 12'de verilmektedir.

Tablo 12. Katılımcıların Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeylerinin Siyasal Gündem Hakkında Bilgi Edinmek Amacıyla Haftalık İnternet Kullanma Süresi Göre Ortalamaları

N: 600

| | Grup | N | Ort | Ss | F | p | Fark |
|---------------------------------------|-----------------|----------|------------|-----------|----------|--------------|-----------------|
| Çevrimdışı Siyasal Katılım | 1-2 Gün | 234 | 5,470 | 2,934 | 9,773 | 0,000 | 2 > 1 |
| | 3-4 Gün | 122 | 7,164 | 3,976 | | | 3 > 1 |
| | 5-6 Gün | 76 | 7,197 | 2,935 | | | 2 > 4 |
| | Her Gün Düzenli | 168 | 5,952 | 3,467 | | | 3 > 4 |

Tabloya göre, siyasal gündem hakkında bilgi edinmek amacıyla haftalık internet kullanma süresi 3-4 gün ($7,164 \pm 3,976$) ve 5-6 gün ($7,197 \pm 2,935$) arasında değişen katılımcıların çevrimdışı siyasal katılma düzeylerinin, siyasal bilgilenme süresi 1-2 gün ($5,470 \pm 2,934$) ya da her gün ($5,952 \pm 3,467$) olan katılımcılardan yüksek olduğu görülmektedir. İnternette siyasal gündemi takip etme sıklığı düşük olan katılımcıların daha az siyasal katılım gösterdiğini ve çevrimdışı siyasal katılım düzeyi yüksek olan gençlerin haftalık çevrimiçi siyasal bilgilenme süresinin ortalama 3-4 gün arasında değiştiğini söylemek mümkündür. Dolayısıyla çalışmanın, çevrimiçi siyasal bilgilenme sıklığı ve çevrimdışı siyasal katılma arasında anlamlı bir ilişki öngören sekiz numaralı hipotezi de doğrulanmıştır.

Araştırmaya katılan gençlerin çevrimdışı siyasal katılım düzeylerinin internet üzerinden edindiği bilginin, siyasal düşünceleri üzerinde bir etkide bulunma durumu değişkenine göre bağımlı olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($t=7.334$; $p=0.000<0,05$). Grupların ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 13'te gösterilmektedir.

Tablo 13. Katılımcıların Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeylerinin İnternet Üzerinden Edindiği Bilginin, Siyasal Düşünceleri Üzerinde Bir Etkide Bulunma Durumuna Göre Ortalamaları

N:600

| | Grup | N | Ort | Ss | t | p |
|-----------------------------------|-------------|----------|------------|-----------|----------|--------------|
| Çevrimdışı Siyasal Katılım | Evet | 161 | 7,776 | 3,647 | 7,334 | 0,000 |
| | Hayır | 439 | 5,579 | 3,096 | | |

Tabloya göre, internet üzerinden edindiği bilginin, siyasal düşünceleri üzerinde bir etkisi olduğunu belirten katılımcıların çevrimdışı siyasal katılım puanlarının ($x=7,776$), çevrimiçi edindiği bilginin, siyasal düşüncelerini etkilemediğini düşünen gençlerin çevrimdışı siyasal katılım puanlarından ($x=5,579$) yüksek olduğu görülmektedir. Elde edilen bulguların çevrimiçi bilgilenme sıklığıyla paralellik içinde olduğu söylenebilir. Diğer bir ifadeyle çevrimdışı siyasal katılım düzeyi yüksek olan gençlerin daha çok internet üzerinden siyasal bilgilenmeyi tercih ettiğini ve bu nedenle internetin siyasal düşünceleri üzerinde etkisi olduğunu düşündüklerini ifade etmek mümkündür.

Katılımcıların çevrimdışı siyasal katılım düzeyi ve internetteki siyasal bilgiyi güvenli bulma durumu değişkenleri arasında da anlamlı bir ilişki saptanmıştır. ($t=5.144$; $p=0.000<0,05$). Yapılan t testi sonucunda elde edilen veriler Tablo 14’te görülmektedir.

Tablo 14. Katılımcıların Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeylerinin İnternetteki Siyasal Bilgiyi Güvenli Bulma Durumu Göre Ortalamaları

N:600

| | Grup | N | Ort | Ss | t | p |
|-----------------------------------|-------------|----------|------------|-----------|----------|--------------|
| Çevrimdışı Siyasal Katılım | Evet | 149 | 7,383 | 3,452 | 5,144 | 0,000 |
| | Hayır | 451 | 5,767 | 3,280 | | |

Tabloya göre internetteki siyasal bilgiyi güvenli bulan gençlerin, çevrimdışı siyasal katılım puanları ($x=7,383$), çevrimiçi siyasal bilginin güvenli olmadığını düşünen katılımcılardan ($x=5,767$) yüksektir. Diğer bir ifadeyle gençlerin çevrimiçi siyasal bilgiyi güvenli bulma durumunun, çevrimdışı siyasal katılımı etkileyen bir değişken olduğu görülmektedir.

Son olarak katılımcıların çevrimdışı siyasal katılım puanları ortalamalarının, internetteki siyasal bilginin kontrol altına alınması gerekliliği değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($t=-4,292$; $p=0,000<0,05$).

Tablo 15. Katılımcıların Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeylerinin Kendisine Göre İnternetteki Siyasal Bilginin Kontrol Altına Alınması Gerekliliği Göre Ortalamaları

| N:600 | | | | | | |
|----------------------------|-------|-----|-------|-------|--------|-------|
| | Grup | N | Ort | Ss | t | p |
| Çevrimdışı Siyasal Katılım | Evet | 344 | 5,663 | 3,454 | -4,292 | 0,000 |
| | Hayır | 256 | 6,848 | 3,191 | | |

Tablo 15'e göre, çevrimdışı siyasal katılımı yüksek olan gençler, çevrimiçi bilginin kontrol alınmaması gerektiğini düşünürken ($x=6,848$), çevrimdışı siyasal katılım düzeyi daha düşük olan katılımcılar, internetteki siyasal bilginin kontrol altına alınması gerektiğini belirtmişlerdir ($x=5,663$). Dolayısıyla çevrimdışı siyasal katılım düzeyi yüksek olan gençlerin, internetteki siyasal bilginin denetlenmesine yönelik negatif tutum içinde olduğu söylenebilir.

4.3. Katılımcıların Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonları

4.3.1. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarına İlişkin İfadelerin Ortalamaları

Gençlerin siyasal bilgilenmek için interneti hangi motivasyonlarla kullandığını belirlemeyi amaçlayan “hiç katılmıyorum (1) ve tamamen katılıyorum (5) arasında yer alan 19 maddelik ölçekte yer alan ifadelerin yüzdelik dağılımlarını ve ortalama değerlerini gösteren Tablo 16 ve 17 aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 16. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarına İlişkin İfadelerin Ortalamaları 1

N:600

| | Hiç Katılmıyorum | | Katılmıyorum | | Kararsızım | | Katılıyorum | | Tamamen Katılıyorum | | Ort | Ss |
|---|------------------|------|--------------|------|------------|------|-------------|------|---------------------|-----|-------|-------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | | |
| Oy Kararımı Vermemde Bana Yardımcı Oluyor. | 260 | 43,3 | 87 | 14,5 | 95 | 15,8 | 118 | 19,7 | 40 | 6,7 | 2,320 | 1,371 |
| Aday (lar) In Kişisel Özellikleri Hakkında Bilgi Sahibi Olmam Seçim Yapmamı Kolaylaştırıyor. | 205 | 34,2 | 71 | 11,8 | 124 | 20,7 | 154 | 25,7 | 46 | 7,7 | 2,610 | 1,378 |
| Önemli Konular Hakkında Belli Bir Tutuma Sahip Olmamı Sağlıyor. | 261 | 43,5 | 75 | 12,5 | 100 | 16,7 | 117 | 19,5 | 47 | 7,8 | 2,360 | 1,401 |
| Aday(lar) In Seçilmesi Durumunda Yapacakları Hakkında Bilgi Sahibi Oluyorum. | 242 | 40,3 | 87 | 14,5 | 118 | 19,7 | 106 | 17,7 | 47 | 7,8 | 2,380 | 1,367 |
| Siyasal Bilgi üzerinde İktidar (hükümet/medya Patronları) Kontrolü Olmadığı İçin Tarafsız Bakış Açılarında Ulaşmamı Sağlıyor. | 240 | 40,0 | 81 | 13,5 | 120 | 20,0 | 125 | 20,8 | 34 | 5,7 | 2,390 | 1,340 |
| Benim Gibi Diğer İnsanları Da Etkileyen Konular Hakkında Bilgi Sahibi Olabiliyorum. | 215 | 35,8 | 83 | 13,8 | 151 | 25,2 | 115 | 19,2 | 36 | 6,0 | 2,460 | 1,308 |

Tablo 17. Çevrimiçi Siyasal Bilgilendirme Motivasyonlarına İlişkin İfadelerin Ortalamaları 2

N:600

| | Hiç Katılmıyorum | | Katılmıyorum | | Kararsızım | | Katılıyorum | | Tamamen Katılıyorum | | Ort | Ss |
|---|------------------|------|--------------|------|------------|------|-------------|------|---------------------|------|-------|-------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | | |
| Çevrimiçi Siyasal Bilgilendirme Eklenceli Vakit Geçiriyorum. | 193 | 32,2 | 117 | 19,5 | 121 | 20,2 | 117 | 19,5 | 52 | 8,7 | 2,530 | 1,344 |
| Seçim Yarışının Heyecanını İnternette Yaşamak Hoşuma Gidiyor. | 189 | 31,5 | 77 | 12,8 | 135 | 22,5 | 112 | 18,7 | 87 | 14,5 | 2,720 | 1,442 |
| Diğer İnsanlarla Konuşabileceğim Ortak Bir Konu Sağlıyor. | 212 | 35,3 | 104 | 17,3 | 125 | 20,8 | 89 | 14,8 | 70 | 11,7 | 2,500 | 1,399 |
| Çevrimiçi Siyasal Bilgilendirme Vakit Geçirmeyi Seviyorum. | 185 | 30,8 | 84 | 14,0 | 139 | 23,2 | 150 | 25,0 | 42 | 7,0 | 2,630 | 1,331 |
| Diğer İnsanlarla Siyasal Konular Hakkında Konuşurken Görüşümü Savunabilmeme Yardım Ediyor. | 218 | 36,3 | 57 | 9,5 | 132 | 22,0 | 110 | 18,3 | 83 | 13,8 | 2,640 | 1,469 |
| Günlük Yaşamın Stresinden Uzaklaşıyorum. | 191 | 31,8 | 42 | 7,0 | 170 | 28,3 | 155 | 25,8 | 42 | 7,0 | 2,690 | 1,338 |
| Oy Vermeyi Düşündüğüm Aday(lar) İn Güçlü Yönlerini Bana Hatırlatıyor. | 214 | 35,7 | 54 | 9,0 | 149 | 24,8 | 124 | 20,7 | 59 | 9,8 | 2,600 | 1,400 |
| Siyasal Bilgiye Hızlı Bir Şekilde Ulaşabiliyorum. | 193 | 32,2 | 70 | 11,7 | 121 | 20,2 | 181 | 30,2 | 35 | 5,8 | 2,660 | 1,351 |
| Siyasal Bilgiyi Kolay Bir Şekilde Elde Edebiliyorum. | 180 | 30,0 | 49 | 8,2 | 124 | 20,7 | 168 | 28,0 | 79 | 13,2 | 2,860 | 1,440 |
| Aday(lar) İn Siyasal Konularla İlgili Nasıl Duruş Sergilediğini Görebiliyorum. | 189 | 31,5 | 52 | 8,7 | 136 | 22,7 | 132 | 22,0 | 91 | 15,2 | 2,810 | 1,463 |
| Özellikle Öğrenmek İstedğim Siyasal Konular Hakkında Bilgi Sahibi Olabiliyorum. | 215 | 35,8 | 72 | 12 | 121 | 20,2 | 160 | 27,0 | 32 | 5,0 | 2,540 | 1,350 |
| Gündemdeki Siyasal Konuları Takip Edebiliyorum | 168 | 28 | 56 | 9 | 143 | 24 | 147 | 25 | 86 | 14 | 2,880 | 1,421 |
| Yazılı ve Görsel Basında Bulamadığım Siyasal Haberlere/Düşüncelere İnternet Aracılığıyla Ulaşabiliyorum | 185 | 30,8 | 65 | 10,8 | 143 | 23,8 | 109 | 18,2 | 98 | 16,4 | 2,780 | 1,460 |

Tablo 16 ve 17 incelendiğinde en yüksek ortalamaya sahip olan ifadenin “siyasal bilgiyi kolay bir şekilde elde edebiliyorum” ($2,860 \pm 1,440$) olduğu dikkat çekmektedir. Gençler için bilginin internette kolay bir şekilde ulaşılabilir olmasının, çevrimiçi siyasal bilgilenme konusunda en önemli motivasyon olarak öne çıktığı görülmektedir. “Aday(lar)ın siyasal konularla ilgili nasıl duruş sergilediğini görebiliyorum”, katılımcıları çevrimiçi siyasal bilgilenme konusunda motive eden en önemli ikinci ifadedir. Gençlerin bu ifadeye ($2,810 \pm 1,463$) düzeyde katıldıkları görülmektedir. “Seçim yarışının heyecanını internette yaşamak hoşuma gidiyor” ($2,720 \pm 1,442$), “günlük yaşamın stresinden uzaklaşıyorum” ($2,690 \pm 1,338$) ve “siyasal bilgiye hızlı bir şekilde ulaşabiliyorum” ifadeleri de ($2,660 \pm 1,351$) öne çıkan diğer çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları olarak dikkat çekmektedir. Katılımcıların motivasyonlara yönelik ifadelerine verdikleri yanıtların ortalamalarının birbirine yakın değerlere sahip olmasına rağmen, en düşük ortalamaya sahip motivasyonun “oy kararımı vermemde bana yardımcı oluyor” ($2,320 \pm 1,371$) ifadesi olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla “önemli konular hakkında belli bir tutuma sahip olmamı sağlıyor” ($2,360 \pm 1,401$) ve “aday(lar) ın seçilmesi durumunda yapacakları hakkında bilgi sahibi oluyorum” ($2,380 \pm 1,367$) motivasyonları takip etmektedir. Saha araştırmasının iki önemli seçim döneminde gerçekleştirilmesine rağmen, seçimlere katılacak adaylar ve oy vermeyle ilgili ifadelerin oldukça düşük ortalamaya sahip olması dikkat çekmektedir ancak, bu araştırmanın sonuçlarına dayanarak gençlerin siyasal bilgilenmek için öncelikli kitle iletişim tercihlerinin televizyon olduğu düşünüldüğünde, internetin gençler tarafından, daha çok bilgiye kolay ve hızlı ulaşmayı sağlayan araç olarak tercih edildiği söylenebilir.

4.3.2. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarına İlişkin Faktör Analizi

Araştırmaya katılan gençlerin çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarını tespit etmek amacıyla soru formunda yer alan çevrimiçi siyasal bilgilenme ölçeğindeki 19 madde faktör analizine tabi tutularak çevrimiçi siyasal bilgilenme faktörlerinin yapısı elde edilmeye çalışılmıştır. Maddelerin güvenilirliğini hesaplamak için iç tutarlılık katsayısı olan “Cronbach Alpha” hesaplanmıştır. Ölçeğin 12. ve 13. ifadeleri iç tutarlılığı olumsuz etkilediğinden dolayı araştırmadan çıkarılmıştır. Ölçeğin genel güvenilirliği $\alpha=0.911$ olarak çok yüksek bulunmuştur. Ölçeğin yapı geçerliliğinin ortaya koymak için açıklayıcı(açımlayıcı) faktör analizi yöntemi uygulanmıştır. Yapılan Barlett testi sonucunda ($p=0.000<0.05$) faktör analizine alınan değişkenler arasında ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Yapılan test sonucunda ($KMO=0.901>0,60$) örnek büyüklüğünün faktör analizi uygulanması için yeterli olduğu tespit edilmiştir. Faktör analizi uygulamasında varimax yöntemi seçilerek faktörler arasındaki ilişkinin yapısının aynı kalması sağlanmıştır. Açımlayıcı faktör analizi sonucunda değişkenler toplam açıklanan varyansı %57.863 olan 3 faktör altında toplanmıştır. Sosyal bilimlerde %40 ile %60 arasında değişen varyans oranları yeterli kabul edilmektedir. Güvenirliğine ilişkin bulunan alpha ve açıklanan varyans değerine göre çevrimiçi siyasal bilgilenme ölçeğinin geçerli ve güvenilir bir araç olduğu anlaşılmıştır. Ölçeğe ait oluşan faktör yapısı Tablo 18’de görülmektedir.

Tablo 18. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Ölçeği Faktör Yapısı

| Boyut | Madde | Faktör Yüğü | Açıklanan Varyans | Cronbach's Alpha |
|--|---|-------------|-------------------|------------------|
| Bilgilenme (Özdeğer=7.223) | Siyasal Bilgiyi Kolay Bir Şekilde Elde Edebiliyorum. | 0,762 | 23,273 | 0,876 |
| | Gündemdeki Siyasi Konuları Takip Edebiliyorum. | 0,751 | | |
| | Siyasal Bilgiye Hızlı Bir Şekilde Ulaşabiliyorum. | 0,697 | | |
| | Özellikle Öğrenmek İstedğim Siyasal Konular Hakkında Bilgi Sahibi Olabiliyorum. | 0,696 | | |
| | Yazılı Ve Görsel Basında Bulamadığım Siyasal Haberlere/düşüncelere İnternet Aracılığıyla Ulaşabiliyorum. | 0,634 | | |
| | Aday(lar) In Siyasal Konularla İlgili Nasıl Duruş Sergilediğini Görebiliyorum. | 0,630 | | |
| Rehberlik/Gözlemleme (Özdeğer=1.968) | Aday(lar) In Seçilmesi Durumunda Yapacakları Hakkında Bilgi Sahibi Oluyorum. | 0,787 | 19,216 | 0,845 |
| | Oy Kararımı Vermemde Bana Yardımcı Oluyor. | 0,732 | | |
| | Önemli Konular Hakkında Belli Bir Tutuma Sahip Olmamı Sağlıyor. | 0,728 | | |
| | Siyasal Bilgi üzerinde İktidar (hükümet/medya Patronları) Kontrolü Olmadığı İçin Tarafsız Bakış Açıklarına Ulaşmamı Sağlıyor. | 0,695 | | |
| | Aday (lar) In Kişisel Özellikleri Hakkında Bilgi Sahibi Olmam Seçim Yapmamı Kolaylaştırıyor. | 0,613 | | |
| | Benim Gibi Diğer İnsanları Da Etkileyen Konular Hakkında Bilgi Sahibi Olabiliyorum. | 0,585 | | |
| Eğlence/Sosyal Fayda (Özdeğer=1.224) | Diğer İnsanlarla Konuşabileceğim Ortak Bir Konu Sağlıyor. | 0,708 | 15,374 | 0,781 |
| | Seçim Yarışımın Heyecanını İnternette Yaşamak Hoşuma Gidiyor. | 0,706 | | |
| | Çevrimiçi Siyasal Bilgilenerek Eğlenceli Vakit Geçiriyorum. | 0,653 | | |
| | Diğer İnsanlarla Siyasal Konular Hakkında Konuşurken Görüşümü Savunabilmeme Yardım Ediyor. | 0,582 | | |
| | Çevrimiçi Siyasal Bilgilenerek Vakit Geçirmeyi Seviyorum. | 0,435 | | |
| Toplam Varyans %57.863 | | | | |

Çevrimiçi siyasal bilgilenme ölçeğinin faktör analizi değerlendirilmesinde özdeğeri birden büyük faktörlerin ele alınmasına, değişkenlerin faktör içerisindeki ağırlığını gösteren faktör yüklerinin yüksek olmasına, aynı değişken için faktör

yüklerinin birbirine yakın olmamasına dikkat edilmiştir. Ölçeği oluşturan faktörlerin güvenilirlik katsayıları ve açıklanan varyans oranlarının yüksek olması ölçeğin güçlü bir faktör yapısına sahip olduğunu göstermiştir. Faktörlerin adlandırılmasında kullanımlar ve doyumlar kuramının ortaya koyduğu temel motivasyonlardan yararlanılmıştır.

Faktör analizi sonuçlarına göre birinci faktörde yer alan maddeler “*Bilgilenme*” olarak ele alınmıştır. Bilgilenme faktörünü oluşturan 7 maddenin güvenilirliği $\alpha=0.876$ olarak, açıklanan varyans değeri %23.273 olarak saptanmıştır. İkinci faktörde yer alan maddeler “*Rehberlik/Gözleme*” olarak tanımlanmıştır. Rehberlik/Gözleme faktörünü oluşturan 6 maddenin güvenilirliği $\alpha=0.845$, açıklanan varyans değeri %19.216’dır. Üçüncü faktörde yer alan maddeler “*Eğlence/Sosyal Fayda*” olarak ifadelendirilmiştir. Eğlence/sosyal fayda” faktörünü oluşturan 5 maddenin güvenilirliği $\alpha=0.781$, açıklanan varyans değeri %15.374 olarak saptanmıştır. Ölçekteki faktörlerin puanları hesaplanırken faktördeki maddelerin değerleri toplandıktan sonra madde sayısına bölünerek (aritmetik ortalama) faktör puanları elde edilmiştir. Katılımcıların çevrimiçi siyasal bilgilenme faktörlerinin ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 19’da gösterilmektedir.

Tablo 19. Katılımcıların Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Faktörlerinin Ortalamaları

| | Ort | Ss | Min. | Max. |
|--|------------|-----------|-------------|-------------|
| Bilgilenme | 2,757 | 1,069 | 1,000 | 5,000 |
| Rehberlik/Gözleme | 2,418 | 1,022 | 1,000 | 5,000 |
| Eğlence/sosyal Fayda | 2,604 | 1,021 | 1,000 | 4,800 |
| Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonları Genel Puanı | 2,602 | 0,877 | 1,000 | 4,560 |

Katılımcıların çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları incelendiğinde, ilk ve en yüksek ortalamaya sahip olan faktörün bilgilenme ($2,757 \pm 1,069$) olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle gençleri siyasal gündemi takip etmek için internete yönelten en önemli motivasyonun bilgi almaya yönelik olduğu söylenebilir. Siyasal bilgilenme motivasyonlarına ilişkin ikinci en önemli faktörün eğlence/sosyal fayda ($2,604 \pm 1,021$) olduğu saptanmıştır. Dolayısıyla gençlerin, salt bilgi amacıyla değil hoşça vakit geçirmek ve sosyal çevreleriyle iletişim kurmak için de internetten siyasal bilgilenmeyi tercih ettiği düşünülebilir. Diğer iki faktörle karşılaştırıldığında “rehberlik/gözleme” ortalamasının zayıf ($2,418 \pm 1,022$) olduğu görülürken, çevrimiçi siyasal bilgilenme genel puanı ortalamasının orta ($2,602 \pm 0,877$) düzeyde olduğu saptanmıştır. Faktörlerden elde edilen sonuçlara dayanarak ve önceki bölümlerdeki analiz bulgularıyla birlikte değerlendirildiğinde, internetin gençler için henüz rehber bir kitle iletişim aracı özelliği taşımadığı düşünülebilir. Gençler, siyasal bilgilenmek için televizyonu internete göre daha yoğun kullanmakta, oldukça büyük bir kısmı çevrimiçi siyasal bilgiye güvenmemektedir. Dolayısıyla seçim yapacakları bir süreçte onlara rehberlik edecek kitle iletişim aracının yine televizyon olacağını düşünmektedirler. İnternetin bilgiye erişimi kolaylaştırdığı ve hızlandırdığı düşünüldüğü için bilgilenme motivasyonu oldukça yüksektir. Eğlence ve sosyal fayda motivasyonun ikinci yüksek ortalamaya sahip olması, sosyal medya kullanımıyla ilişkilendirilebilir. Sonuçta bu mecralar da siyasal bilginin özellikle seçim dönemlerinde yoğun olarak paylaşıldığı platformlara dönüşmüşlerdir.

4.3.2.1. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Demografik ve Tanımlayıcı Özelliklere Göre Farklaşma Durumu

Çalışmanın bu bölümünde katılımcıların çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının, cinsiyet, yaş, eğitim durumu, meslek, gelir, medya kullanımı gibi bağımsız değişkenlerle ilişkisi incelenmektedir.

4.3.2.1.1. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu

Çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının, cinsiyet değişkenine bağımlı olup olmadığını belirlemek amacıyla t-testi gerçekleştirilmiş ve değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($p=0,000<0,05$). Cinsiyet değişkenine göre grupların ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 20’de verilmiştir.

Tablo 20. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu

| N:600 | | | | | | |
|--|-------|-----|-------|-------|--------|--------------|
| | Grup | N | Ort | Ss | t | p |
| Bilgilenme | Kadın | 294 | 2,563 | 1,070 | -4,442 | 0,000 |
| | Erkek | 306 | 2,944 | 1,035 | | |
| Rehberlik/Gözleme | Kadın | 294 | 2,206 | 0,924 | -5,091 | 0,000 |
| | Erkek | 306 | 2,622 | 1,070 | | |
| Eğlence/Sosyal Fayda | Kadın | 294 | 2,454 | 1,027 | -3,577 | 0,000 |
| | Erkek | 306 | 2,749 | 0,995 | | |
| Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonları Genel Puanı | Kadın | 294 | 2,414 | 0,839 | -5,268 | 0,000 |
| | Erkek | 306 | 2,783 | 0,876 | | |

Tabloya göre, erkek katılımcıların bilgilenme, rehberlik/gözleme ve eğlence/sosyal fayda faktör ortalamalarının, kadın katılımcılardan yüksek olduğu görülmektedir. Gençlerin genel çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları genel puanı da cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. ($t=-5,268$; $p=0,000<0,05$). Genç erkek internet kullanıcılarının çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları genel puanının ($x=2,783$), kadın katılımcılardan ($x=2,414$) yüksek olduğu saptanmıştır. Diğer bir ifadeyle erkek katılımcıların, çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının, kadınlara göre daha yüksek olduğunu söylemek mümkündür. Elde edilen sonuçlar önceden yapılan çalışmalarla benzerlik taşımaktadır. Analiz sonucuna göre araştırmanın dokuzuncu hipotezi doğrulanmıştır.

4.3.2.1.2. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Yaşa Göre Farklılaşma Durumu

Araştırmaya katılanların çevrimiçi siyasal bilgilenme konusundaki motivasyonlarının içinde buldukları yaş kategorilerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyabilmek amacıyla tek yönlü varyans analizi (Anova) yapılmıştır. Analize ilişkin sonuçlar Tablo 21’de sunulmuştur.

Tablo 21. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Yaşa Göre Farklılaşma Durumu

| N:600 | | | | | | | |
|--|------------|-----|-------|-------|--------|--------------|-----------------|
| | Grup | N | Ort | Ss | F | p | Fark |
| Bilgilenme | 18 Yaşında | 130 | 2,678 | 0,919 | 1,524 | 0,194 | |
| | 19 Yaşında | 117 | 2,968 | 0,986 | | | |
| | 20 Yaşında | 118 | 2,714 | 1,001 | | | |
| | 21 Yaşında | 114 | 2,679 | 1,132 | | | |
| | 22 Yaşında | 121 | 2,754 | 1,270 | | | |
| Rehberlik/ Gözlemleme | 18 Yaşında | 130 | 2,309 | 0,947 | 13,458 | 0,000 | 5 > 1 |
| | 19 Yaşında | 117 | 2,288 | 0,985 | | | 5 > 2 |
| | 20 Yaşında | 118 | 2,013 | 0,816 | | | 4 > 3 |
| | 21 Yaşında | 114 | 2,620 | 1,032 | | | 5 > 3 |
| | 22 Yaşında | 121 | 2,866 | 1,107 | | | |
| Eğlence/sosyal Fayda | 18 Yaşında | 130 | 2,608 | 1,027 | 2,895 | 0,022 | 5 > 3 |
| | 19 Yaşında | 117 | 2,656 | 0,964 | | | |
| | 20 Yaşında | 118 | 2,439 | 0,907 | | | |
| | 21 Yaşında | 114 | 2,474 | 1,044 | | | |
| | 22 Yaşında | 121 | 2,835 | 1,114 | | | |
| Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonları Genel Puanı | 18 Yaşında | 130 | 2,536 | 0,803 | 3,626 | 0,006 | 5 > 3 |
| | 19 Yaşında | 117 | 2,655 | 0,747 | | | |
| | 20 Yaşında | 118 | 2,404 | 0,715 | | | |
| | 21 Yaşında | 114 | 2,602 | 0,942 | | | |
| | 22 Yaşında | 121 | 2,814 | 1,088 | | | |

Tablo incelendiğinde, bilgilenme faktörü dışındaki diğer faktörler ve yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir ($p=0,000<0,05$).

Rehberlik/gözlemeleme motivasyonu için farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla yapılan tamamlayıcı post-hoc analizi sonuçlarına göre, en yüksek ortalamaya sahip yaş grubunu 22 yaşındaki gençlerin oluşturduğu görülmektedir ($2,866 \pm 1,107$). Bunu sırasıyla 21 ($2,620 \pm 1,032$), 18 ($2,309 \pm 0,947$) ve 19 ($2,288 \pm 0,985$) yaşındaki katılımcılar takip ederken, 20 yaşındaki gençlerin en düşük rehberlik/gözlemeleme motivasyonuna ($2,013 \pm 0,816$) sahip olduğu görülmektedir.

Eğlence/sosyal fayda motivasyonu için de en yüksek ortalamaya sahip grubu 22 yaşındaki gençlerin ($2,835 \pm 1,114$) oluşturduğu görülmektedir. Bunu 19 yaşındaki katılımcılar ($2,656 \pm 0,964$) takip ederken, 20 yaş aralığındaki kullanıcıların ($2,439 \pm 0,907$) en düşük ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla 22 yaşındaki gençlerin internetten bilgilenmeyi eğlence/sosyal fayda amaçlı kullanma motivasyonunun diğer yaş gruplarına göre daha yüksek olduğu söylenebilir.

Çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları genel ortalaması incelendiğinde grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($F=3,626$; $p=0,006<0.05$). Buna göre, 22 yaş grubundaki katılımcıların çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları genel puanı ($2,814 \pm 1,088$), diğer yaş gruplarındaki katılımcılardan yüksek bulunmuştur. En düşük ortalamaya sahip grubu, rehberlik/gözlemeleme ve eğlence/sosyal fayda faktörlerinde olduğu gibi 20 yaşındaki gençlerin oluşturduğu ($2,404 \pm 0,715$) görülmektedir. Bu sonuçlar yaş ve çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları arasında anlamlı bir farklılık öngören on numaralı hipotezin kısmen doğrulandığını göstermektedir.

4.3.2.1.3. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Eğitim Seviyesine Göre Farklılaşma Durumu

Katılımcıların çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarını ve eğitim seviyesi arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını ortaya koyabilmek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (Anova) ve farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tamamlayıcı post-hoc analizi sonuçları tablo 22’de görülmektedir.

Tablo 22. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Eğitim Seviyesine Göre Farklılaşma Durumu

N:600

| | Grup | N | Ort | Ss | F | p | Fark |
|--|-------------------|----------|------------|-----------|----------|--------------|------------------------------------|
| Bilgilenme | Okur-yazar | 36 | 2,837 | 0,918 | 1,698 | 0,166 | |
| | İlköğretim Mezunu | 198 | 2,778 | 1,048 | | | |
| | Lise Mezunu | 314 | 2,689 | 1,088 | | | |
| | Üniversite Mezunu | 52 | 3,036 | 1,104 | | | |
| Rehberlik/Gözlemleme | Okur-yazar | 36 | 2,639 | 0,900 | 9,241 | 0,000 | 4 > 2 4 > 3 |
| | İlköğretim Mezunu | 198 | 2,425 | 0,984 | | | |
| | Lise Mezunu | 314 | 2,285 | 1,018 | | | |
| | Üniversite Mezunu | 52 | 3,045 | 1,031 | | | |
| Eğlence/sosyal Fayda | Okur-yazar | 36 | 2,883 | 1,058 | 7,110 | 0,000 | 2 > 3 4 > 3 |
| | İlköğretim Mezunu | 198 | 2,694 | 1,030 | | | |
| | Lise Mezunu | 314 | 2,446 | 0,982 | | | |
| | Üniversite Mezunu | 52 | 3,027 | 1,017 | | | |
| Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonları Genel Puanı | Okur-yazar | 36 | 2,784 | 0,828 | 6,873 | 0,000 | 4 > 2 4 > 3 |
| | İlköğretim Mezunu | 198 | 2,637 | 0,862 | | | |
| | Lise Mezunu | 314 | 2,487 | 0,858 | | | |
| | Üniversite Mezunu | 52 | 3,036 | 0,939 | | | |

Tabloya bakıldığında, bilgilenme faktörü dışındaki diğer faktörler ve eğitim seviyesi arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir ($p=0,000<0,05$). Diğer bir ifadeyle eğitim değişkeninin çevrimiçi siyasal bilgilenmede, bilgilenme amaçlı kullanma motivasyonunu etkilemediğini söylemek mümkündür. Rehberlik/gözlemleme faktörü için farklılıkların hangi eğitim düzeylerinde ortaya çıktığını görebilmek amacıyla yapılan post-hoc testi sonucunda, üniversite mezunu olan genç internet kullanıcılarının ($3,045 \pm 1,031$), diğer gruplardan daha yüksek bir ortalamaya sahip

olduğu ve ilgili faktör ortalamasının en düşük olduğu grubun lise mezunlarından ($2,285 \pm 1,018$) oluştuğu görülmektedir.

Eğlence/sosyal fayda faktörü için ortalamalara bakıldığında, en yüksek ortalamaya sahip gruba üniversite mezunlarının ($3,027 \pm 1,017$) oluşturduğu görülmektedir. Bunu okur-yazar katılımcılar ($2,883 \pm 1,058$) takip ederken, lise mezunlarının ($2,446 \pm 0,982$) en düşük ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle üniversite mezunlarının eğlence/sosyal fayda amaçlı çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının, diğer gruplara göre daha yüksek olduğunu söylemek mümkündür.

Katılımcıların çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları genel puanı ortalamaları ve eğitim seviyesi değişkeni arasındaki ilişkiye bakıldığında da anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir ($F=6,873$; $p=0,000<0,05$). Farklılıkların hangi eğitim düzeylerinde çıktığını görebilmek amacıyla yapılan post-hoc testi sonuçlarına göre, üniversite mezunu genç internet kullanıcılarının çevrimiçi siyasal bilgilenme genel puanı ($3,036 \pm 0,939$), diğer katılımcılardan yüksek bulunmuştur. Bunu sırasıyla okuryazar ($2,784 \pm 0,828$) ve ilköğretim mezunu katılımcılar ($2,637 \pm 0,862$) takip ederken, lise mezunlarının ($2,487 \pm 0,858$) en düşük ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar on bir numaralı hipotezin kısmen doğrulandığını göstermektedir.

4.3.2.1.4. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Medeni Duruma ve Çocuk Sahipliğine Göre Farklaşma Durumu

Katılımcıların çevrimiçi siyasal bilgilenme konusundaki motivasyonları ve medeni durum arasında farklılık olup olmadığına yönelik tek yönlü Anova testi gerçekleştirilmiş ve elde edilen sonuçlara göre değişkenler arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir ($p>0,05$). Diğer taraftan gençlerin, çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının çocuk sahibi olma durumu değişkenine bağımlı olup olmadığını belirlemek amacıyla t-testi kullanılmıştır ve değişkenler arasındaki ilişki istatistiksel

açından anlamlı bulunmamıştır ($p>0,05$). Dolayısıyla medeni durum ve çocuk sahipliğinin çevrimiçi siyasal bilgilendirme motivasyonlarını etkileyen değişkenler olmadığını söylemek mümkündür.

4.3.2.1.5. Çevrimiçi Siyasal Bilgilendirme Motivasyonlarının Çalışma Durumuna Göre Farklılaşma Durumu

Katılımcıların çevrimiçi siyasal bilgilendirme motivasyonlarının çalışma durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterip göstermediğini anlamak için tek yönlü varyans analizi (Anova) yapılmıştır. Analize ilişkin sonuçlar tabloda gösterilmiştir.

Tablo 23. Çevrimiçi Siyasal Bilgilendirme Motivasyonlarının Çalışma Durumuna Göre Farklılaşma Durumu

| N:600 | | | | | | | |
|--|--------------|----------|------------|-----------|----------|--------------|------------------------------|
| Faktörler | Grup | N | Ort | Ss | F | p | Fark |
| Bilgilendirme | Çalışıyorum | 229 | 2,989 | 0,985 | 9,487 | 0,000 | 1 > 4 2 > 4 |
| | Öğrenciyim | 19 | 3,308 | 1,117 | | | |
| | Ev Kadınıyım | 35 | 2,780 | 1,033 | | | |
| | İşsizim | 317 | 2,554 | 1,087 | | | |
| Rehberlik/Gözlemleme | Çalışıyorum | 229 | 2,600 | 1,051 | 5,446 | 0,001 | 1 > 4 |
| | Öğrenciyim | 19 | 2,763 | 1,226 | | | |
| | Ev Kadınıyım | 35 | 2,214 | 0,921 | | | |
| | İşsizim | 317 | 2,288 | 0,976 | | | |
| Eğlence/Sosyal Fayda | Çalışıyorum | 229 | 2,787 | 1,003 | 5,445 | 0,001 | 1 > 4 |
| | Öğrenciyim | 19 | 2,895 | 1,055 | | | |
| | Ev Kadınıyım | 35 | 2,634 | 0,976 | | | |
| | İşsizim | 317 | 2,452 | 1,015 | | | |
| Çevrimiçi Siyasal Bilgilendirme Genel Puanı | Çalışıyorum | 229 | 2,804 | 0,844 | 9,577 | 0,000 | 1 > 4 2 > 4 |
| | Öğrenciyim | 19 | 3,012 | 1,025 | | | |
| | Ev Kadınıyım | 35 | 2,551 | 0,847 | | | |
| | İşsizim | 317 | 2,437 | 0,860 | | | |

Yapılan Anova analizi sonucunda bütün faktörler için çalışma durumuna göre anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir ($p=0,000<0,05$). Farklılıkların hangi gruplarda ortaya çıktığını görebilmek amacıyla tamamlayıcı post-hoc testi yapılmıştır. Bilgilendirme faktörü için en yüksek ortalamaya sahip grubun öğrencilerden ($3,308 \pm 1,117$) oluştuğu görülmektedir. Bilgilendirme motivasyonunun en düşük olduğu grubu

işsiz katılımcılar ($2,554 \pm 1,087$) oluştururken, bunu ev kadınları ($2,780 \pm 1,033$) takip etmektedir. Ortalamalara bakıldığında öğrenciler ve çalışan katılımcıların, bilgilenme motivasyonunun diğer gruplardan daha yüksek olduğu söylenebilir.

Rehberlik/Gözleme faktörü için de öğrenci ($2,763 \pm 1,226$) ve çalışan katılımcıların ($2,600 \pm 1,051$), ev kadınları ($2,214 \pm 0,921$) ve işsizlere ($2,288 \pm 0,976$) göre daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Bilgilenme motivasyonundan farklı olarak, rehberlik/gözleme motivasyonu için ev kadınları, işsiz katılımcılardan daha düşük bir ortalamaya sahiptir.

Eğlence/sosyal fayda faktörü için ortalamalara bakıldığında, öğrencilerin ($2,895 \pm 1,055$) diğer gruplardan daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. İşsiz katılımcılar ($2,452 \pm 1,015$) bu faktör için de en düşük ortalamaya sahip grubu oluşturmaktadır.

Çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları genel ortalama değerlerini incelendiğinde, diğer üç faktörde de olduğu gibi öğrencilerin ($3,012 \pm 1,025$) en yüksek ortalamaya sahip katılımcı grubunu oluşturduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla çalışan ($2,804 \pm 0,844$), ev kadını ($2,551 \pm 0,847$) ve işsiz ($2,437 \pm 0,860$) katılımcılar takip etmektedir. Bu sonuçlara dayanarak, çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları ve çalışma durumu arasında ilişki öngören on ikinci hipotez doğrulanmıştır.

4.3.2.1.6. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Katılımcıların Gelir Durumuna Göre Farklılaşma Durumu

Katılımcıların çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının gelir durumuna göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirleyebilmek için yapılan tek yönlü varyans analizine (Anova) ilişkin bulgular Tablo 24'te gösterilmiştir.

Tablo 24. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Katılımcıların Gelir Durumuna Göre Farklılaşma Durumu

N:600

| Faktör | Grup | N | Ort | Ss | F | p | Fark |
|--|----------------|----------|------------|-----------|----------|--------------|-----------------|
| Bilgilenme | 750 TL Ve Altı | 384 | 2,622 | 1,076 | 13,335 | 0,000 | 2 > 1 |
| | 751 -1500 TL | 185 | 2,911 | 1,016 | | | 3 > 1 |
| | 1501 -2250 TL | 31 | 3,516 | 0,846 | | | 3 > 2 |
| Rehberlik/Gözlemleme | 750 TL Ve Altı | 384 | 2,306 | 0,993 | 7,188 | 0,001 | 2 > 1 |
| | 751 -1500 TL | 185 | 2,649 | 1,047 | | | |
| | 1501 -2250 TL | 31 | 2,436 | 1,023 | | | |
| Eğlence/Sosyal Fayda | 750 TL Ve Altı | 384 | 2,513 | 1,029 | 5,133 | 0,006 | 2 > 1 |
| | 751 -1500 TL | 185 | 2,731 | 1,014 | | | 3 > 1 |
| | 1501 -2250 TL | 31 | 2,981 | 0,789 | | | |
| Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonları Genel Puanı | 750 TL Ve Altı | 384 | 2,486 | 0,869 | 10,510 | 0,000 | 2 > 1 |
| | 751 -1500 TL | 185 | 2,774 | 0,880 | | | 3 > 1 |
| | 1501 -2250 TL | 31 | 3,007 | 0,669 | | | |

Yapılan Anova analizi sonucunda bütün faktörler ve gelir durumu arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir ($p=0,000<0.05$). Çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının gelir değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere gerçekleştirilen post-hoc testi sonucunda, bütün faktörler için en düşük ortalamaya sahip grubu, aylık geliri 751 TL ve altı olan gençlerin oluşturduğu görülmektedir. Aylık geliri 751 TL-1500 ve 1501 TL-2250 TL olan katılımcıların, birbirine yakın ortalamalara sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, ekonomik refah seviyesi düşük olan gençlerin, çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının düşük olduğu söylenebilir. Elde edilen sonuçlara dayanarak, çalışmanın on üç numaralı hipotezi doğrulanmıştır.

4.3.2.1.7. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının, Siyasal Bilgilenmek için Kullanılan Kitle İletişim Araçlarına Göre Farklılaşma Durumu

Katılımcıların çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları ve siyasal bilgi edinmek için tercih edilen kitle iletişim aracı arasında farklılık olup olmadığına yönelik

gerçekleştirilen tek yönlü Anova testi sonucunda iki değişken arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($p=0,000<0,05$).

Tablo 25. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Siyasal Bilgilenmek için Kullanılan Kitle İletişim Araçlarına Göre Farklılaşma Durumu

| N:600 | | | | | | | |
|--|-------------|----------|------------|-----------|----------|--------------|-----------------|
| | Grup | N | Ort | Ss | F | p | Fark |
| Bilgilenme | Televizyon | 390 | 2,512 | 1,008 | 25,986 | 0,000 | 4 > 1 |
| | Radyo | 18 | 2,635 | 0,958 | | | 4 > 2 |
| | Gazete | 23 | 2,808 | 0,813 | | | |
| | İnternet | 169 | 3,330 | 1,034 | | | |
| Rehberlik/Gözlemleme | Televizyon | 390 | 2,063 | 0,804 | 63,586 | 0,000 | 3 > 1 |
| | Radyo | 18 | 2,574 | 0,757 | | | 4 > 1 |
| | Gazete | 23 | 2,645 | 0,782 | | | 4 > 2 |
| | İnternet | 169 | 3,190 | 1,088 | | | 4 > 3 |
| Eğlence/Sosyal Fayda | Televizyon | 390 | 2,378 | 0,946 | 23,533 | 0,000 | 4 > 1 |
| | Radyo | 18 | 2,500 | 0,680 | | | 4 > 2 |
| | Gazete | 23 | 2,704 | 0,791 | | | |
| | İnternet | 169 | 3,124 | 1,059 | | | |
| Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonları Genel Puanı | Televizyon | 390 | 2,325 | 0,713 | 52,328 | 0,000 | 4 > 1 |
| | Radyo | 18 | 2,577 | 0,655 | | | 4 > 2 |
| | Gazete | 23 | 2,725 | 0,639 | | | 4 > 3 |
| | İnternet | 169 | 3,226 | 0,948 | | | |

Tablo 25 incelendiğinde, siyasal gündemi internetten takip eden katılımcıların, çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyon ortalamalarının diğer gruplardan daha yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Diğer taraftan çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonu en düşük ortalamaya sahip gençlerin televizyondan bilgilenmeyi tercih ettikleri, bu grubu sırasıyla radyo ve gazete kullanan katılımcıların takip ettiği görülmektedir. Dolayısıyla siyasal bilgilenmek için interneti tercih eden gençleri motive eden tek unsur bilgilenme değildir, rehberlik/gözlemleme ve eğlence/sosyal fayda motivasyonlarının da, grubu diğer katılımcılardan ayıran önemli unsurlar olarak öne çıktığı söylenebilir. Elde edilen sonuçlar medya tercihi ve çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları arasında ilişki öngören on dört numaralı hipotezin doğrulandığını göstermektedir.

4.3.2.1.8. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Haftalık İnternet Kullanma Süresine Göre Farklılaşma Durumu

Katılımcıların çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının, haftalık internet kullanma süresine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemeye yönelik gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizinden elde edilen sonuçlar Tablo 26’da gösterilmektedir.

Tablo 26. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Haftalık İnternet Kullanma Süresine Göre Farklılaşma Durumu

N:600

| | Grup | N | Ort | Ss | F | p | Fark |
|--|-----------------|----------|------------|-----------|----------|--------------|------------------------------------|
| Bilgilenme | 1-2 Gün | 162 | 2,803 | 0,927 | 27,022 | 0,000 | 3 > 1 |
| | 3-4 Gün | 103 | 2,474 | 1,093 | | | 1 > 2 |
| | 5-6 Gün | 132 | 3,397 | 0,969 | | | 3 > 2 |
| | Her Gün Düzenli | 203 | 2,449 | 1,042 | | | 1 > 4 3 > 4 |
| Rehberlik/ Gözlemleme | 1-2 Gün | 162 | 2,249 | 0,879 | 9,618 | 0,000 | 3 > 1 |
| | 3-4 Gün | 103 | 2,505 | 0,966 | | | 3 > 4 |
| | 5-6 Gün | 132 | 2,794 | 1,118 | | | |
| | Her Gün Düzenli | 203 | 2,264 | 1,027 | | | |
| Eğlence/Sosyal Fayda | 1-2 Gün | 162 | 2,611 | 0,866 | 14,207 | 0,000 | 3 > 1 |
| | 3-4 Gün | 103 | 2,460 | 0,960 | | | 3 > 2 |
| | 5-6 Gün | 132 | 3,068 | 0,934 | | | 3 > 4 |
| | Her Gün Düzenli | 203 | 2,370 | 1,120 | | | |
| Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonları Genel Puanı | 1-2 Gün | 162 | 2,565 | 0,737 | 22,264 | 0,000 | 3 > 1 |
| | 3-4 Gün | 103 | 2,481 | 0,908 | | | 3 > 2 |
| | 5-6 Gün | 132 | 3,105 | 0,834 | | | 3 > 4 |
| | Her Gün Düzenli | 203 | 2,366 | 0,867 | | | |

Tabloda görüldüğü gibi bütün faktörler için haftalık internet kullanım süresine göre anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir ($p=0,000<0.05$). Bu farklılıkların hangi gruplarda ortaya çıktığını görebilmek amacıyla post hoc testi yapılmıştır. Bu test sonucunda bütün faktörler için haftalık internet kullanma sıklığı 5-6 gün olan katılımcıların ortalamalarının ($3,397 \pm 0,969$) diğer gruplardan yüksek olduğu

görülmüştür. Diğer taraftan bilgilenme faktörü için, düzenli olarak her gün çevrimiçi olan gençlerin en düşük ortalamaya ($2,449 \pm 1,042$) sahip grubu oluşturduğu görülmektedir.

Rehberlik/gözleme faktörü incelendiğinde, her gün düzenli ($2,264 \pm 1,027$) ya da haftada sadece 1-2 gün ($2,249 \pm 0,879$) internet kullanan katılımcıların ilgili faktör ortalamalarının birbirine çok yakın değerlere sahip olduğu söylenebilir.

Eğlence ve sosyal fayda faktörü için de en düşük ortalamaya sahip grupları haftalık internet kullanma süresi 1-2 gün ($2,611 \pm 0,866$) veya 3-4 gün ($2,460 \pm 0,960$) olan katılımcıların oluşturduğu görülmektedir.

Çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları ortalaması ve haftalık internet kullanma süresi arasındaki ilişki incelendiğinde, elde edilen bulgular çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının en yüksek olduğu grubun haftada 5-6 gün ($3,105 \pm 0,834$) internet kullanan kişilerden oluştuğunu gösterirken, her gün düzenli olarak internet kullanan gençlerin ($2,366 \pm 0,867$) çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının düşük olduğu gözlemlenmiştir. Dolayısıyla çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının, haftalık internet kullanma sıklığına göre anlamlı bir şekilde değiştiğini öngören on beşinci hipotez doğrulanmıştır.

4.3.2.1.9. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Haftalık Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Sıklığına Göre Farklılaşma Durumu

Araştırmaya katılan gençlerin çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları ve haftalık çevrimiçi siyasal bilgilenme sıklığı arasında istatistiksel açıdan farklılık olup olmadığını anlayabilmek için yapılan tek yönlü Anova testi sonucunda iki değişken arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($p=0,000<0,05$). Çevrimiçi siyasal bilgilenme sıklığı değişkenine göre grupların ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 27’de görülmektedir.

Tablo 27. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Haftalık Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Sıklığına Göre Farklaşma Durumu

N:600

| | Grup | N | Ort | Ss | F | p | Fark |
|--|-----------------|----------|------------|-----------|----------|--------------|------------------------------------|
| Bilgilenme | 1-2 Gün | 234 | 2,981 | 0,946 | 19,433 | 0,000 | 1 > 2 |
| | 3-4 Gün | 122 | 2,652 | 1,084 | | | 3 > 2 |
| | 5-6 Gün | 76 | 3,209 | 1,151 | | | 1 > 4 |
| | Her Gün Düzenli | 168 | 2,318 | 1,018 | | | 2 > 4 3 > 4 |
| Rehberlik/ Gözlemleme | 1-2 Gün | 234 | 2,352 | 0,990 | 20,516 | 0,000 | 3 > 1 |
| | 3-4 Gün | 122 | 2,555 | 0,969 | | | 3 > 2 |
| | 5-6 Gün | 76 | 3,121 | 1,028 | | | 1 > 4 |
| | Her Gün Düzenli | 168 | 2,093 | 0,933 | | | 2 > 4 3 > 4 |
| Eğlence/Sosyal Fayda | 1-2 Gün | 234 | 2,710 | 0,876 | 17,698 | 0,000 | 3 > 1 |
| | 3-4 Gün | 122 | 2,521 | 0,937 | | | 3 > 2 |
| | 5-6 Gün | 76 | 3,195 | 1,047 | | | 1 > 4 |
| | Her Gün Düzenli | 168 | 2,250 | 1,110 | | | 3 > 4 |
| Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonları Genel Puanı | 1-2 Gün | 234 | 2,696 | 0,771 | 24,760 | 0,000 | 3 > 1 |
| | 3-4 Gün | 122 | 2,583 | 0,886 | | | 3 > 2 |
| | 5-6 Gün | 76 | 3,175 | 0,971 | | | 1 > 4 |
| | Her Gün Düzenli | 168 | 2,224 | 0,795 | | | 2 > 4 3 > 4 |

Çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının hangi gruplar arasında farklılaştığını belirleyebilmek için gerçekleştirilen post-hoc testi sonucunda bütün faktörler için en yüksek ortalamaya sahip grubu interneti siyasal bilgilenmek için haftada 5-6 gün sıklığında kullanan gençlerin oluşturduğu görülmüştür. Diğer taraftan siyasal gündem hakkında bilgi edinmek amacıyla her gün düzenli olarak internet kullanan katılımcıların çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının diğer gruplardan düşük olduğu gözlemlenmiştir. Çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları genel ortalaması ve çevrimiçi siyasal bilgilenme sıklığı arasında da benzer bir ilişki söz konusudur. Haftada 5-6 gün siyasal bilgilenme eylemini internetten gerçekleştiren

gençlerin ($3,175 \pm 0,971$), çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının, haftada 1-2 gün ($2,696 \pm 0,771$) ya da 3-4 gün ($2,583 \pm 0,886$) siyasal gündemi internetten takip eden kişilerden yüksek olduğu görülmektedir. Öte yandan en düşük ortalamaya sahip grubun siyasal bilgilenmek için her gün düzenli olarak internet kullandığını belirten gençlerin ($2,224 \pm 0,795$) sahip olduğu görülmektedir. Elde edilen sonuçlara dayanarak çalışmanın on altıncı hipotez doğrulanmıştır.

4.3.2.1.10. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının İnternette Edinilen Bilginin, Siyasal Düşünceleri Üzerinde Bir Etkide Bulunma Durumuna Göre Farklılaşma Durumu

Katılımcıların çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları ve çevrimiçi edinilen bilginin siyasal düşünceleri etkide bulunma durumu arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla bağımsız t-testi esas alınmış ve değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($p=0,000<0,05$). Analize ilişkin sonuçlar aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 28. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının İnternette Edinilen Bilginin, Siyasal Düşünceleri Üzerinde Bir Etkide Bulunma Durumuna Göre Farklılaşma Durumu

| N:600 | | | | | | |
|--|-------------|----------|------------|-----------|----------|--------------|
| | Grup | N | Ort | Ss | t | p |
| Bilgilenme | Evet | 161 | 3,302 | 1,028 | 7,936 | 0,000 |
| | Hayır | 439 | 2,558 | 1,013 | | |
| Rehberlik/Gözlemleme | Evet | 161 | 3,040 | 1,069 | 9,713 | 0,000 |
| | Hayır | 439 | 2,190 | 0,903 | | |
| Eğlence/Sosyal Fayda | Evet | 161 | 3,101 | 0,974 | 7,541 | 0,000 |
| | Hayır | 439 | 2,422 | 0,977 | | |
| Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonları Genel Puanı | Evet | 161 | 3,159 | 0,909 | 10,195 | 0,000 |
| | Hayır | 439 | 2,398 | 0,771 | | |

Tablo 28 incelendiğinde bütün faktörler ve çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları genel ortalaması için çevrimiçi edinilen bilginin siyasal düşünceleri

üzerinde bir etkide bulunduğunu düşünen katılımcıların, diğer gruba göre daha yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Özellikle rehberlik/gözleme faktörü için grup ortalamaları arasındaki farkın açıldığı görülmektedir. Diğer bir ifadeyle çevrimiçi siyasal bilgilenmede rehberlik/gözleme motivasyonunun yüksek olması, kişilerin siyasal düşüncelerini şekillendirmek ve çevresindeki diğer insanların siyasal görüşleri hakkında bilgi sağlamak için interneti tercih ettiğini göstermektedir. Dolayısıyla kullanıcıların internetin siyasal görüşlerini etkilediğini kabul ettiği söylenebilir.

4.3.2.1.11. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının İnternetteki Siyasal Bilgiyi Güvenli Bulma Durumuna Göre Farklılaşması

Gençlerin çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının, çevrimiçi siyasal bilgiyi güvenli bulma durumu değişkenine bağımlı olup olmadığını belirlemek amacıyla bağımsız değişken iki gruptan oluştuğu için t-testi kullanılmış ve değişkenler arasındaki ilişki istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($p=0,000<0.05$). Grupların ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 29’da verilmiştir.

Tablo 29. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının İnternetteki Siyasal Bilgiyi Güvenli Bulma Durumuna Göre Farklılaşması

| N:600 | | | | | | |
|--|-------------|----------|------------|-----------|----------|--------------|
| | Grup | N | Ort | Ss | t | p |
| Bilgilenme | Evet | 149 | 3,224 | 0,972 | 6,350 | 0,000 |
| | Hayır | 451 | 2,603 | 1,055 | | |
| Rehberlik/Gözleme | Evet | 149 | 3,109 | 1,070 | 10,317 | 0,000 |
| | Hayır | 451 | 2,190 | 0,896 | | |
| Eğlence/Sosyal Fayda | Evet | 149 | 3,066 | 0,869 | 6,586 | 0,000 |
| | Hayır | 451 | 2,452 | 1,022 | | |
| Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonları Genel Puanı | Evet | 149 | 3,142 | 0,838 | 9,258 | 0,000 |
| | Hayır | 451 | 2,423 | 0,815 | | |

Tablo 29’a göre çevrimiçi siyasal bilgiyi güvenli bulan gençlerin bütün faktörler içinde ortalamalarının diğer grupla karşılaştırıldığında yüksek olduğu görülmektedir.

Elde edilen diğer bulgulara paralel olacak şekilde rehberlik/gözleme faktörü için gruplar arasındaki farkın açıldığı görülmektedir. İnternetteki siyasal bilgiyi güvenli bulan genç internet kullanıcılarının rehberlik/gözleme puanlarının ($x=3,109$), çevrimiçi bilgiye güvenmeyen katılımcıların ilgili faktör puanlarından ($x=2,190$) yüksek olduğu görülmektedir.

4.3.2.1.12. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Katılımcıların Çevrimiçi Siyasal Bilginin Kontrol Alınması Gerekliliğine Yönelik Düşüncelerine Göre Farklaşması

Gençlerin çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları ve çevrimiçi siyasal bilginin kontrol altına alınması gerekliliğine yönelik düşünceleri arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla bağımsız t-testi esas alınmış ve sonuçlar anlamlı bir farklılık olduğunu ortaya koymuştur ($p=0,000<0.05$). Bağımsız değişkene göre grupların ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 30’da verilmiştir.

Tablo 30. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Katılımcıların Çevrimiçi Siyasal Bilginin Kontrol Alınması Gerekliliğine Yönelik Düşüncelerine Göre Farklaşması

| N:600 | | | | | | |
|--|-------------|----------|------------|-----------|----------|--------------|
| | Grup | N | Ort | Ss | t | p |
| Bilgilenme | Evet | 344 | 2,620 | 1,078 | -3,676 | 0,000 |
| | Hayır | 256 | 2,941 | 1,030 | | |
| Rehberlik/Gözleme | Evet | 344 | 2,231 | 0,908 | -5,312 | 0,000 |
| | Hayır | 256 | 2,669 | 1,110 | | |
| Eğlence/sosyal Fayda | Evet | 344 | 2,465 | 1,037 | -3,936 | 0,000 |
| | Hayır | 256 | 2,792 | 0,969 | | |
| Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonları Genel Puanı | Evet | 344 | 2,447 | 0,830 | -5,101 | 0,000 |
| | Hayır | 256 | 2,809 | 0,897 | | |

Tablo incelendiğinde çevrimiçi siyasal bilginin kontrol altına alınmamasını gerektiğini ifade eden katılımcıların, bütün faktörler ve çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları genel ortalamasının diğer gruba göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Dolayısıyla çevrimiçi siyasal bilgilendirme motivasyonlarının yüksek olduğu gençlerin internetteki bilginin denetimine ve engellenmesine karşı görüş içinde olduğu söylenebilir.

4.4. Katılımcıların Çevrimiçi Siyasal Bilgilendirme ve Katılım Platformlarının Kullanım Sıklıkları

Katılımcıların çevrimiçi siyasal bilgilendirme ve katılım platformlarının kullanım sıklıklarının frekans ve yüzde olarak dağılımları Tablo 31’de görülmektedir.

Tablo 31. Çevrimiçi Siyasal Bilgilendirme ve Katılım Platformlarının Kullanım Sıklıkları

N:600

| | Hiç Kullanmadım | | Ayda Bir Kereden Az | | Ayda Bir Kez | | Ayda Birkaç Kez | | Haftada Bir Kez | | Haftada Birkaç Kez | | Her Gün | | Ort | Ss |
|---|-----------------|------|---------------------|------|--------------|------|-----------------|------|-----------------|------|--------------------|------|---------|------|-------|-------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | | |
| Siyasal İçerikli Siteler (siyasetkahvesi.com, Ekopolitik.org Vb.) | 414 | 69,0 | 34 | 5,7 | 23 | 3,8 | 26 | 4,3 | 26 | 4,3 | 65 | 10,8 | 12 | 2,0 | 2,100 | 1,876 |
| Siyasi Partilerin Web Siteleri | 345 | 57,5 | 83 | 13,8 | 40 | 6,7 | 24 | 4,0 | 35 | 5,8 | 62 | 10,3 | 11 | 1,8 | 2,250 | 1,839 |
| Aday Web Siteleri | 411 | 68,5 | 29 | 4,8 | 25 | 4,2 | 24 | 4,0 | 24 | 4,0 | 71 | 11,8 | 16 | 2,7 | 2,160 | 1,946 |
| Çevrimiçi Gazeteler (hurriyet.com, İnternet Haber.com) | 269 | 44,8 | 29 | 4,8 | 66 | 11,0 | 49 | 8,2 | 53 | 8,8 | 37 | 6,2 | 97 | 16,2 | 3,140 | 2,325 |
| Sosyal Ağlar (facebook, Myspace, Friendfeed Vb.) | 196 | 32,7 | 47 | 7,8 | 60 | 10,0 | 57 | 9,5 | 53 | 8,8 | 24 | 4,0 | 163 | 27,2 | 3,750 | 2,448 |
| Video Paylaşım Siteleri (youtube, Dailymotion Vb.) | 207 | 34,5 | 61 | 10,2 | 59 | 9,8 | 37 | 6,2 | 53 | 8,8 | 27 | 4,5 | 156 | 26,0 | 3,620 | 2,467 |
| Mikroblog Uygulamaları (twitter, Tumblr Vb.) | 208 | 34,7 | 63 | 10,5 | 49 | 8,2 | 58 | 9,7 | 39 | 6,5 | 53 | 8,8 | 130 | 21,7 | 3,560 | 2,410 |
| Bloglar | 211 | 35,2 | 56 | 9,3 | 60 | 10,0 | 68 | 11,3 | 49 | 8,2 | 53 | 8,8 | 103 | 17,2 | 3,430 | 2,303 |
| Forumlar | 245 | 40,8 | 52 | 8,7 | 45 | 7,5 | 49 | 8,2 | 62 | 10,3 | 57 | 9,5 | 90 | 15,0 | 3,270 | 2,325 |
| Wiki Siteleri | 248 | 41,3 | 56 | 9,3 | 51 | 8,5 | 36 | 6,0 | 58 | 9,7 | 57 | 9,5 | 94 | 15,7 | 3,240 | 2,346 |

Tablo 31 incelendiğinde gençler tarafından en çok tercih edilen siyasal bilgilendirme ve katılım platformunu sosyal ağların (3,750 ± 2,448) oluşturduğu görülmektedir. Katılımcıların %32,7'si (n=196) sosyal ağları hiç kullanmadığını belirtirken, %27,2'si (n=163) her gün düzenli olarak kullandığını ifade etmiştir. Sosyal ağları, video paylaşım siteleri takip etmektedir. Genç internet kullanıcılarının, %34,5'i (n=207) ilgili siteleri hiç kullanmazken, %10,2'si (n=61) ayda bir kereden az, %9,8'i (n=59) ayda bir kez, %6,2'si (n=37) ayda birkaç kez, %8,8'i (n=53) haftada bir kez, %4,5'i (n=27) haftada birkaç kez, %26,0'ı (n=156) her gün kullandığını ifade etmiştir. En popüler örneği Twitter olan mikroblog uygulamalarının kullanım sıklıkları incelendiğinde, bunların da gençler tarafından oldukça tercih edilen platformlar olduğu saptanmıştır. Araştırma sorusuna katılımcıların %34,7'si (n=208) hiç kullanmadım, %10,5'i (n=63) ayda bir kereden az, %8,2'si (n=49) ayda bir kez, %9,7'si (n=58) ayda birkaç kez, %6,5'i (n=39) haftada bir kez, %8,8'i (n=53) haftada birkaç kez, %21,7'si (n=130) her gün yanıtını vermiştir.

Blogların da gençler tarafından sık kullanılan bilgilendirme ve katılım platformları olduğu görülmektedir. Katılımcıların %35,2'si (n=211) blogları hiç kullanmadığını ifade ederken, %17,2'si (n=103) her gün blogları ziyaret ettiğini belirtmiştir. Diğer platformlarla karşılaştırıldığında forumların gençler tarafından daha az tercih edildikleri görülmektedir. Katılımcıların %40,8'i (n=245) forumları hiç kullanmadığını ifade etmiştir. Bunları wiki siteleri takip etmektedir. Gençlerin sadece %15,7'si (n=94) wiki sitelerini her gün düzenli olarak kullandığını ifade etmiştir. Çevrimiçi gazeteler incelendiğinde genç internet kullanıcılarının, %44,8'inin (n=269) bu platformları hiç kullanmadığı görülürken, %4,8'i (n=29) ayda bir kereden az, %11,0'ı (n=66) ayda bir kez, %8,2'si (n=49) ayda birkaç kez, %8,8'i (n=53) haftada bir kez, %6,2'si (n=37) haftada birkaç kez, %16,2'si (n=97) her gün kullanmaktadır.

Araştırma sorularına cevap verenlerin en az tercih ettikleri siyasal bilgilenme ve katılma platformlarını ise siyasal içerikli siteler ($2,100 \pm 1,876$), siyasi partilerin web siteleri ($2,250 \pm 1,839$) ve aday web sitelerinin ($2,160 \pm 1,946$) oluşturduğu görülmektedir. Saha araştırmasının yapıldığı dönem düşünüldüğünde, adaylar, parti programları ve seçimlere ilişkin bilgilenmenin yoğun olduğu bu platformların katılımcılar tarafından oldukça düşük düzeylerde kullanılmasının, araştırma açısından ilginç bir bulgu oluşturduğu söylenebilir.

4.5. Çevrimiçi Siyasal Katılım

Tablo 32 ve 33 araştırmaya katılan gençlerin“Çevrimiçi Siyasal Katılım” ile ilgili ifadelerine verdiği cevapların dağılımlarını ve ortalama değerlerini göstermektedir.

Tablo 32. Katılımcıların “Çevrimiçi Siyasal Katılım” İle İlgili İfadelere Verdiği Cevapların Dağılımları 1

N:600

| | Hiç Kullanmadım | | Ayda Bir Kereden Az | | Ayda Bir Kez | | Ayda Birkaç Kez | | Haftada Bir Kez | | Haftada Birkaç Kez | | Her Gün | | Ort | Ss |
|---|-----------------|------|---------------------|------|--------------|------|-----------------|------|-----------------|-----|--------------------|-----|---------|-----|-------|-------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | | |
| İnternet Gazetelerinde Yer Alan Haberlere Siyasal Yorumlarda Bulundum. | 347 | 57,8 | 104 | 17,3 | 60 | 10,0 | 20 | 3,3 | 30 | 5,0 | 28 | 4,7 | 11 | 1,8 | 2,020 | 1,572 |
| Bir Gazeteci Ya Da Kamuoyu Önderine Görüşlerimi Bildirdim. | 476 | 79,3 | 29 | 4,8 | 27 | 4,5 | 20 | 3,3 | 23 | 3,8 | 15 | 2,5 | 10 | 1,7 | 1,620 | 1,411 |
| Hükümet Ya Da Siyasal Parti Temsilcilerine Görüş Bildirdim. | 418 | 69,7 | 69 | 11,5 | 31 | 5,2 | 23 | 3,8 | 23 | 3,8 | 27 | 4,5 | 9 | 1,5 | 1,800 | 1,519 |
| Siyasal Parti Ya Da Aday(lar) La İlgili Video İzledim | 211 | 35,2 | 151 | 25,2 | 99 | 16,5 | 77 | 12,8 | 29 | 4,8 | 25 | 4,2 | 8 | 1,3 | 2,450 | 1,506 |
| Siyasal İçerikli Elektronik Posta Gönderdim | 363 | 60,5 | 76 | 12,7 | 46 | 7,7 | 42 | 7,0 | 21 | 3,5 | 18 | 3,0 | 34 | 5,7 | 2,120 | 1,779 |
| İnternetteki Siyasal Tartışma Forumlarına Katıldım Ve Güncel Siyasal Konularla İlgili Görüş Bildirdim | 269 | 44,8 | 139 | 23,2 | 54 | 9,0 | 25 | 4,2 | 45 | 7,5 | 41 | 6,8 | 27 | 4,5 | 2,450 | 1,845 |
| Siyasal Bloglarda Yorum Yaptım | 302 | 50,3 | 120 | 20,0 | 45 | 7,5 | 40 | 6,7 | 44 | 7,3 | 27 | 4,5 | 22 | 3,7 | 2,290 | 1,750 |
| Sosyal Ağlarda Siyasal İçerikli Yorumlar Yaptım. | 238 | 39,7 | 124 | 20,7 | 58 | 9,7 | 62 | 10,3 | 28 | 4,7 | 39 | 6,5 | 51 | 8,5 | 2,730 | 1,991 |
| Sosyal Ağlarda Başkalarının Paylaştığı Siyasal İçerikli Gönderileri Beğendim | 253 | 42,2 | 99 | 16,5 | 54 | 9,0 | 64 | 10,7 | 33 | 5,5 | 50 | 8,3 | 47 | 7,8 | 2,770 | 2,034 |

Tablo 33. Katılımcıların “Çevrimiçi Siyasal Katılım” İle İlgili İfadelere Verdiği Cevapların Dağılımları 2

N:600

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-----|------|-----|------|----|------|----|------|----|-----|----|-----|----|-----|-------|-------|
| Sosyal Ağlarda Diğer İnsanların Okuması İçin Siyasal Makale/haber Linkleri Paylaştım. | 242 | 40,3 | 160 | 26,7 | 62 | 10,3 | 59 | 9,8 | 33 | 5,5 | 35 | 5,8 | 9 | 1,5 | 2,370 | 1,603 |
| Sosyal Ağlarda Siyasal İçerikli Video Ya Da Resim Paylaştım. | 293 | 48,8 | 102 | 17,0 | 64 | 10,7 | 64 | 10,7 | 37 | 6,2 | 24 | 4,0 | 16 | 2,7 | 2,310 | 1,671 |
| Sosyal Ağlarda Siyasal Partinin Ya Da Siyasal Bir Adayın Hayran Sayfasını Beğendim. | 363 | 60,5 | 139 | 23,2 | 39 | 6,5 | 29 | 4,8 | 15 | 2,5 | 11 | 1,8 | 4 | 0,7 | 1,740 | 1,218 |
| İnternette İmza Kampanyasına Katıldım. | 460 | 76,7 | 66 | 11,0 | 19 | 3,2 | 18 | 3,0 | 23 | 3,8 | 8 | 1,3 | 6 | 1,0 | 1,540 | 1,233 |
| Siyasal İçerikli Tweet Attım. | 217 | 36,2 | 101 | 16,8 | 73 | 12,2 | 60 | 10,0 | 57 | 9,5 | 52 | 8,7 | 40 | 6,7 | 2,930 | 1,986 |
| Siyasal İçerikli Bir Tweeti Retweetledim. | 365 | 60,8 | 71 | 11,8 | 44 | 7,3 | 55 | 9,2 | 22 | 3,7 | 29 | 4,8 | 14 | 2,3 | 2,070 | 1,654 |
| İnternet üzerinden Siyasal Bir Protestoya Katıldım. | 482 | 80,3 | 60 | 10,0 | 27 | 4,5 | 14 | 2,3 | 7 | 1,2 | 5 | 0,8 | 5 | 0,8 | 1,400 | 1,014 |
| İnternet üzerinden Yapılan Anketlere Katılarak Görüş Bildirdim. | 424 | 70,7 | 92 | 15,3 | 32 | 5,3 | 19 | 3,2 | 17 | 2,8 | 12 | 2,0 | 4 | 0,7 | 1,610 | 1,215 |
| İnternet üzerinden Siyasal Bir Gruba Katıldım. | 505 | 84,2 | 57 | 9,5 | 11 | 1,8 | 7 | 1,2 | 11 | 1,8 | 5 | 0,8 | 4 | 0,7 | 1,320 | 0,956 |

Araştırmaya katılan gençlerin çevrimiçi siyasal katılım düzeylerine ilişkin sonuçlar incelendiğinde “siyasal içerikli tweet attım” ifadesinin katılım yönünde en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir ($2,930 \pm 1,986$). Katılımcıların ilgili soruya %36,2 (n=217) hiç kullanmadım, %16,8 (n=101) ayda bir kereden az, %12,2 (n=73) ayda bir kez, %10,0 (n=60) ayda birkaç kez, %9,5 (n=57) haftada bir kez, %8,7 (n=52) haftada birkaç kez, %6,7' (n=40) her gün yanıtını verdiği görülmektedir. Dolayısıyla siyasal içerikli tweet atmanın gençler tarafından en sık gerçekleştirilen çevrimiçi katılım biçimi olduğunu söylemek mümkündür.

Siyasal içerikli tweet atma davranışını, sosyal ağları içeren maddeler takip etmektedir. Örneğin “sosyal ağlarda (facebook, myspace) başkaların paylaştığı siyasal içerikli gönderileri beğendim” ifadesine de katılımcıların orta ($2,770 \pm 2,034$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır. İlgili soruya gençlerin %42,2'si ($n=253$) hiç kullanmadım, %16,5'i ($n=99$) ayda bir kereden az, %9,0'ı ($n=54$) ayda bir kez, %10,7'si ($n=64$) ayda birkaç kez, %5,5'i ($n=33$) haftada bir kez, %8,3'ü ($n=50$) haftada birkaç kez, %7,8'i ($n=47$) her gün yanıtını vermiştir.

Sosyal ağları içeren bir diğer madde olan “sosyal ağlarda (facebook, myspace) siyasal içerikli yorumlar yaptım” ifadesi de katılımcıların diğer davranışlara göre oldukça sık gerçekleştirdikleri ($2,730 \pm 1,991$) çevrimiçi katılım biçimi olarak dikkat çekmektedir. Gençlerin ilgili maddeye %39,7'si ($n=238$) hiç kullanmadım, %20,7'si ($n=124$) ayda bir kereden az, %9,7'si ($n=58$) ayda bir kez, %10,3'ü ($n=62$) ayda birkaç kez, %4,7'si ($n=28$) haftada bir kez, %6,5'i ($n=39$) haftada birkaç kez, %8,5'i ($n=51$) her gün yanıtını verdiği görülmektedir.

Gençlerin sosyal ağlarla karşılaştırıldığında daha az gerçekleştirdikleri ($2,450 \pm 1,506$) bir diğer çevrimiçi siyasal katılım davranışı da “siyasal parti ya da aday(lar) la ilgili video izledim” ifadesine ilişkindir. Bu soruya katılımcıların %35,2'si ($n=211$) hiç kullanmadım, %25,2'si ($n=151$) ayda bir kereden az, %16,5'i ($n=99$) ayda bir kez, %12,8'i ($n=77$) ayda birkaç kez, %4,8'i ($n=29$) haftada bir kez, %4,2'si ($n=25$) haftada birkaç kez, %1,3'ü ($n=8$) her gün yanıtını vermiştir.

Siyasal parti ve adaylarla ilgili video izleme davranışını, siyasal tartışma forumlarına ilişkin “internetdeki siyasal tartışma forumlarına katıldım ve güncel siyasal konularla ilgili görüş bildirdim” ($2,450 \pm 1,845$) ifadesi takip etmektedir. Katılımcıların %44,8'i ($n=269$) hiç kullanmadım, %23,2'si ($n=139$) ayda bir kereden az, %9,0'ı ($n=54$) ayda bir kez, %4,2'si ($n=25$) ayda birkaç kez, %7,5'i ($n=45$) haftada bir kez, %6,8'i ($n=41$) haftada birkaç kez, %4,5'i ($n=27$) her gün bu davranışı gerçekleştirdiklerini belirtmişlerdir.

Sosyal ağlarla ilgili ama daha çok bilgilendirme davranışına yönelik “sosyal ağlarda (facebook, myspace) diğer insanların okuması için siyasal makale/haber linkleri paylaştım” ifadesine katılımcıların diğer sosyal medya kullanımını içeren katılım biçimlerinin aksine düşük düzeyde ($2,370 \pm 1,603$) katıldıkları görülmektedir. Gençlerin %40,3'ü (n=242) hiç kullanmadım, %26,7'si (n=160) ayda bir kereden az, %10,3'ü (n=62) ayda bir kez, %9,8'i (n=59) ayda birkaç kez, %5,5'i (n=33) haftada bir kez, %5,8'i (n=35) haftada birkaç kez, %1,5'i (n=9) her gün ilgili davranışı gerçekleştirdiğini belirtmiştir.

Sosyal ağlarda video ve resim paylaşımına yönelik siyasal katılma davranışını içeren maddenin de gençler tarafından daha az tercih edilen ($2,310 \pm 1,671$) bir katılım biçimi olduğu dikkat çekmektedir. Katılımcıların %48,8'i (n=293) ilgili davranışı hiç gerçekleştirmezken, %17,0'ı (n=102) ayda bir kereden az, %10,7'si (n=64) ayda bir kez, %10,7'si (n=64) ayda birkaç kez, %6,2'si (n=37) haftada bir kez, %4,0'ı (n=24) haftada birkaç kez, %2,7'si (n=16) her gün sosyal ağlarda video ya da resim paylaştığını belirtmiştir.

Bir başka çevrimiçi siyasal katılım platform olan bloglarla ilgili “siyasal bloglarda yorum yaptım” ifadesine gençlerin, %50,3'ü (n=302) hiç kullanmadım, %20,0'ı (n=120) ayda bir kereden az, %7,5'i (n=45) ayda bir kez, %6,7'si (n=40) ayda birkaç kez, %7,3'ü (n=44) haftada bir kez, %4,5'i (n=27) haftada birkaç kez, %3,7'si (n=22) her gün yanıtını vererek, bu davranışa zayıf ($2,290 \pm 1,750$) düzeyde katıldıkları görülmektedir.

Siyasal içerikli elektronik posta gönderme davranışı da katılımcıların düşük düzeyde ($2,120 \pm 1,779$) gerçekleştirdiği çevrimiçi siyasal katılım biçimi olarak dikkat çekmektedir. Gençlerin, %60,5'i (n=363) siyasal içerikli elektronik posta göndermediğini belirtirken, %12,7'si (n=76) ayda bir kereden az, %7,7'si (n=46) ayda bir kez, %7,0'ı (n=42) ayda birkaç kez, %3,5'i (n=21) haftada bir kez, %3,0'ı (n=18) haftada birkaç kez, %5,7'si (n=34) her gün bu davranışı gerçekleştirdiğini ifade etmiştir.

Gençlerin her ne kadar en sık gerçekleştirdikleri çevrimiçi siyasal katılım davranışı tweet atmaya ilişkin olsa da “siyasal içerikli bir tweeti retweetledim” ifadesinin oldukça düşük düzeyde ($2,070 \pm 1,654$) gerçekleştirilen bir katılım biçimi olduğu görülmektedir. Katılımcıların %60,8'i (n=365) siyasal içerikli tweeti retweetlemediğini ifade ederken,, %11,8'i (n=71) ayda bir kereden az, %7,3'ü (n=44) ayda bir kez, %9,2'si (n=55) ayda birkaç kez, %3,7'si (n=22) haftada bir kez, %4,8'i (n=29) haftada birkaç kez, %2,3'ü (n=14) her gün ilgili davranışı gerçekleştirdiğini belirtmiştir. Dolayısıyla gençlerin tweet atma eylemini oldukça sık gerçekleştirmelerine rağmen, retweetleme davranışını daha düşük düzeyde sergiledikleri söylenebilir.

Gençler tarafından bir diğer az gerçekleştirilen çevrimiçi siyasal katılım davranışının internet gazetelerinde yer alan haberlere siyasal yorumlarda bulunmak ($2,020 \pm 1,572$) olduğu görülmektedir. Araştırma sorusuna cevap verenlerin %57,8'i (n=347) çevrimiçi gazetelerde siyasal yorum yapmadığını belirtirken, %17,3'ü (n=104) ayda bir kereden az, %10,0'ı (n=60) ayda bir kez, %3,3'ü (n=20) ayda birkaç kez, %5,0'ı (n=30) haftada bir kez, %4,7'si (n=28) haftada birkaç kez, %1,8'i (n=11) her gün ilgili davranışı gerçekleştirmektedir.

Gençlerin internet üzerinden hükümet ya da siyasal parti temsilcilerine görüş bildirme yönünde oldukça düşük düzeyde ($1,800 \pm 1,519$) katıldıkları görülmektedir. Katılımcıların yarısından fazlası, %69,7 (n=418) ilgili davranışta bulunmazken, %11,5'i (n=69) ayda bir kereden az, %5,2'si (n=31) ayda bir kez, %3,8'i (n=23) ayda birkaç kez, %3,8'i (n=23) haftada bir kez, %4,5'i (n=27) haftada birkaç kez, %1,5'i (n=9) her gün gerçekleştirdiğini belirtmiştir.

Sosyal ağlar katılımcılar tarafından oldukça yoğun kullanılan siyasal katılım platformları olarak dikkat çekmesine rağmen, sosyal ağlarda siyasal bir parti ya da adayın hayran sayfasını beğenmek yönünde katılım davranışlarının gençler tarafından oldukça düşük düzeyde ($1,740 \pm 1,218$) gerçekleştiği söylenebilir. Gençlerin %60,5'i (n=363) sosyal ağlarda siyasal bir aktörün ya da partinin hayran sayfasını

beğenmediğini belirtmiştir. Katılımcıların %23,2'si (n=139) ilgili soruya ayda bir kereden az, %6,5'i (n=39) ayda bir kez, %4,8'i (n=29) ayda birkaç kez, %2,5'i (n=15) haftada bir kez, %1,8'i (n=11) haftada birkaç kez, %0,7'si (n=4) her gün yanıtını vermiştir.

Gençler tarafından oldukça düşük düzeyde gerçekleştirilen bir diğer davranış internet üzerinden bir gazeteci ya da kamuoyu önderine görüş bildirmektir (1,620 ± 1,411). Hükümet ya da siyasal parti temsilcilerine görüş bildirme yönündeki ifadeyle karşılaştırıldığında gençlerin gazeteci ya da kamuoyu önderiyle görüşlerini paylaşmak davranışının daha az gerçekleştirildiği söylenebilir. Katılımcıların oldukça büyük bir oranı, %79,3 (n=476), ilgili davranışı hiç sergilemezken, %4,8'i (n=29) ayda bir kereden az, %4,5'i (n=27) ayda bir kez, %3,3'ü (n=20) ayda birkaç kez, %3,8'i (n=23) haftada bir kez, %2,5'i (n=15) haftada birkaç kez, %1,7'si (n=10) her gün gerçekleştirmektedir.

Siyasal anketlerin hem çevrimiçi hem de çevrimdışı olarak oldukça sık uygulandığı bir dönemde internet üzerinden yapılan anketlere katılarak görüş bildirme davranışını gençlerin çok düşük (1,610 ± 1,215) düzeyde katıldıkları görülmektedir. İnternet kullanıcılarının çevrimiçi siyasal anketlerle ilgili soruya %70,7'si (n=424) hiç kullanmadım, %15,3'ü (n=92) ayda bir kereden az, %5,3'ü (n=32) ayda bir kez, %3,2'si (n=19) ayda birkaç kez, %2,8'i (n=17) haftada bir kez, %2,0'ı (n=12) haftada birkaç kez, %0,7'si (n=4) her gün yanıtını vermiştir.

Katılımcılar tarafından en az gerçekleştirilen bir diğer siyasal katılım davranışı internette imza kampanyasına katılmaktır (1,540 ± 1,233). Gençlerin %76,7'si (n=460) herhangi bir çevrimiçi imza kampanyasına katılmamıştır. Her gün katılanların oranı %1'dir (n=6). %11,0'ı (n=66) ayda bir kereden az, %3,2'si (n=19) ayda bir kez, %3,0'ı (n=18) ayda birkaç kez, %3,8'i (n=23) haftada bir kez, %1,3'ü (n=8) haftada birkaç kez imza kampanyasına katılmışlardır.

Çevrimdışı siyasal katılım davranışlarında olduğu gibi siyasal protestoya katılma davranışının çevrimiçi olarak da gençler tarafından oldukça düşük düzeyde gerçekleştirildiğini söylemek mümkündür ($1,400 \pm 1,014$). Katılımcıların %80,3'ü ($n=482$) çevrimiçi siyasal protestoda, %10,0'i ($n=60$) ayda bir kereden az, %4,5'i ($n=27$) ayda bir kez, %2,3'ü ($n=14$) ayda birkaç kez, %1,2'si ($n=7$) haftada bir kez, %0,8'i ($n=5$) haftada birkaç kez, %0,8'i ($n=5$) her gün çevrimiçi siyasal protestoya katıldığını ifade etmiştir.

Katılımcılar tarafından en az gerçekleştirilen siyasal katılım davranışının internet üzerinden siyasal bir gruba katılmak olduğu görülmektedir ($1,320 \pm 0,956$). Katılımcıların büyük bir çoğunluğu, %84,2'si, ($n=505$) çevrimiçi siyasal bir gruba katılmadığını ifade ederken sadece %0,7'si ($n=4$) ilgili soruya her gün yanıtını vermiştir. Diğer katılımcıların %9,5'i ($n=57$) ayda bir kereden az, %1,8'i ($n=11$) ayda bir kez, %1,2'si ($n=7$) ayda birkaç kez, %1,8'i ($n=11$) haftada bir kez, %0,8'i ($n=5$) haftada birkaç kez internet üzerinden siyasal bir gruba katılma davranışını gösterdiğini ifade etmiştir.

4.5.1. Çevrimiçi Siyasal Katılma Davranışlarına Yönelik Faktör Analizi

Çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarına ilişkin ölçekte olduğu gibi çevrimiçi siyasal katılma ölçeğinde de değişkenlerin sayısını azaltmak için elde edilen veriler faktör analizine tabi tutulmuştur. Çevrimiçi siyasal katılma ölçeğindeki 18 maddenin güvenilirliğini hesaplamak için iç tutarlılık katsayısı olan “Cronbach Alpha” hesaplanmıştır. Ölçeğin genel güvenilirliği $\alpha=0.876$ olarak çok yüksek bulunmuştur. Ölçeğin yapı geçerliliğinin ortaya koymak için açıklayıcı (açımlayıcı) faktör analizi yöntemi uygulanmıştır. Yapılan Barlett testi sonucunda ($p=0.000<0.05$) faktör analizine alınan değişkenler arasında ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Yapılan test sonucunda ($KMO=0.871>0,60$) örnek büyüklüğünün faktör analizi uygulanması için yeterli olduğu görülmüştür. Faktör analizi uygulamasında varimax yöntemi seçilerek faktörler

arasındaki ilişki yapısının aynı kalması sağlanmıştır. Güvenirliğine ilişkin bulunan alpha ve açıklanan varyans değerine göre çevrimiçi siyasal katılım ölçeğinin geçerli ve güvenilir bir araç olduğu anlaşılmıştır. Ölçeğe ait oluşan faktör yapısı Tablo 34'te görülmektedir.

Tablo 34. Çevrimiçi Siyasal Katılım Ölçeği Faktör Yapısı

| Boyut | Madde | Faktör Yüğü | Açıklanan Varyans | Cronbach's Alpha |
|--|--|-------------|-------------------|------------------|
| Çevrimiçi Siyasal Paylaşım (Özdeğer=5.925) | Hükümet Ya Da Siyasal Parti Temsilcilerine Görüş Bildirdim. | 0,703 | 20,273 | 0,851 |
| | İnternet Gazetelerinde Yer Alan Haberlere Siyasal Yorumlarda Bulundum. | 0,682 | | |
| | Siyasal Bloglarda Yorum Yaptım | 0,667 | | |
| | İnternetteki Siyasal Tartışma Forumlarına Katıldım Ve Güncel Siyasal Konularla İlgili Görüş Bildirdim | 0,654 | | |
| | Siyasal İçerikli Elektronik Posta Gönderdim | 0,631 | | |
| | Siyasal Parti Ya Da Aday(lar) La İlgili Video İzledim ve Yorum Yaptım | 0,616 | | |
| | Bir Gazeteci Ya Da Kamuoyu Önderine Görüşlerimi Bildirdim. | 0,614 | | |
| Sosyal Medyada Siyasal Paylaşım (Özdeğer=2.329) | Sosyal Ağlarda (facebook, Myspace) Başkaların Paylaştığı Siyasal İçerikli Gönderileri Beğendim | 0,811 | 20,143 | 0,826 |
| | Sosyal Ağlarda (facebook, Myspace) Siyasal İçerikli Yorumlar Yaptım. | 0,734 | | |
| | Siyasal İçerikli Tweet Attım. | 0,731 | | |
| | Sosyal Ağlarda (facebook, Myspace) Diğer İnsanların Okuması İçin Siyasal Makale/haber Linkleri Paylaştım. | 0,671 | | |
| | Siyasal İçerikli Bir Tweeti Retweetledim. | 0,633 | | |
| | Sosyal Ağlarda (facebook, Myspace) Siyasal İçerikli Video Ya Da Resim Paylaştım. | 0,614 | | |
| | Sosyal Ağlarda (facebook, Myspace) Siyasal Partinin Ya Da Siyasal Bir Adayın Hayran Sayfasını Beğendim. | 0,453 | | |
| Çevrimiçi Siyasal Eylem/Protesto (Özdeğer=1.415) | İnternet üzerinden Siyasal Bir Gruba Katıldım. | 0,735 | 13,300 | 0,734 |
| | İnternet üzerinden Yapılan Anketlere Katılarak Görüş Bildirdim. | 0,697 | | |
| | İnternet üzerinden Siyasal Bir Protestoya Katıldım. | 0,581 | | |
| | İnternette İmza Kampanyasına Katıldım. | 0,381 | | |
| Toplam Varyans %53.716 | | | | |

Çevrimiçi Siyasal Katılım ölçeğinin faktör analizi değerlendirilmesinde özdeğeri birden büyük faktörlerin ele alınmasına, değişkenlerin faktör içerisindeki ağırlığını gösteren faktör yüklerinin yüksek olmasına, aynı değişken için faktör yüklerinin birbirine yakın olmamasına dikkat edilmiştir. Ölçeği oluşturan faktörlerin güvenilirlik katsayıları ve açıklanan varyans oranlarının yüksek olması ölçeğin güçlü bir faktör yapısına sahip olduğunu göstermiştir. Faktör analizi sonucunda değişkenler toplam açıklanan varyansı %53.716 olan 3 faktör altında toplanmıştır. Birinci faktörde yer alan maddeler “Çevrimiçi Siyasal Paylaşım” olarak ele alınmıştır. Çevrimiçi Siyasal Paylaşım faktörünü oluşturan 7 maddenin güvenilirliği $\alpha = 0.851$ olarak, açıklanan varyans değeri %20.273 olarak saptanmıştır. İkinci faktörde yer alan maddeler “Sosyal Medyada Siyasal Paylaşım” olarak ele alınmıştır. Sosyal Medyada Siyasal Paylaşım faktörünü oluşturan 7 maddenin güvenilirliği $\alpha = 0.826$ olarak, açıklanan varyans değeri %20.143 olarak saptanmıştır. Üçüncü faktörde yer alan maddeler “Çevrimiçi Siyasal Eylem/Protesto” olarak ele alınmıştır. Çevrimiçi Siyasal Eylem/Protesto faktörünü oluşturan 4 maddenin güvenilirliği $\alpha = 0.734$ olarak, açıklanan varyans değeri %13.300 olarak saptanmıştır. Ölçekteki faktörlerin puanları hesaplanırken faktördeki maddelerin değerleri toplandıktan sonra madde sayısına bölünerek (aritmetik ortalama) faktör puanları elde edilmiştir. Araştırmaya katılan gençlerin çevrimiçi siyasal katılım düzeylerinin ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 35’te görülmektedir.

Tablo 35. Katılımcıların Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Ortalamaları

| | N:600 | | | |
|---------------------------------------|--------------|-----------|-------------|-------------|
| | Ort | Ss | Min. | Max. |
| Çevrimiçi Siyasal Paylaşım | 2,106 | 1,187 | 1,000 | 6,140 |
| Sosyal Medyada Siyasal Paylaşım | 2,416 | 1,230 | 1,000 | 6,140 |
| Çevrimiçi Siyasal Eylem/Protesto | 1,468 | 0,767 | 1,000 | 5,000 |
| Çevrimiçi Siyasal Katılım Genel Puanı | 2,085 | 0,899 | 1,000 | 4,890 |

Katılımcıların internette siyasal katılım düzeylerinin ortalamaları incelendiğinde, sosyal medyada siyasal paylaşım faktörünün en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir ($2,416 \pm 1,230$). Diğer bir ifadeyle sosyal medyanın, diğer çevrimiçi mecralarla karşılaştırıldığında gençlerin oldukça yoğun siyasal katılım gösterdikleri platformlar olduğu söylenebilir. Sosyal medyada siyasal paylaşım faktörünü, bloglarda ya da diğer platformlarda siyasal düşünce paylaşımına yönelik maddelerden oluşan çevrimiçi siyasal paylaşım faktörü takip etmektedir ($2,106 \pm 1,187$). Çevrimiçi siyasal katılım faktörleri içinde en düşük ortalamaya, internet üzerinden siyasal bir protestoya ya da imza kampanyasına katılmak gibi daha yoğun siyasal eylem içeren maddeleri içeren çevrimiçi siyasal eylem/protesto faktörü takip etmektedir ($1,468 \pm 0,767$). Katılımcıların çevrimiçi siyasal katılım genel ortalaması incelendiğinde gençlerin orta düzeyde bir katılım gösterdikleri söylenebilir ($2,085 \pm 0,899$).

4.5.1.1. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu

Katılımcıların çevrimiçi siyasal katılım faktörlerinin cinsiyet değişkenine bağımlı olup olmadığını belirlemek amacıyla t-testi uygulanmış ve sosyal medyada siyasal paylaşım faktörü dışındaki ($p>0,05$) diğer değişkenler arasındaki bağımlılık istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($p=0,000<0,05$). Diğer bir ifadeyle cinsiyetin, sosyal medyada siyasal paylaşım düzeyini etkileyen bir değişken olmadığı söylenebilir.

Tablo 36. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu

N:600

| | Grup | N | Ort | Ss | t | p |
|--|-------------|----------|------------|-----------|----------|--------------|
| Çevrimiçi Siyasal Paylaşım | Kadın | 294 | 1,93 | 0,99 | -3,41 | 0,001 |
| | Erkek | 306 | 2,26 | 1,32 | | |
| Sosyal Medyada Siyasal Paylaşım | Kadın | 294 | 2,40 | 1,23 | -0,32 | 0,747 |
| | Erkek | 306 | 2,42 | 1,22 | | |
| Çevrimiçi Siyasal Eylem/Protesto | Kadın | 294 | 1,39 | 0,68 | -2,46 | 0,014 |
| | Erkek | 306 | 1,54 | 0,82 | | |
| Çevrimiçi Siyasal Katılım Genel Puanı | Kadın | 294 | 1,99 | 0,80 | -2,386 | 0,017 |
| | Erkek | 306 | 2,170 | 0,977 | | |

Tablo 36 incelendiğinde, çevrimiçi siyasal paylaşım ve çevrimiçi siyasal eylem/protesto faktörlerinin her ikisi için de, erkek katılımcıların, kadınlardan daha yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Çevrimiçi siyasal katılım genel puanı için de erkeklerin ($x=2,170$), kadın katılımcılara ($x=1,996$) göre daha yüksek düzeyde çevrimiçi siyasal katılım gösterdiği söylenebilir. Elde edilen sonuçlara dayanarak çevrimdışı siyasal katılım için farklılaşma göstermeyen cinsiyet değişkeninin sosyal medyada siyasal paylaşım dışındaki diğer çevrimiçi siyasal katılım faktörleri için anlamlı bir farklılığa neden olduğu düşünülebilir. Dolayısıyla cinsiyet ve çevrimiçi siyasal katılım faktörleri arasında anlamlı bir farklılık öngören çalışmanın on yedi numaralı hipotezi kısmen doğrulanmıştır.

4.5.1.2. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Yaşa Göre Farklılaşma Durumu

Katılımcıların içinde buldukları yaş değişkeni ve çevrimiçi siyasal katılım faktörleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığına yönelik tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda, bütün faktörler ve yaş değişkeni arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($p=0,000<0.05$). Yaş değişkenine göre grupların ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 37’de gösterilmektedir.

Tablo 37. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Yaşa Göre Farklılaşma Durumu**N:600**

| | Grup (Yaş) | N | Ort | Ss | F | p | Fark |
|--|-------------------|----------|------------|-----------|----------|--------------|-----------------|
| Çevrimiçi Siyasal Paylaşım | 18 | 130 | 1,812 | 0,994 | 11,500 | 0,000 | 4 > 1 |
| | 19 | 117 | 2,173 | 1,277 | | | 5 > 1 |
| | 20 | 118 | 1,694 | 0,885 | | | 2 > 3 |
| | 21 | 114 | 2,338 | 1,114 | | | 4 > 3 |
| | 22 | 121 | 2,538 | 1,400 | | | 5 > 3 |
| Sosyal Medyada Siyasal Paylaşım | 18 | 130 | 2,053 | 1,261 | 5,023 | 0,001 | 2 > 1 |
| | 19 | 117 | 2,524 | 1,103 | | | 4 > 1 |
| | 20 | 118 | 2,318 | 1,115 | | | 5 > 1 |
| | 21 | 114 | 2,674 | 1,289 | | | |
| | 22 | 121 | 2,556 | 1,283 | | | |
| Çevrimiçi Siyasal Eylem/Protesto | 18 | 130 | 1,233 | 0,600 | 11,513 | 0,000 | 2 > 1 |
| | 19 | 117 | 1,502 | 0,880 | | | 4 > 1 |
| | 20 | 118 | 1,244 | 0,469 | | | 5 > 1 |
| | 21 | 114 | 1,673 | 0,854 | | | 4 > 3 |
| | 22 | 121 | 1,713 | 0,831 | | | 5 > 3 |
| Çevrimiçi Siyasal Katılım Genel Puanı | 18 | 130 | 1,777 | 0,816 | 11,925 | 0,000 | 2 > 1 |
| | 19 | 117 | 2,161 | 0,903 | | | 4 > 1 |
| | 20 | 118 | 1,837 | 0,698 | | | 5 > 1 |
| | 21 | 114 | 2,321 | 0,866 | | | 2 > 3 |
| | 22 | 121 | 2,362 | 1,024 | | | 4 > 3 |
| | | | | | | | 5 > 3 |

Çevrimiçi siyasal katılım puanının yaş değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek için post-hoc testi yapılmıştır. Çevrimiçi siyasal paylaşım faktörü için en yüksek ortalamaya 22 yaş grubundaki gençlerin ($2,538 \pm 1,400$) sahip olduğu görülmektedir. Bu grubu 21 yaşındaki gençler ($2,338 \pm 1,114$) takip ederken, en düşük ortalamaya sahip grubu 20 yaşındaki katılımcıların ($1,694 \pm 0,885$) oluşturduğu görülmektedir. Sosyal medyada siyasal paylaşım faktörü için grup ortalamalarının birbirine yakın değerlere sahip olduğu görülmektedir. Tablo incelendiğinde sosyal medyada siyasal paylaşım ortalamasının en yüksek olduğu kategorinin 21 yaşındaki ($2,674 \pm 1,289$) gençlerden, en düşük ortalamaya sahip katılımcıların 18 yaşında ($2,053 \pm 1,261$) olduğu görülmektedir.

Ölçekteki üçüncü faktör olan çevrimiçi siyasal eylem/protesto için katılım ortalamalarının diğer iki faktöre göre oldukça düşük değerlere sahip olduğu görülürken, ilgili faktör için 22 yaş grubundaki gençler ($1,713 \pm 0,831$) en yüksek ortalamaya sahip grubu oluşturmaktadır. 18 yaşındaki ($1,233 \pm 0,600$) gençler sosyal medyada siyasal paylaşım faktöründe olduğu gibi, siyasal eylem/protesto davranışları için de en düşük ortalamaya sahiptir.

Katılımcıların çevrimiçi siyasal katılım faktör ortalamaları incelendiğinde de 21 ($2,321 \pm 0,866$) ve 22 ($2,362 \pm 1,024$) yaşlarındaki katılımcıların birbirlerine yakın ortalamalara sahip olduğu görülmektedir. En düşük çevrimiçi siyasal katılım faktör ortalamasına sahip katılımcılar 18 yaş grubundaki ($1,777 \pm 0,816$) gençlerdir. Bu sonuçlardan hareketle on sekizinci hipotez doğrulanmıştır.

4.5.1.3. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Eğitim Seviyesine Göre Farklılaşma Durumu

Katılımcıların çevrimiçi siyasal katılım faktörlerinin, eğitim düzeylerine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini saptayabilmek için yapılan Anova analizi ve farklılıkların kaynaklarını belirleyebilmek için gerçekleştirilen post-hoc analizi bulguları Tablo 38'de sunulmaktadır. Elde edilen sonuçlar bütün faktörler ve eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişkinin bulunduğunu göstermektedir ($p=0,000<0,05$).

Tablo 38. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Eğitim Durumuna Göre Farklaşma Durumu

N:600

| | Grup | N | Ort | Ss | F | p | Fark |
|--|-------------------|----------|------------|-----------|----------|--------------|-------------|
| Çevrimiçi Siyasal Paylaşım | Okur-yazar | 36 | 1,532 | 0,763 | 15,687 | 0,000 | 2 > 1 |
| | İlköğretim Mezunu | 198 | 2,164 | 1,168 | | | 4 > 1 |
| | Lise Mezunu | 314 | 1,982 | 1,105 | | | 4 > 2 |
| | Üniversite Mezunu | 52 | 3,030 | 1,478 | | | 4 > 3 |
| Sosyal Medyada Siyasal Paylaşım | Okur-yazar | 36 | 1,687 | 1,043 | 10,772 | 0,000 | 3 > 1 |
| | İlköğretim Mezunu | 198 | 2,171 | 1,109 | | | 4 > 1 |
| | Lise Mezunu | 314 | 2,612 | 1,278 | | | 3 > 2 |
| | Üniversite Mezunu | 52 | 2,679 | 1,162 | | | 4 > 2 |
| Çevrimiçi Siyasal Eylem/Protesto | Okur-yazar | 36 | 1,306 | 0,770 | 9,103 | 0,000 | 4 > 1 |
| | İlköğretim Mezunu | 198 | 1,468 | 0,787 | | | 4 > 2 |
| | Lise Mezunu | 314 | 1,403 | 0,681 | | | 4 > 3 |
| | Üniversite Mezunu | 52 | 1,971 | 0,984 | | | |
| Çevrimiçi Siyasal Katılım Genel Puanı | Okur-yazar | 36 | 1,542 | 0,720 | 12,580 | 0,000 | 2 > 1 |
| | İlköğretim Mezunu | 198 | 2,012 | 0,888 | | | 3 > 1 |
| | Lise Mezunu | 314 | 2,098 | 0,845 | | | 4 > 1 |
| | Üniversite Mezunu | 52 | 2,658 | 1,069 | | | 4 > 2 |
| | | | | | | | 4 > 3 |

Tablo 38 incelendiğinde, çevrimiçi siyasal paylaşım faktörü için, en yüksek ortalamaya sahip grubu, üniversite mezunlarının ($3,030 \pm 1,478$) oluşturduğu görülmektedir. Eğitim seviyesi okur-yazar olan katılımcılar ($1,532 \pm 0,763$), diğer gruplarla karşılaştırıldığında daha düşük bir çevrimiçi siyasal paylaşım göstermektedir. Diğer taraftan ilköğretim ve lise mezunu katılımcıların birbirine yakın ortalamalara sahip olduğu söylenebilir.

Sosyal medyada siyasal paylaşım faktörü ve eğitim seviyesi değişkeni arasındaki ilişki incelendiğinde eğitim seviyesini okur-yazar olarak belirten katılımcıların ($1,687 \pm 1,043$), çevrimiçi siyasal paylaşımında olduğu gibi diğer gruplara göre düşük katılım gösterdikleri söylenebilir. Bu grubu sırasıyla ilköğretim ($2,171 \pm 1,109$) ve lise mezunu katılımcılar ($2,612 \pm 1,278$) takip etmektedir. Bu faktör için de üniversite mezunlarının en yüksek ortalamaya sahip grubu oluşturduğu görülmektedir ($2,679 \pm 1,162$). Dolayısıyla katılımcıların eğitim seviyesi arttıkça sosyal medyada daha çok siyasal paylaşım gösterdikleri düşünülebilir.

Araştırmaya katılan gençlerin çevrimiçi siyasal eylem/protesto faktör ortalamaları incelendiğinde, üniversite mezunu katılımcıların ilgili faktör ortalamasının ($1,971 \pm 0,984$), eğitim seviyesi okur-yazar ($1,306 \pm 0,770$), ilköğretim mezunu ($1,468 \pm 0,787$) ya da lise mezunu olan ($1,403 \pm 0,681$) gençlerden yüksek olduğu görülmektedir. Çevrimiçi siyasal paylaşım faktöründe olduğu gibi ilköğretim ve lise mezunu katılımcıların ilgili faktör ortalamalarının birbirine yakın olduğu görülmektedir.

Çevrimiçi siyasal katılım faktörleri genel ortalaması için, grup ortalamalarının eğitim düzeyiyle birlikte arttığı söylenebilir. En yüksek ortalamaya sahip grubu üniversite mezunları oluştururken ($2,658 \pm 1,069$), çevrimiçi siyasal katılım puanı en düşük grubun okuryazar ($1,542 \pm 0,720$) gençler olduğu görülmektedir. Bu grubu sırasıyla ilköğretim ($2,012 \pm 0,888$) ve lise mezunu ($2,098 \pm 0,845$) katılımcılar takip etmektedir. Elde edilen sonuçlar eğitim düzeyi ve çevrimiçi siyasal katılım faktörleri arasında anlamlı bir ilişki öngören on dokuz numaralı hipotezin doğrulandığını göstermektedir.

4.5.1.4.Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerin Medeni Duruma ve Çocuk Sahipliğine Göre Farklılaşma Durumu

Katılımcıların çevrimiçi siyasal katılım faktörlerinin medeni duruma göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Anova sonuçlarına göre çevrimiçi siyasal paylaşım faktörü dışında grup ortalamaları arasında

anamlı bir farklılık söz konusudur ($p=0,000<0.05$). Medeni durum değişkenine göre grupların ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 39’da gösterilmektedir.

Tablo 39. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Medeni Durumu Göre Farklılaşma Durumu

N:600

| | Grup | N | Ort | Ss | F | p | Fark |
|--|--------------|----------|------------|-----------|----------|--------------|------------------------------------|
| Çevrimiçi Siyasal Paylaşım | Evli | 38 | 1,929 | 1,191 | 0,917 | 0,400 | |
| | Bekar | 547 | 2,110 | 1,189 | | | |
| | Boşanmış/dul | 15 | 2,410 | 1,106 | | | |
| Sosyal Medyada Siyasal Paylaşım | Evli | 38 | 1,624 | 0,919 | 9,548 | 0,000 | 2 > 1 |
| | Bekar | 547 | 2,481 | 1,235 | | | |
| | Boşanmış/dul | 15 | 2,057 | 1,024 | | | |
| Çevrimiçi Siyasal Eylem/Protesto | Evli | 38 | 1,336 | 0,629 | 3,779 | 0,023 | 3 > 1 3 > 2 |
| | Bekar | 547 | 1,463 | 0,759 | | | |
| | Boşanmış/dul | 15 | 1,967 | 1,168 | | | |
| Çevrimiçi Siyasal Katılım Genel Puanı | Evli | 38 | 1,678 | 0,850 | 4,230 | 0,015 | 2 > 1 |
| | Bekar | 547 | 2,111 | 0,895 | | | |
| | Boşanmış/dul | 15 | 2,174 | 0,959 | | | |

Çevrimiçi siyasal katılım düzeyinin medeni durum değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere gerçekleştirilen post-hoc testi sonucunda evli olan katılımcıların ilgili faktörler içinde en düşük ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Sosyal medyada siyasal paylaşım faktörü için, bekar katılımcıların ilgili ortalamalarının ($2,481 \pm 1,235$), medeni durumu boşanmış/dul ($2,057 \pm 1,024$) olan gençlerden yüksek olduğu görülürken, diğer faktörler ve çevrimiçi siyasal katılım genel puanı için ikinci en yüksek ortalamaya sahip grubu oluşturduğu söylenebilir.

Katılımcıların çevrimiçi siyasal katılım faktörlerinin çocuk sahipliğine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonuçları, bütün faktörler için çocuk sahipliğinin önemli bir değişken olduğunu ortaya koymaktadır ($p=0,000<0.05$). Analiz sonuçları Tablo 40’ta gösterilmektedir.

Tablo 40.Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Çocuk Sahipliğine Göre Farklılaşma Durumu

N:600

| | Grup | N | Ort | Ss | t | p |
|--|-------|-----|-------|-------|--------|--------------|
| Çevrimiçi Siyasal Paylaşım | Evet | 13 | 1,593 | 0,649 | -1,575 | 0,014 |
| | Hayır | 587 | 2,117 | 1,194 | | |
| Sosyal Medyada Siyasal Paylaşım | Evet | 13 | 1,341 | 0,536 | -3,212 | 0,000 |
| | Hayır | 587 | 2,440 | 1,231 | | |
| Çevrimiçi Siyasal Eylem/Protesto | Evet | 13 | 1,135 | 0,282 | -1,586 | 0,001 |
| | Hayır | 587 | 1,475 | 0,773 | | |
| Çevrimiçi Siyasal Katılım Genel Puanı | Evet | 13 | 1,393 | 0,406 | -2,821 | 0,000 |
| | Hayır | 587 | 2,100 | 0,901 | | |

Tablo 40’a göre katılımcıların çocuk sahipliğinin, çevrimiçi siyasal katılım genel puanı da dahil olmak üzere bütün faktörleri etkileyen bir değişken olduğu görülmektedir. Elde edilen sonuçlara dayanarak çocuk sahibi olmayan gençlerin çevrimiçi siyasal katılım düzeylerinin diğer gruba göre daha yüksek olduğu söylenebilir.

4.5.1.5. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Çalışma Durumuna Göre Farklılaşması

Araştırmaya katılan gençlerin çalışma durumu bağımsız değişkeni ve çevrimiçi siyasal katılım faktörleri arasında farklılık olup olmadığına yönelik tek yönlü Anova testi gerçekleştirilmiş ve elde edilen sonuçlara göre iki değişken arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($p=0,000<0.05$). Çalışma durumu değişkenine göre grupların ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 41’de sunulmuştur.

Tablo 41. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Çalışma Durumuna Göre Farklılaşması

N:600

| | Grup | N | Ort | Ss | F | p | Fark |
|--|--------------|----------|------------|-----------|----------|--------------|--------------------------|
| Çevrimiçi Siyasal Paylaşım | Çalışıyorum | 229 | 2,236 | 1,347 | 2,955 | 0,032 | 1>3 |
| | Öğrenciyim | 19 | 2,135 | 1,605 | | | |
| | Ev Kadınıyım | 35 | 1,633 | 0,720 | | | |
| | İşsizim | 317 | 2,062 | 1,059 | | | |
| Sosyal Medyada Siyasal Paylaşım | Çalışıyorum | 229 | 2,276 | 1,157 | 7,771 | 0,000 | 4>1 4>3 |
| | Öğrenciyim | 19 | 2,211 | 1,392 | | | |
| | Ev Kadınıyım | 35 | 1,714 | 0,786 | | | |
| | İşsizim | 317 | 2,608 | 1,272 | | | |
| Çevrimiçi Siyasal Eylem/Protesto | Çalışıyorum | 229 | 1,592 | 0,836 | 4,387 | 0,005 | 1>3 1>4 |
| | Öğrenciyim | 19 | 1,355 | 0,495 | | | |
| | Ev Kadınıyım | 35 | 1,171 | 0,432 | | | |
| | İşsizim | 317 | 1,418 | 0,744 | | | |
| Çevrimiçi Siyasal Katılım Genel Puanı | Çalışıyorum | 229 | 2,109 | 0,969 | 4,424 | 0,004 | 1>3 4>3 |
| | Öğrenciyim | 19 | 1,991 | 1,155 | | | |
| | Ev Kadınıyım | 35 | 1,562 | 0,504 | | | |
| | İşsizim | 317 | 2,131 | 0,847 | | | |

Çevrimiçi siyasal katılım faktörlerinin çalışma durumu değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere gerçekleştirilen post-hoc testi sonucunda çevrimiçi siyasal paylaşım faktörü için en yüksek ortalamaya sahip grubu çalışan gençlerin oluşturduğu ($2,236 \pm 1,347$), ev kadınlarının ($1,633 \pm 0,720$) diğer gruplar içinde en düşük ortalamaya sahip olduğu görülmektedir.

Sosyal medyada siyasal paylaşım faktörü incelendiğinde, ankette işsizim ifadesini işaretleyen katılımcıların ortalamalarının ($2,608 \pm 1,272$), diğer katılımcılardan ($2,276 \pm 1,157$) yüksek olduğu görülmektedir. Dolayısıyla herhangi bir işte aktif olarak çalışmayan gençlerin sosyal medyada daha çok katılım gösterdikleri söylenebilir. Araştırmaya katılan gençlerin çevrimiçi siyasal eylem/protesto ortalamalarına bakıldığında, çalışan genç internet kullanıcılarının puanlarının ($1,592 \pm 0,836$), ev kadınlarından ($1,171 \pm 0,432$), çalışan gençlerden ($1,592 \pm 0,836$) ve işsiz katılımcılardan ($1,418 \pm 0,744$) yüksek olduğu görülmektedir.

Ankete sorularına cevap verenlerin çevrimiçi siyasal katılım genel ortalamaları incelendiğinde, en fazla çevrimiçi siyasal katılım gerçekleştiren grubun çalışmayan katılımcılar ($2,131 \pm 0,847$) olduğu görülmektedir. Bu grubu yakın bir ortalamaıyla çalışan gençler ($2,109 \pm 0,969$) takip etmektedir. Çevrimdışı siyasal katılımında olduğu gibi, ev kadınları ($1,562 \pm 0,504$) en düşük çevrimiçi siyasal katılımı gerçekleştiren grubu oluşturmaktadır. Bu sonuçlar çalışma durumu ve çevrimiçi siyasal katılım faktörleri arasında anlamlı farklılık öngören yirmi numaralı hipotezin doğrulandığını göstermektedir.

4.5.1.6. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Gelir Durumuna Göre Farklılaşması

Araştırmaya katılan gençlerin çevrimiçi siyasal katılım faktörleri ve aylık gelir değişkeni arasında farklılık olup olmadığına yönelik gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonuçlarına göre çevrimiçi siyasal paylaşım faktörü ve çevrimiçi siyasal eylem/protesto faktörleriyle aylık gelir arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ($p=0,000<0,05$). Diğer bir ifadeyle katılımcıların gelir durumlarının sosyal medyada siyasal paylaşım ve çevrimiçi siyasal katılım genel puanını etkileyen bir değişken olmadığını söylemek mümkündür. Dolayısıyla gelir durumu ve çevrimiçi siyasal katılım faktörleri arasında ilişki öngören yirmi bir numaralı hipotez kısmen kabul edilirken, elde edilen bulgular Tablo 42’de sunulmaktadır.

Tablo 42. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Aylık Gelire Göre Farklılaşması
N:600

| | Grup | N | Ort | Ss | F | p | Fark |
|--|----------------|-----|-------|-------|-------|--------------|-----------------|
| Çevrimiçi Siyasal Paylaşım | 750 TL Ve Altı | 384 | 2,048 | 1,094 | 3,337 | 0,036 | 2 > 1 |
| | 751 -1500 TL | 185 | 2,275 | 1,349 | | | 2 > 3 |
| | 1501 -2250 TL | 31 | 1,807 | 1,187 | | | |
| Sosyal Medyada Siyasal Paylaşım | 750 TL Ve Altı | 384 | 2,490 | 1,263 | 2,266 | 0,105 | |
| | 751 -1500 TL | 185 | 2,257 | 1,187 | | | |
| | 1501 -2250 TL | 31 | 2,452 | 0,995 | | | |
| Çevrimiçi Siyasal Eylem/Protesto | 750 Ve Altı | 384 | 1,405 | 0,749 | 5,587 | 0,004 | 2 > 1 |
| | 751 -1500 TL | 185 | 1,622 | 0,815 | | | |
| | 1501 -2250 TL | 31 | 1,331 | 0,549 | | | |
| Çevrimiçi Siyasal Katılım Genel Puanı | 750 TL Ve Altı | 384 | 2,077 | 0,866 | 0,519 | 0,596 | |
| | 751 -1500 TL | 185 | 2,123 | 0,990 | | | |
| | 1501-2250 TL | 31 | 1,952 | 0,715 | | | |

Çevrimiçi siyasal katılım faktörlerinin gelir durumu değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemeye yönelik post-hoc testi sonucunda, çevrimiçi siyasal paylaşım faktörü için, en yüksek ortalamaya sahip grubun aylık geliri 751 TL-1500 TL ($2,275 \pm 1,349$) arasında olan katılımcılardan oluştuğu görülmektedir. Bu grubu aylık geliri 750 TL ve altı ($2,048 \pm 1,094$) olan gençler takip ederken, en düşük ortalamaya sahip grubu 1501 ve 2250 TL ($1,807 \pm 1,187$) arası gelire sahip katılımcılar oluşturmaktadır. Çevrimiçi siyasal/eylem protesto faktörü incelendiğinde, aylık geliri 751 TL-1500 TL ($1,622 \pm 0,815$) olan gençlerin diğer faktöre benzer şekilde en yüksek ortalamaya sahip grubu oluşturduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla aylık 750 TL ve altı ($1,405 \pm 0,749$) ve 1501-2250 TL arası ($1,331 \pm 0,549$) geliri olan gençler takip etmektedir.

4.5.1.7. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Siyasal Bilgilenmek için Kullanılan Kitle İletişim Araçlarına Göre Farklılaşma Durumu

Araştırmaya katılanların medya kullanımı ve çevrimiçi siyasal katılım faktörleri arasındaki ilişkiyi tespit edebilmek amacıyla tek yönlü varyans analizi (Anova) esas alınmış, analiz sonuçları, sosyal medyada siyasal paylaşım faktörü dışında iki değişken

arasında anlamlı bir farklılığın bulunduğunu ortaya koymuştur ($p=0,000<0.05$). Dolayısıyla çevrimiçi siyasal katılım faktörleri ve medya tercihi arasında anlamlı bir ilişki öngören yirmi iki numaralı hipotez kısmen kabul edilmiştir. Anova ve tamamlayıcı post-hoc testi sonucuna ilişkin bulgular Tablo 43'te görülmektedir.

Tablo 43. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Siyasal Bilgilenmek için Kullanılan Kitle İletişim Araçlarına Göre Farklaşması

N:600

| | Grup | N | Ort | Ss | F | p | Fark |
|--|------------|-----|-------|-------|--------|--------------|------|
| Çevrimiçi Siyasal Paylaşım | Televizyon | 390 | 1,761 | 0,889 | 37,130 | 0,000 | 2>1 |
| | Radyo | 18 | 2,627 | 1,048 | | | 3>1 |
| | Gazete | 23 | 2,882 | 1,319 | | | 4>1 |
| | İnternet | 169 | 2,740 | 1,438 | | | |
| Sosyal Medyada Siyasal Paylaşım | Televizyon | 390 | 2,341 | 1,257 | 1,884 | 0,131 | |
| | Radyo | 18 | 2,452 | 1,158 | | | |
| | Gazete | 23 | 2,292 | 1,037 | | | |
| | İnternet | 169 | 2,604 | 1,186 | | | |
| Çevrimiçi Siyasal Eylem/Protesto | Televizyon | 390 | 1,264 | 0,600 | 30,707 | 0,000 | 2>1 |
| | Radyo | 18 | 1,972 | 0,958 | | | 3>1 |
| | Gazete | 23 | 1,946 | 0,974 | | | 4>1 |
| | İnternet | 169 | 1,821 | 0,875 | | | |
| Çevrimiçi Siyasal Katılım Genel Puanı | Televizyon | 390 | 1,876 | 0,754 | 22,209 | 0,000 | 2>1 |
| | Radyo | 18 | 2,414 | 0,870 | | | 3>1 |
| | Gazete | 23 | 2,444 | 0,996 | | | 4>1 |
| | İnternet | 169 | 2,483 | 1,034 | | | |

Araştırma sorularına cevap verenlerin çevrimiçi siyasal paylaşım faktör ortalamaları incelendiğinde, en yüksek ortalamaya sahip katılımcıların, gündemdeki siyasal konularla ilgili haberleri gazeteden takip edenler ($2,882 \pm 1,319$) oldukları görülmektedir. Siyasal gündemi gazeteden takip eden gençlerin çevrimiçi siyasal paylaşım puanları ($2,882 \pm 1,319$), siyasal haberleri daha çok televizyondan alan ($1,761 \pm 0,889$) ve çevrimiçi siyasal bilgilenmek için internet tercih eden ($2,740 \pm 1,438$) katılımcılardan yüksektir.

Çevrimiçi siyasal eylem/protesto faktörü için televizyon tercih eden katılımcıların ($1,264 \pm 0,600$) ortalaması en düşük bulunurken, radyo ($1,972 \pm 0,958$) ya da gazete ($1,946 \pm 0,974$) tercih eden gençlerin ortalamalarının birbirlerine yakın değerlere sahip olduğu söylenebilir. Katılımcıların çevrimiçi siyasal katılım faktörleri genel ortalamasının siyasal bilgilenecek için tercih edilen medyayla ilişkisi incelendiğinde, siyasal gündemi daha çok internetten ($2,483 \pm 1,034$) takip eden gençlerin çevrimiçi siyasal katılım puanlarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Diğer taraftan gündemdeki siyasal konularla ilgili haberleri radyo ile alan gençlerin ($2,414 \pm 0,870$) ya da gazeteden takip edenlerin ($2,444 \pm 0,996$) çevrimiçi siyasal katılım düzeyi, televizyon tercih eden katılımcılardan ($1,876 \pm 0,754$) yüksek bulunmuştur. Diğer bir ifadeyle siyasal bilgilenecek için tercih edilen medyanın sosyal medyada siyasal paylaşım dışında çevrimiçi siyasal katılımı etkilediği söylenebilir.

4.5.1.8. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Haftalık İnternet Kullanma Süresine Göre Farklılaşma Durumu

Katılımcıların haftalık internet kullanma süresi ve çevrimiçi siyasal katılım faktörleri arasındaki ilişkiyi saptamak amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizinin (Anova) sonuçlarına göre bütün faktörler ve internet kullanımı arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($p=0,000<0,05$). Çevrimiçi siyasal katılım faktörlerinin haftalık internet kullanımı değişkenine göre hangi gruplarda farklılaştığını belirlemek amacıyla post-hoc testi yapılmıştır. Grupların ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 44’te verilmektedir.

Tablo 44. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Haftalık İnternet Kullanma Süresine Göre Farklaşması

N:600

| | Gün | N | Ort | Ss | F | p | Fark |
|--|------------|----------|------------|-----------|----------|--------------|-------------------------|
| Çevrimiçi Siyasal Paylaşım | 1-2 | 162 | 1,504 | 0,759 | 25,976 | 0,000 | 2 > 1 |
| | 3-4 | 103 | 1,983 | 1,157 | | | 3 > 1 |
| | 5-6 | 132 | 2,507 | 1,429 | | | 4 > 1 |
| | Her Gün | 203 | 2,388 | 1,113 | | | 3 > 2 4 > 2 |
| Sosyal Medyada Siyasal Paylaşım | 1-2 | 162 | 1,549 | 0,763 | 94,548 | 0,000 | 2 > 1 |
| | 3-4 | 103 | 2,007 | 1,156 | | | 3 > 1 |
| | 5-6 | 132 | 2,468 | 1,044 | | | 4 > 1 |
| | Her Gün | 203 | 3,284 | 1,093 | | | 3 > 2 4 > 2 4 > 3 |
| Çevrimiçi Siyasal Eylem/Protesto | 1-2 | 162 | 1,222 | 0,588 | 9,418 | 0,000 | 3 > 1 |
| | 3-4 | 103 | 1,435 | 0,835 | | | 4 > 1 |
| | 5-6 | 132 | 1,644 | 0,789 | | | |
| | Her Gün | 203 | 1,567 | 0,797 | | | |
| Çevrimiçi Siyasal Katılım Genel Puanı | 1-2 | 162 | 1,459 | 0,601 | 64,786 | 0,000 | 2 > 1 |
| | 3-4 | 103 | 1,871 | 0,902 | | | 3 > 1 |
| | 5-6 | 132 | 2,300 | 0,997 | | | 4 > 1 |
| | Her Gün | 203 | 2,554 | 0,681 | | | 3 > 2 4 > 2 4 > 3 |

Tablo incelendiğinde siyasal paylaşım faktörü için en düşük ortalamaya sahip grubu, haftada 1-2 gün ($1,504 \pm 0,759$) internet kullanan gençlerin oluşturduğu görülmektedir. Haftada 5-6 gün ($2,507 \pm 1,429$) ya da her gün düzenli ($2,388 \pm 1,113$) internet kullananların çevrimiçi siyasal paylaşım düzeylerinin de birbirine yakın ortalamalara sahip olduğu söylenebilir. Diğer bir ifadeyle internet kullanım sıklığının, çevrimiçi siyasal paylaşım düzeyini etkileyen bir değişken olduğunu söylemek mümkündür.

Sosyal medyada siyasal paylaşım faktörü ve internet kullanımı arasındaki ilişki incelendiğinde, her gün düzenli olarak internet kullanan katılımcıların faktör ortalamasının ($3,284 \pm 1,093$), haftalık internet kullanma süresi 1-2 gün olan gençlerden ($1,549 \pm 0,763$), haftada 3-4 gün ($2,007 \pm 1,156$) ya da 5-6 gün internet kullanan katılımcılardan ($2,468 \pm 1,044$) yüksek olduğu görülmektedir. Dolayısıyla internet kullanımı arttıkça sosyal medyada siyasal paylaşım sıklığının da arttığı söylenebilir.

Çevrimiçi siyasal eylem/protesto faktörü için en yüksek ortalamaya sahip grubu haftalık internet kullanma süresi 5-6 gün ($1,644 \pm 0,789$) olan gençlerin oluşturduğu görülmektedir. Bu grubu yakın bir ortalamayla her gün düzenli olarak çevrimiçi olan katılımcılar ($1,567 \pm 0,797$) takip etmektedir. İlgili faktör için en düşük ortalamaya sahip grubu haftada 1-2 gün internet kullanan gençler ($1,222 \pm 0,588$) oluşturmaktadır.

Çevrimiçi siyasal katılım genel kullanımı incelendiğinde internet kullanım sıklığının çevrimiçi siyasal katılmayı etkilediği görülmektedir. Her gün düzenli olarak internet kullanan katılımcıların internette siyasal katılım düzeyinin ($2,554 \pm 0,681$), haftalık internet kullanma süresi 1-2 gün ($1,459 \pm 0,601$), 3-4 gün ($1,871 \pm 0,902$) ve 5-6 gün ($2,300 \pm 0,997$) olan gençlerden yüksek olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar, çevrimiçi siyasal katılım ve haftalık internet kullanım sıklığı arasında anlamlı bir farklılık öngören yirmi üçüncü hipotezin doğrulandığını göstermektedir.

4.5.1.9. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Haftalık Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Sıklığına Göre Farklılaşması

Katılımcıların haftalık internet kullanma sıklığına ek olarak, haftalık çevrimiçi siyasal bilgilenme sıklığı ve çevrimiçi siyasal katılım arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi (Anova) ve farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını görebilmek amacıyla post-hoc testi yapılmıştır ve değişkenler arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($p=0,000<0,05$). Analize ilişkin sonuçlar Tablo 45'te gösterilmektedir.

Tablo 45. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Haftalık Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Sıklığına Göre Farklılaşması

N:600

| | Grup | N | Ort | Ss | F | p | Fark |
|--|-----------------|----------|------------|-----------|----------|--------------|----------------|
| Çevrimiçi Siyasal Paylaşım | 1-2 Gün | 234 | 1,616 | 0,916 | 30,983 | 0,000 | 2 > 1 |
| | 3-4 Gün | 122 | 2,458 | 1,339 | | | 3 > 1 |
| | 5-6 Gün | 76 | 2,842 | 1,430 | | | 4 > 1 |
| | Her Gün Düzenli | 168 | 2,199 | 0,993 | | | 3 > 4 |
| Sosyal Medyada Siyasal Paylaşım | 1-2 Gün | 234 | 1,732 | 0,871 | 87,631 | 0,000 | 2 > 1 |
| | 3-4 Gün | 122 | 2,307 | 1,115 | | | 3 > 1 |
| | 5-6 Gün | 76 | 2,504 | 1,180 | | | 4 > 1 |
| | Her Gün Düzenli | 168 | 3,410 | 1,088 | | | 4 > 2 4 > 3 |
| Çevrimiçi Siyasal Eylem/Protesto | 1-2 Gün | 234 | 1,245 | 0,599 | 20,356 | 0,000 | 2 > 1 |
| | 3-4 Gün | 122 | 1,697 | 0,904 | | | 3 > 1 |
| | 5-6 Gün | 76 | 1,901 | 0,831 | | | 2 > 4 |
| | Her Gün Düzenli | 168 | 1,417 | 0,716 | | | 3 > 4 |
| Çevrimiçi Siyasal Katılım Genel Puanı | 1-2 Gün | 234 | 1,579 | 0,661 | 54,484 | 0,000 | 2 > 1 |
| | 3-4 Gün | 122 | 2,230 | 0,999 | | | 3 > 1 |
| | 5-6 Gün | 76 | 2,502 | 1,054 | | | 4 > 1 |
| | Her Gün Düzenli | 168 | 2,496 | 0,664 | | | 4 > 2 |

Tabloya göre çevrimiçi siyasal paylaşım faktörü için en yüksek ortalamaya sahip grubu haftalık 5-6 gün sıklığında çevrimiçi siyasal bilgilenen gençlerin ($2,842 \pm 1,430$) oluşturduğu görülmektedir. Diğer taraftan haftada 1-2 gün internetten siyasal bilgilenen katılımcıların ilgili faktör ortalaması ($1,616 \pm 0,916$) diğer gruplardan düşük bulunmuştur. Haftalık çevrimiçi bilgilenme sıklığı her gün ($2,199 \pm 0,993$) ve 3-4 gün

arasında değişen ($2,458 \pm 1,339$) gençlerin çevrimiçi siyasal paylaşım düzeylerinin birbirine yakın olduğunu söylemek mümkündür.

Sosyal medyada siyasal paylaşım faktörü ve çevrimiçi siyasal bilgilenme sıklığı arasındaki ilişki incelendiğinde gençlerin çevrimiçi siyasal bilgilenme sıklığı arttıkça, sosyal medyada siyasal paylaşım düzeylerinin de beraberinde yükseldiğini söylemek mümkündür. Siyasal gündem hakkında bilgi edinmek amacıyla haftalık internet kullanma süresi her gün düzenli olan genç internet kullanıcılarının sosyal medyada siyasal paylaşım puanlarının ($3,410 \pm 1,088$), çevrimiçi siyasal bilgilenme süresi 1-2 gün ($1,732 \pm 0,871$), 3-4 gün ($2,307 \pm 1,115$) ve 5-6 gün ($2,504 \pm 1,180$) olan katılımcıların ortalamalarından yüksek olduğu görülmektedir.

Çevrimiçi siyasal eylem/protesto faktörü için, çevrimiçi siyasal paylaşımında olduğu gibi en yüksek ortalamaya sahip grubu 5-6 gün internetten siyasal bilgilenen gençlerin ($1,901 \pm 0,831$), oluşturduğu görülmektedir. Bu grubu sırasıyla haftada 3-4 gün ($1,697 \pm 0,904$) ve her gün ($1,417 \pm 0,716$) siyasal gündemi internetten takip eden katılımcılar izlerken, en düşük ortalamaya sahip katılımcı grubunu çevrimiçi siyasal bilgilenme sıklığı haftada 1-2 gün arasında değişen gençler ($1,245 \pm 0,599$) oluşturmaktadır.

Araştırma sorusuna cevap verenlerin çevrimiçi siyasal katılım genel puan ortalamaları ve çevrimiçi siyasal bilgilenme sıklığı arasındaki ilişki incelendiğinde haftada 1-2 gün siyasal bilgilenmek için internet kullanan katılımcıların ($1,579 \pm 0,661$) diğer gruplardan daha düşük ortalamaya sahip olduğu söylenebilir. Bu gurubu 3-4 gün aralığında çevrimiçi siyasal bilgilenmeyi tercih eden gençler ($2,230 \pm 0,999$) takip etmektedir. Sosyal medyada siyasal paylaşım faktörü dışındaki diğer faktörler için en yüksek ortalamaya sahip grubu oluşturan 5-6 gün sıklığında internetten siyasal bilgilenen gençlerin, siyasal katılım genel puanı için de en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir ($2,502 \pm 1,054$) Elde edilen sonuçlara göre, çevrimiçi siyasal

katılım faktörlerinin, çevrimiçi siyasal bilgilenme sıklığına göre farklılaştığını öngören yirmi dört numaralı hipotez doğrulanmıştır.

4.5.1.10. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Çevrimiçi Edinilen Bilginin Siyasal Düşünceleri Üzerinde Bir Etkide Bulunma Durumuna Göre Farklılaşması

Katılımcıların çevrimiçi siyasal katılım faktörlerinin, internet üzerinden edinilen bilginin, siyasal düşünceleri üzerinde bir etkide bulunma durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda, sosyal medyada siyasal paylaşım faktörü dışında grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($p=0,000<0,05$). Grupların ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 46’da gösterilmiştir.

Tablo 46. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Çevrimiçi Edinilen Bilginin Siyasal Düşünceleri Üzerinde Bir Etkide Bulunma Durumuna Göre Farklılaşması

N:600

| | Grup | N | Ort | Ss | t | p |
|--|-------------|----------|------------|-----------|----------|--------------|
| Çevrimiçi Siyasal Paylaşım | Evet | 161 | 2,499 | 1,373 | 5,007 | 0,000 |
| | Hayır | 439 | 1,962 | 1,078 | | |
| Sosyal Medyada Siyasal Paylaşım | Evet | 161 | 2,461 | 1,194 | 0,542 | 0,588 |
| | Hayır | 439 | 2,400 | 1,244 | | |
| Çevrimiçi Siyasal Eylem/Protesto | Evet | 161 | 1,719 | 0,858 | 4,948 | 0,000 |
| | Hayır | 439 | 1,376 | 0,710 | | |
| Çevrimiçi Siyasal Katılım Genel Puanı | Evet | 161 | 2,311 | 1,007 | 3,773 | 0,001 |
| | Hayır | 439 | 2,002 | 0,842 | | |

Tabloya göre internette edindiği bilginin siyasal düşünceleri üzerinde etkide bulunduğunu düşünen gençlerin sosyal medyada siyasal paylaşım dışındaki diğer faktörler ve çevrimiçi siyasal katılım genel puan ortalamasının diğer katılımcılardan yüksek olduğu görülmektedir. Elde edilen sonuçlara dayanarak, gençlerin çevrimiçi

edindikleri bilginin siyasal fikirlerini etkilediğine yönelik düşüncelerinin sosyal medyada siyasal paylaşım düzeyini etkilemediği söylenebilir.

4.5.1.11. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Çevrimiçi Siyasal Bilgiyi Güvenli Bulma Durumuna Göre Farklılaşma Durumu

Gençlerin çevrimiçi siyasal katılım faktörlerinin, çevrimiçi siyasal bilgiyi güvenli bulma durumu değişkenine göre bağımlı olup olmadığını belirlemek amacıyla t-testi uygulanmıştır ve değişkenler arasındaki bağımlılık sosyal medyada siyasal paylaşım faktörü dışında anlamlı bulunmuştur ($p=0,000<0.05$).

Tablo 47. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Çevrimiçi Siyasal Bilgiyi Güvenli Bulma Durumuna Göre Farklılaşması

N:600

| | Grup | N | Ort | Ss | t | p |
|--|-------------|----------|------------|-----------|----------|--------------|
| Çevrimiçi Siyasal Paylaşım | Evet | 149 | 2,627 | 1,409 | 6,384 | 0,000 |
| | Hayır | 451 | 1,934 | 1,051 | | |
| Sosyal Medyada Siyasal Paylaşım | Evet | 149 | 2,498 | 1,268 | 0,929 | 0,353 |
| | Hayır | 451 | 2,390 | 1,218 | | |
| Çevrimiçi Siyasal Eylem/Protesto | Evet | 149 | 1,797 | 0,992 | 6,226 | 0,000 |
| | Hayır | 451 | 1,359 | 0,642 | | |
| Çevrimiçi Siyasal Katılım Genel Puanı | Evet | 149 | 2,392 | 1,068 | 4,908 | 0,000 |
| | Hayır | 451 | 1,983 | 0,811 | | |

Tablo incelendiğinde internetteki siyasal bilginin doğruluğuna güvenen katılımcıların çevrimiçi siyasal paylaşım, çevrimiçi siyasal eylem/protesto ve çevrimiçi siyasal katılım genel ortalamasının, çevrimiçi siyasal bilgiyi güvenli bulmadığını belirten katılımcılardan yüksek olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle gençlerin internetteki siyasal bilgiye duydukları güvenin, sosyal medyada siyasal paylaşım dışındaki diğer çevrimiçi siyasal katılım davranışlarını etkileyen önemli bir değişken olduğunu söylemek mümkündür.

4.5.1.12.Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Çevrimiçi Siyasal Bilginin Kontrol Altına Alınması Gerekliğine Yönelik Düşüncelerine Göre Farklılaşma Durumu

Gençlerin internetteki siyasal bilginin kontrolüne yönelik düşünceleri ve çevrimiçi siyasal katılma faktörleri arasındaki ilişkiyi belirlemek için yapılan t-testi sonucunda çevrimiçi siyasal katılım dışındaki diğer değişkenlerle arasındaki bağımlılık istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($p=0,000<0.05$).

Tablo 48. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörlerinin Çevrimiçi Siyasal Bilginin Kontrol Altına Alınması Gerekliğine Göre Farklılaşması

N:600

| | Grup | N | Ort | Ss | t | p |
|--|-------------|----------|------------|-----------|----------|--------------|
| Çevrimiçi Siyasal Paylaşım | Evet | 344 | 1,954 | 0,999 | -3,658 | 0,001 |
| | Hayır | 256 | 2,309 | 1,378 | | |
| Sosyal Medyada Siyasal Paylaşım | Evet | 344 | 2,565 | 1,249 | 3,465 | 0,001 |
| | Hayır | 256 | 2,217 | 1,178 | | |
| Çevrimiçi Siyasal Eylem/Protesto | Evet | 344 | 1,373 | 0,696 | -3,554 | 0,001 |
| | Hayır | 256 | 1,596 | 0,838 | | |
| Çevrimiçi Siyasal Katılım Genel Puanı | Evet | 344 | 2,063 | 0,778 | -0,700 | 0,502 |
| | Hayır | 256 | 2,115 | 1,040 | | |

Tablo 48'e bakıldığında çevrimiçi siyasal bilginin kontrol altına alınmaması gerektiğini düşünen katılımcıların, çevrimiçi siyasal paylaşım, sosyal medyada siyasal paylaşım ve siyasal eylem/protesto düzeylerinin, diğer katılımcılardan yüksek olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle internetteki bilginin denetimine karşı olan gençlerin çevrimiçi siyasal katılım düzeylerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

4.6. Çevrimdışı Siyasal Katılım ve Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörleri Arasındaki İlişki

Katılımcıların çevrimdışı siyasal katılım düzeyleri ve çevrimiçi siyasal katılma faktörleri arasındaki ilişkinin düzeyini tanımlamak için korelasyon analizinden faydalanılmıştır

Tablo 49. Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeyi ile Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörleri Arasındaki İlişkinin Korelasyon Analizi ile İncelenmesi

| | | Çevrimiçi Siyasal Paylaşım | Sosyal Medyada Siyasal Paylaşım | Çevrimiçi Siyasal Eylem/Protesto | Çevrimiçi Siyasal Katılım Genel Puanı |
|----------------------------|---|----------------------------|---------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|
| Çevrimdışı Siyasal Katılım | r | 0,452** | 0,209** | 0,339** | 0,408** |
| | p | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 |

Tablo 49'a göre, çevrimdışı siyasal katılım ile çevrimiçi siyasal paylaşım arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda değişkenler arasında %45.2 pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=0.452$; $p=0,000<0.05$). Buna göre çevrimdışı siyasal katılım puanı arttıkça çevrimiçi siyasal paylaşım puanı da artmaktadır. Benzer şekilde çevrimdışı siyasal katılım ve sosyal medyada siyasal paylaşım ($r=0.209$; $p=0,000<0.05$), çevrimiçi siyasal eylem/protesto ($r=0.339$; $p=0,000<0.05$) faktörleri ve çevrimiçi siyasal katılım genel puanı ($r=0.408$; $p=0,000<0.05$) arasında da pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Elde edilen bulgulara bakarak, çevrimdışı siyasal katılım ve çevrimiçi siyasal katılım faktörleri arasında doğru yönde bir ilişki olduğunu ve en güçlü ilişkinin çevrimiçi siyasal paylaşım, görece daha güçsüz bir ilişkinin sosyal medyada siyasal paylaşım faktörüyle olduğunu söylemek mümkündür.

4.7. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörleri ile Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonları Arasındaki İlişkinin Korelasyon Analizi ile İncelenmesi

Anketteki sorulara cevap verenlerin çevrimiçi siyasal katılım faktörleri ve çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları arasındaki ilişkiyi belirlemek için uygulanan korelasyon analizi bulguları Tablo 50'de gösterilmektedir.

Tablo 50. Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörleri ile Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonları Arasındaki İlişkinin Korelasyon Analizi ile İncelenmesi

| | | Çevrimiçi Siyasal Paylaşım | Sosyal Medyada Siyasal Paylaşım | Çevrimiçi Siyasal Eylem/Protesto | Çevrimiçi Siyasal Katılım Genel Puanı |
|--|---|----------------------------|---------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|
| Bilgilenme | r | 0,285** | 0,140** | 0,208** | 0,260** |
| | p | 0,000 | 0,001 | 0,000 | 0,000 |
| Rehberlik/ Gözlemleme | r | 0,406** | 0,189** | 0,355** | 0,377** |
| | p | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 |
| Eğlence/Sosyal Fayda | r | 0,361** | 0,108** | 0,257** | 0,292** |
| | p | 0,000 | 0,008 | 0,000 | 0,000 |
| Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonları Genel Puanı | r | 0,409** | 0,175** | 0,319** | 0,364** |
| | p | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 |

Tablo 50’de görüldüğü üzere bilgilenme motivasyonu ve çevrimiçi siyasal katılım faktörleri arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere gerçekleştirilen korelasyon analizi sonucunda pozitif yönde anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Buna göre bilgilenme motivasyonu puanı arttıkça, çevrimiçi siyasal paylaşım ($r=0,285$; $p=0,000<0.05$), sosyal medyada siyasal paylaşım ($r=0,140$; $p=0,000<0.05$), siyasal eylem/protesto ($r=0.208$; $p=0,000<0.05$) ve çevrimiçi siyasal katılım genel puanı ($r=0,260$; $p=0,000<0.05$) artmaktadır. Dolayısıyla bilgilenme motivasyonu ve çevrimiçi siyasal katılım arasında doğru yönde bir ilişki olduğu, bilgilenme motivasyonunun artma ya da azalmasının, çevrimiçi siyasal katılımında pozitif yönde bir artma ya da azalmaya neden olduğu söylenebilir.

Rehberlik/Gözlemeleme motivasyonu ve çevrimiçi siyasal katılım faktörleri arasında da pozitif yönde anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Bu faktörün diğer siyasal bilgilenme motivasyonlarıyla karşılaştırıldığında, çevrimiçi siyasal katılım ile daha güçlü bir ilişkiye sahip olduğu söylenebilir. Elde edilen sonuçlara göre rehberlik/gözlemeleme puanı arttıkça, çevrimiçi siyasal paylaşım ($r=0,406$; $p=0,000<0.05$), sosyal medyada siyasal paylaşım ($r=0,189$; $p=0,000<0.05$), siyasal eylem/protesto ($r=0.355$; $p=0,000<0.05$) ve çevrimiçi siyasal katılım genel puanının ($r=0,377$; $p=0,000<0.05$) da arttığı görülmektedir.

Eğlence/Sosyal Fayda ve çevrimiçi siyasal katılım arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere gerçekleştirilen korelasyon analizi sonucunda çevrimiçi siyasal paylaşım (%36,1), sosyal medyada siyasal paylaşım (%10,8), siyasal eylem/protesto (%25,7) ve çevrimiçi siyasal katılım genel puanları (%29,2) arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Buna göre eğlence ve sosyal fayda motivasyonu arttıkça, çevrimiçi siyasal paylaşım ($r=0,361$; $p=0,000<0.05$), sosyal medyada siyasal paylaşım ($r=0,108$; $p=0,000<0.05$), siyasal eylem/protesto ($r=0.257$; $p=0,000<0.05$) ve çevrimiçi siyasal katılım genel puanı ($r=0,292$; $p=0,000<0.05$) artmaktadır.

Çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları genel puanı ve çevrimiçi siyasal katılım arasındaki ilişkiye bakıldığında, genel puan ve çevrimiçi siyasal paylaşım ($r=0,409$; $p=0,000<0.05$), sosyal medyada siyasal paylaşım ($r=0,175$; $p=0,000<0.05$), siyasal eylem/protesto ($r=0.319$; $p=0,000<0.05$) ve çevrimiçi siyasal katılım genel puanı ($r=0,364$; $p=0,000<0.05$) arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu görülmektedir. Dolayısıyla araştırmaya katılan gençlerin çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarında meydana gelen artma veya azalmaların çevrimiçi siyasal katılım düzeyinde artma veya azalmaya yol açtığı söylenebilir.

4.8. Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeyinin Çevrimiçi Siyasal Katılım Faktörleri Üzerine Etkisi

Çevrimdışı siyasal katılım düzeyinin, çevrimiçi siyasal katılımı etkileme durumu regresyon analiziyle test edilmiştir. Çevrimiçi siyasal katılımın, çevrimdışı siyasal katılımdan etkilenme durumunu saptamak için yapılan regresyon modeli aşağıdaki tablolarda ele alınmaktadır.

Tablo 51. Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeyinin Çevrimiçi Siyasal Paylaşım Düzeyi Üzerine Etkisi

| Bağımlı Değişken | Bağımsız Değişken | β | t | p | F | Model (p) | R ² |
|----------------------------|----------------------------|---------|--------|--------------|---------|--------------|----------------|
| Çevrimiçi Siyasal Paylaşım | Sabit | 1,131 | 12,584 | 0,000 | 153,254 | 0,000 | 0,203 |
| | Çevrimdışı Siyasal Katılım | 0,158 | 12,380 | 0,000 | | | |

Çevrimiçi siyasal paylaşımın, çevrimdışı siyasal katılım düzeyinden etkilenme durumunu gösteren Tablo 51'e göre, yapılan regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=153,254$; $p=0,000<0.05$). Tabloya göre, çevrimdışı siyasal katılım bir birim arttığında, çevrimiçi siyasal paylaşım düzeyi 0,158 birim artmaktadır. ($\beta=0,158$; $t=12,380$; $p=0,000<0.05$) Bu bulgudan hareketle, çevrimdışı siyasal katılımın, çevrimiçi siyasal paylaşımı, düşük düzeyde de olsa anlamlı bir şekilde etkilediği söylenebilir.

Çevrimdışı siyasal katılımın, sosyal medyada siyasal paylaşım faktörü üzerinde de anlamlı bir yordayıcı olduğu görülmektedir. ($F=27,372$; $p=0,000<0.05$).

Tablo 52. Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeyinin Sosyal Medyada Siyasal Paylaşım Düzeyi Üzerine Etkisi

| Bağımlı Değişken | Bağımsız Değişken | β | t | p | F | Model (p) | R ² |
|---------------------------------|----------------------------|---------|--------|--------------|--------|--------------|----------------|
| Sosyal Medyada Siyasal Paylaşım | Sabit | 1,949 | 19,094 | 0,000 | 27,372 | 0,000 | 0,042 |
| | Çevrimdışı Siyasal Katılım | 0,076 | 5,232 | 0,000 | | | |

Tablo 52 incelendiğinde, çevrimdışı siyasal katılımın, sosyal medyada siyasal paylaşımı düşük düzeyde etkilediği görülmektedir ($\beta=0,076$; $t=5,232$; $p=0,000<0.05$). Diğer bir ifadeyle katılımcıların çevrimdışı siyasal katılım düzeyi arttıkça, sosyal medyada siyasal paylaşım düzeyinin de arttığı söylenebilir.

Çevrimdışı siyasal katılımın, çevrimiçi siyasal eylem/protesto faktörünü etkileme durumunu test etmek için yapılan regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır ($F=77,695$; $p=0,000<0.05$).

Tablo 53. Gençlerin Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeylerinin Çevrimiçi Siyasal Eylem/Protesto Üzerine Etkisi

| Bağımlı Değişken | Bağımsız Değişken | β | t | p | F | Model (p) | R ² |
|----------------------------------|----------------------------|---------|--------|--------------|--------|--------------|----------------|
| Çevrimiçi Siyasal Eylem/Protesto | Sabit | 0,995 | 16,251 | 0,000 | 77,695 | 0,000 | 0,114 |
| | Çevrimdışı Siyasal Katılım | 0,077 | 8,814 | 0,000 | | | |

Tablo 53 incelendiğinde, çevrimdışı siyasal katılım bir birim arttığında, çevrimiçi siyasal/eylem protesto düzeyinin 0,077 birim arttığı görülmektedir ($\beta=0,077$; $t=8,814$; $p=0,000<0.05$). Regresyon analizinden elde edilen bulgular, çevrimdışı siyasal katılım düzeyinin, çevrimiçi siyasal eylem/protesto faktörü üzerinde etkisi olduğunu göstermektedir. Diğer bir ifadeyle çevrimdışı siyasal katılım düzeyi arttıkça, gençlerin ilgili faktör içindeki davranışları gösterme eğiliminin de düşük düzeyde de olsa arttığı söylenebilir.

Son olarak çevrimiçi siyasal katılımın, çevrimdışı siyasal katılım düzeyinden etkilenme durumunu test etmek için gerçekleştirilen regresyon analizi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=119,228$; $p=0,000<0.05$).

Tablo 54. Gençlerin Çevrimdışı Siyasal Katılım Düzeylerinin Çevrimiçi Siyasal Katılma Üzerine Etkisi

| Bağımlı Değişken | Bağımsız Değişken | β | t | p | F | Model (p) | R^2 |
|---------------------------------------|----------------------------|---------|--------|--------------|---------|--------------|-------|
| Çevrimiçi Siyasal Katılım Genel Puanı | Sabit | 1,419 | 20,378 | 0,000 | 119,228 | 0,000 | 0,165 |
| | Çevrimdışı Siyasal Katılım | 0,108 | 10,919 | 0,000 | | | |

Tablo 54'e göre, çevrimdışı siyasal katılım, çevrimiçi siyasal katılımı düşük düzeyde de olsa etkilemektedir. ($\beta=0,108$; $t=10,919$; $p=0,000<0.05$). Çevrimiçi siyasal katılımın, çevrimdışı siyasal katılımdan etkilenme durumuna yönelik gerçekleştirilen regresyon analizi bulguları incelendiğinde, regresyon katsayıları (β); yordayıcı değişkenin, çevrimiçi siyasal katılım faktörleri üzerindeki önem sırasının; çevrimiçi siyasal paylaşım ($\beta=0,158$; $t=12,380$; $p=0,000<0.05$); çevrimiçi siyasal eylem/protesto ($\beta=0,077$; $t=8,814$; $p=0,000<0.05$) ve sosyal medyada siyasal paylaşım ($\beta=0,076$; $t=5,232$; $p=0,000<0.05$) olduğunu göstermektedir. Bu bulgulara dayanarak, çevrimdışı siyasal katılımın çevrimiçi siyasal katılımı arttırmasına yönelik çalışmanın yirmi beş numaralı hipotezi de doğrulanmıştır.

4.9. Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Çevrimiçi Siyasal Katılım Üzerine Etkisi

Çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının, çevrimiçi siyasal katılma faktörleri üzerine etkisini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen regresyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 55'te gösterilmektedir.

Tablo 55. Gençlerin Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Çevrimiçi Siyasal Paylaşım Üzerine Etkisi

| Bağımlı Değişken | Bağımsız Değişken | β | t | p | F | Model (p) | R ² |
|----------------------------|-----------------------|---------|-------|--------------|--------|--------------|----------------|
| Çevrimiçi Siyasal Paylaşım | Sabit | 0,671 | 4,892 | 0,000 | 46,194 | 0,000 | 0,185 |
| | Bilgilenme | 0,041 | 0,766 | 0,444 | | | |
| | Rehberlik/Gözlemeleme | 0,336 | 6,196 | 0,000 | | | |
| | Eğlence/Sosyal Fayda | 0,196 | 3,270 | 0,001 | | | |

Bilgilenme, rehberlik/gözlemeleme, eğlence/sosyal fayda motivasyonları ve çevrimiçi siyasal paylaşım arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=46,194$; $p=0,000<0.05$). Elde edilen sonuçlar gençlerin çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonunun, çevrimiçi siyasal paylaşım üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığını ($p=0.444>0.05$), ancak rehberlik/gözlemeleme ($\beta=0,336$) ve eğlence/sosyal fayda ($\beta=0,196$) motivasyonlarının katılımcıların çevrimiçi siyasal paylaşım düzeyini arttırdığını göstermektedir. Regresyon analizine ilişkin bulgular incelendiğinde çevrimiçi siyasal paylaşımı etkileyen faktörlerin önem sırasına göre rehberlik/gözlemeleme ($\beta=0,336$; $t=6,196$; $p=0,000<0.05$) ve eğlence/sosyal fayda ($\beta=0,196$; $t=3,270$; $p=0,000<0.05$) olduğu görülmektedir. Bu bulgudan hareketle, eğlence/sosyal fayda faktörünün, çevrimiçi siyasal paylaşımı düşük düzeyde de olsa anlamlı bir şekilde etkilediği, ancak rehberlik/gözlemeleme motivasyonunun, çevrimiçi siyasal paylaşım üzerindeki etkisinin diğer faktöre oranla daha fazla olduğu söylenebilir.

Çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının, sosyal medyada siyasal paylaşım faktörünü etkileme durumunu test etmek için yapılan regresyon analizi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=8,155$; $p=0,000<0.05$). Analize ilişkin bulgular Tablo 56'da gösterilmektedir.

Tablo 56. Gençlerin Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Sosyal Medyada Siyasal Paylaşım Üzerine Etkisi

| Bağımlı Değişken | Bağımsız Değişken | β | t | p | F | Model (p) | R ² |
|---------------------------------|----------------------|---------|--------|-------|-------|-----------|----------------|
| Sosyal Medyada Siyasal Paylaşım | Sabit | 1,791 | 11,583 | 0,000 | 8,155 | 0,000 | 0,035 |
| | Bilgilenme/rahatlama | 0,092 | 1,532 | 0,126 | | | |
| | Rehberlik/Gözlemleme | 0,210 | 3,435 | 0,001 | | | |
| | Eğlence/sosyal Fayda | -0,053 | -0,779 | 0,437 | | | |

Tabloya göre katılımcıların bilgilenme ($p=0.126>0.05$) ve eğlence/sosyal fayda motivasyonlarının ($p=0.437>0.05$) sosyal medyada siyasal paylaşımın istatistiksel olarak anlamlı yordayıcıları olmadığı, rehberlik/gözlemleme motivasyonunun, sosyal medyada siyasal paylaşım düzeyini arttırdığı ($\beta=0,210$) görülmektedir. Rehberlik/gözlemleme motivasyonu bir birim arttığında, sosyal medyada siyasal paylaşım düzeyi 0,210 birim artmaktadır ($\beta=0,210$; $t=3,435$; $p=0,000<0.05$). Bu bulgudan hareketle, rehberlik/gözlemleme motivasyonunun, sosyal medyada siyasal paylaşımı düşük düzeyde de olsa anlamlı bir şekilde etkilediği söylenebilir. Çevrimiçi siyasal eylem/protesto faktörünün, çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarından etkilenme durumunu test etmek için gerçekleştirilen regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. ($F=29,673$; $p=0,000<0.05$).

Tablo 57. Gençlerin Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Sosyal Medyada Siyasal Paylaşım Üzerine Etkisi

| Bağımlı Değişken | Bağımsız Değişken | β | t | p | F | Model (p) | R ² |
|-----------------------------------|----------------------|---------|-------|--------------|--------|--------------|----------------|
| Çevrimiçi Siyasal Eylem /Protesto | Sabit | 0,750 | 8,174 | 0,000 | 29,673 | 0,000 | 0,126 |
| | Bilgilenme/rahatlama | 0,008 | 0,222 | 0,824 | | | |
| | Rehberlik/gözleme | 0,233 | 6,419 | 0,000 | | | |
| | Eğlence/sosyal Fayda | 0,051 | 1,271 | 0,204 | | | |

Tablo 57 incelendiğinde, gençlerin rehberlik/gözleme motivasyonunun düşük düzeyde de olsa çevrimiçi siyasal eylem/protesto faktörünü etkilediği görülmektedir ($\beta=0,233$). Diğer yandan bilgilenme/rahatlama ($p=0,824>0,05$) ve eğlence/sosyal fayda ($p=0,204>0,05$) motivasyonlarının, çevrimiçi siyasal eylem/protesto düzeyi üzerinde herhangi bir etkisi saptanamamıştır.

Tablo 58’de çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının, çevrimiçi siyasal katılım düzeyini etkileme durumunu test etmek için gerçekleştirilen regresyon modeli gösterilmektedir.

Tablo 58. Gençlerin Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Motivasyonlarının Çevrimiçi Siyasal Katılım Genel Puanı Üzerine Etkisi

| Bağımlı Değişken | Bağımsız Değişken | β | t | p | F | Model (p) | R ² |
|---------------------------------------|----------------------|---------|--------|--------------|--------|--------------|----------------|
| Çevrimiçi Siyasal Katılım Genel Puanı | Sabit | 1,124 | 10,589 | 0,000 | 35,566 | 0,000 | 0,148 |
| | Bilgilenme/rahatlama | 0,054 | 1,295 | 0,196 | | | |
| | Rehberlik/Gözleme | 0,264 | 6,292 | 0,000 | | | |
| | Eğlence/Sosyal Fayda | 0,067 | 1,446 | 0,149 | | | |

Tablo incelendiğinde çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının, çevrimiçi siyasal katılım üzerindeki etkisini saptamaya yönelik gerçekleştirilen regresyon analizi istatistiksel olarak anlamlıdır. ($F=35,566$; $p=0,000<0,05$). Bulgulara göre rehberlik/

gözlemlene düzeyi bir birim arttığında, çevrimiçi siyasal katılım 0,264 birim artmaktadır. ($\beta=0,264$; $t=6,292$; $p=0,000<0.05$). Diğer yandan bilgilenme/rahatlama ($p=0.196>0.05$) ve eğlence/sosyal fayda motivasyonları ($p=0.149>0.05$), çevrimiçi siyasal katılım düzeyini istatistiksel olarak etkilememektedir. Çevrimiçi siyasal katılımında meydana gelen değişimde etkili tek faktörün rehberlik/gözlemlene olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan gençlerin rehberlik/gözlemlene motivasyonlarının, çevrimiçi siyasal katılım üzerinde düşük düzeyde de olsa bir etkisinin olduğu söylenebilir

Son olarak çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının, çevrimiçi siyasal katılım düzeyini etkileme durumunu test etmek için yapılan regresyon analizi, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=91,294$; $p=0,000<0.05$). Analize ilişkin bulgular Tablo 59’da sunulmuştur.

Tablo 59. Gençlerin Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Genel Puanının Çevrimiçi Siyasal Katılım Genel Puanı Üzerine Etkisi

| Bağımlı Değişken | Bağımsız Değişken | β | t | p | F | Model (p) | R ² |
|---------------------------------------|--|---------|--------|--------------|--------|--------------|----------------|
| Çevrimiçi Siyasal Katılım Genel Puanı | Sabit | 1,115 | 10,405 | 0,000 | 91,294 | 0,000 | 0,131 |
| | Çevrimiçi Siyasal Bilgilenme Genel Puanı | 0,373 | 9,555 | 0,000 | | | |

Tabloya göre çevrimiçi siyasal bilgilenme düzeyi bir birim arttığında, çevrimiçi siyasal katılım düzeyi 0,373 birim artmaktadır ($\beta=0,373$; $t=9,555$; $p=0,000<0.05$). Bu bulguya dayanarak, araştırmaya katılan gençlerin çevrimiçi siyasal katılım düzeylerinde meydana gelecek değişimde, çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının etkisi bulunmaktadır. Dolayısıyla elde edilen sonuçlar, çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının, çevrimiçi siyasal katılımı arttırdığına ilişkin 26 numaralı hipotezi doğrulamaktadır.

SONUÇ

"*Gündelik Hayat Pratiğinin Biçimlenmesinde İletişim Araçlarının Rolü: Siyasal Bilgilenme Aracı Olarak İnternet ve Gençler*" konulu bu tez çalışması demokratik toplumlarda siyasal bilgilenmenin yeni iletişim teknolojileriyle olan ilişkisini inceleme konusu haline getirmiştir. Siyasal bilgilenme, katılımcı bir yurttaşlığın temeli olarak görülmekte, katılımcı yurttaşın varlığı ve yeniden inşası ise demokratik toplumun merkezinde yer almaktadır. Bu anlamda bu çalışmada bilgi, bilen yurttaş, katılım, katılım araçları ve demokrasi ilişkisi kurulmuştur.

Çalışmanın birinci bölümünde siyasal bilgi kavramının anlaşılabilir hale gelmesi için bilgi felsefesine başvurulmuş, bilginin ne olduğu ve farklı bilgi türleri sınıflandırmaları üzerine tarihsel bir literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Bilginin varlığı, algılanması ve konumlanması insanlık tarihi kadar eski olmasına rağmen, son yıllarda bilgiye erişimi daha kolay ve hızlı kılan yeni iletişim teknolojileri, kavrama yeni anlamlar eklemiştir. Bilgi, felsefenin en önemli sorunsallarından biridir ve insanların bilme eylemlerini nasıl gerçekleştirdikleri yüzyıllar boyunca tartışılan bir konu olmuştur. İlk ve Ortaçağ düşünürlerinin gerçekliğin bilgisine erişebilme yönündeki tartışmaları, inancın, bilginin önüne geçtiği Ortaçağ'la birlikte teolojinin içine hapsolmuştur. Rönesansla birlikte bilimsel düşüncüyü esas alan bilgi kuramı, içinde bulunduğumuz modern ve postmodern dönemde de güncelliğini korumaktadır. Tarih boyunca bilgi kuramına getirilen yaklaşımlar birbirinden farklı olsa da, bilgi, her zaman güç ile ilişkilendirilen bir alan olmuştur çünkü bilme ediminin kendisi güç ve iktidarın temel dinamiğini oluşturmaktadır. İktidar, bilgi ve siyaset ilişkisinin anlaşılması için önemli bir alandır. Bilgi, sadece siyasette rol alan bir grup azınlık için değil, yurttaşlar için de önemlidir çünkü siyasal bilgilenme, siyasal katılma için temel araçtır. Bilgi, siyasal katılmayı sadece nicel değil, nitel olarak da arttıran bir güçtür. Siyasal bilgisi yüksek bireyler, yurttaşlık patriklerini en iyi şekilde yerine getirirken, düşüncelerini daha doğru ifade edebilir ve siyasal sürecin işleyişi hakkında daha iyi kanaat getirip, yargıya varabilirler. Bilgi konusuna yönelik epistemolojik tartışmaları da içine alacak

şekilde siyasal bilgilenme ve katılma ilişkisine ayrılan çalışmanın bu bölümü siyasal katılma biçimleri ve siyasal bilgilenme ve katılmayı etkileyen faktörlerle sonlandırılmıştır.

İkinci bölümde, siyasal katılım ortamı olarak yeni medya üzerindeki yeni kamusal katılım biçimleri özetlenmiştir. Modern demokrasilerde medyanın, bireylerin, kamusal alanda kendilerini dile getirecek arabulucu olarak işlev gördüğü düşünülmektedir. Dolayısıyla medyanın, katılımcı demokrasiyi güçlendiren ve toplumsal hareketleri destekleyen bir tavır benimsemesi gerekmektedir ancak konvansiyonel medya bunu yerine getirememektedir. Geride bıraktığımız yüzyıl içinde ortaya çıkan iletişim teknolojileri, ekonomik ve sosyal değişikliklerle birlikte yurttaşların haber alma, siyasal bilgilenme ve katılma süreçlerinde de büyük bir dönüşüme neden olmuş ve internetin yeni kamusal ortamlar sağlayacağı düşünülmüştür. Konvansiyonel medyayla karşılaştırıldığında, kaynak ve gönderici arasındaki çizgiyi silikleştiren internet, çok ortamlılık, hipermetinsellik, eş zamansızlık ve etkileşimlilik gibi geleneksel medyanın sunamadığı bazı üstünlüklere sahiptir ancak siyasal katılımı dönüştürüp, artıracak şeyin aslında internetin sağladığı teknik olanaklar değil, siyasal bilgi kaynaklarının çoğalması ve çeşitlenmesi, insanların siyasal konular hakkında fikir alışverişinde bulunabildikleri ağlar ve herkesi içine alan büyük bir kamusal alan sağladığı için gerçekleşeceği düşünülmektedir. Kişilerin bilgilenme sürecine hem üretici hem de tüketici olarak katılmaları, tek kaynaktan bilgi aktarımı yapan geleneksel medyanın gücünü zayıflatacaktır. Herkes düşüncesini aktarabilirken, bilgi paylaşımında bulunabilecek ve kamusal bilginin üretimine katkı sağlayabilecektir. Geleneksel medyada kendilerine yer bulamayan siyasal grupların, internet aracılığıyla seslerini duyurabilmesi, siyasal arenada çok seslilik sağlayacaktır çünkü kamusal alanın tam olarak işlevini yerine getirmesi toplumda azınlık kalan gruplara da söz hakkı tanınmasıyla mümkündür. Dolayısıyla bugün çevrimiçi olarak gerçekleştirilen siyasal bilgilenme ve katılma, bireyin yurttaşlık değerlerini arttırarak, kamusal alanın güçlenmesini sağlayacaktır.

Bu bölümde ayrıca siyasal bilginin sağlanmasında iletişim, kamuoyu ve kamusal katılım ilişkisini kuran yaklaşımlar irdelenmiştir. Kitle iletişim araçlarını merkezine alan iki temel yaklaşım liberal ve eleştirel çalışmaları örneklemek üzere kullanılmıştır. Liberal Çoğulcu Medya Kuramı medyayı dördüncü kuvvet olarak nitelemekte ve medyanın kamuoyunun özgürce oluşmasına izin verecek bilgiyi nesnel ve doğru bir biçimde fikir ve ifade özgürlüğü pazarında sunduğunu varsaymaktadır. Diğer taraftan kamusal alan yaklaşımı bilginin ancak kamusal bir ortaklık ile sağlanabileceğini, medyanın da burada kamunun farklı kesimlerinin bulunduğu bir kamusal alan işlevi gördüğünde demokratik kamusal alanın gerçekleşeceğini öne sürmektedir.

Medya ve yeni medya yalnızca yurttaşın siyasal bilgilenmesi için doğru ve nesnel bilgiyi sunmamakta aynı zamanda yanlış, yönlendirici bilgiye de yer vermektedir. Özellikle bilgi kaynağı araçların çoklaşması ile birlikte bilginin doğruluğu, niteliği önemli bir tartışma konusu haline gelmiştir. Bu bölümde internet ve sosyal medyanın dezenformasyon aktarımındaki rolü de incelenmiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde alan araştırmasının metodolojisini temellendirmek üzere seçilen Kullanım ve Doyum Sağlama Yaklaşımı özetlenmiştir. Yaklaşım, medyanın bireyler üzerinde sınırsız etkiye sahip olduğu varsayımıyla şekillenen ilk dönem iletişim çalışmalarının aksine, bireylerin kendilerine sunulanı kabul etmek zorunda olmadıklarını ve kendi ihtiyaçları doğrultusunda seçim yaptıklarını önermektedir. İletişim, kaynaktan enformasyon seçildiği zaman oluşmakta, çünkü alıcı, seçtiği enformasyonu kendi anlam yapısıyla birleştirmektedir. Dolayısıyla farklı izleyiciler aynı enformasyonu farklı gereksinimlerini gidermek amacıyla kullanabilirler. Konvansiyonel medya çalışmalarında, izleyicinin aslında seçme özgürlüğünün bulunmadığına ve medyayı içinde bulunduğu sistemden soyutladığına ilişkin eleştirilse de, yaklaşımın öne sürdüğü gereksinimlerin bugün yeni medya olanaklarıyla çok daha etkin bir şekilde karşılanmakta olduğu gözlenmektedir. Bu nedenle kişilerin neden

internet kullandıklarını ve elde ettikleri doyumlarla ilişkin son yıllarda gerçekleştirilen çalışmalar bu yaklaşımı benimsemektedir. Yerli ve yabancı literatürde yapılan çalışmalar kişilerin çoğunlukla sosyalleşme ve eğlence ihtiyaçlarını gidermek için internete yöneldiğini göstermektedir. Bilgi arama etkinliği de bir diğer önemli motivasyondur. Siyasal bilgilenme ve internet ekseninde gerçekleştirilen araştırmalar incelendiğinde, bilgi edinme, sosyal etkileşim ve rehberlik motivasyonlarının öne çıktığı görülmektedir.

Gündelik hayat pratiğinin biçimlenmesinde en önemli iletişim araçlarından biri haline gelen internetin siyasal bilgilenme sürecindeki rolünü irdeleyen bu tez çalışmasının alan araştırması, bilginin dijital olarak yeniden tanımlandığı interneti, yoğun olarak kullanan Y kuşağındaki gençlerin, çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarını, gençlerin çevrimdışı siyasal katılma davranışlarını ve bunların çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları ve çevrimiçi siyasal katılma davranışlarıyla olan ilişkisini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu nedenle 2014 Mart Yerel Seçimleri ve 2014 Ağustos Cumhurbaşkanlığı Seçimleri döneminde İstanbul ili örneğinde 18-22 yaş aralığındaki gençlerin katıldığı bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında ulaşılan sonuçlar aşağıda sunulmaktadır.

Gençlerin çevrimdışı siyasal katılım düzeylerinin belirlenmesine yönelik siyasal katılım ölçeğinden elde edilen sonuçlara göre en çok gerçekleştirilen siyasal katılım davranışının oy verme olduğu görülmektedir. Gençlerin neredeyse hepsi 2014 yerel seçimlerinde oy vermiştir ya da 2014 cumhurbaşkanlığı seçimlerinde oy vermeyi düşünmektedir. Her ne kadar oy verme, siyasal katılımın önemli bir boyutu olarak kabul edilse de, bazı siyaset bilimcilerin çok yoğun bir siyasal eylem içermediği için oy vermeyi izleme faaliyetleri içinde değerlendirdiğine önceki bölümlerde değinilmiştir.³²⁶ Oy verme davranışını, siyasal ilgi ve bilgilenme amacıyla medya kullanımına yönelik davranışlar izlemektedir. Araştırmada ortaya çıkan bir diğer dikkat çekici nokta da,

³²⁶ Kalaycıoğlu, Çağdaş...,a.g.e.,s.202; Baykal, a.g.e, s.32-35.

siyasete ilgilerinin düşük olduğu varsayılan genç seçmen kitlesinin, parti mitinglerine katılmak ya da destekledikleri siyasal partilere oy vermeleri için çevrelerindeki insanları ikna etmek yönünde katılım ortalamalarının oldukça yüksek çıkmasıdır. Saha araştırmasının iki önemli seçim döneminde ve siyasal gündemin oldukça yoğun yaşandığı bir dönemde yapılmasının, siyasal kimlikle ilişkilendirilen davranışların ortalamasını yükselttiği düşünülmektedir. Protestoya katılmak ya da bir sivil toplum kuruluşuna üye olmak gibi daha eyleme yönelik davranışların ise gençler tarafından en az gerçekleştiren katılım türleri olduğu çalışmanın ortaya koyduğu bir diğer önemli sonuçtur. Sonuç olarak Milbrath'ın üçlü siyasal katılım kategorisi bağlamında gençlerin daha çok izleyici faaliyetlerini gerçekleştirdikleri görülmektedir.³²⁷ Araştırmada ayrıca siyasal katılımın sosyo-demografik değişkenler, medya kullanımı ve çevrimiçi siyasal bilgilenmeye yönelik düşüncelere göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin veriler de elde edilmiştir. Elde edilen sonuçlar, literatürdeki pek çok çalışmanın aksine kadın ve erkeklerin eşit seviyede çevrimdışı siyasal katılım gösterdiğini ortaya koymuştur. Eğitim seviyesi açısından üniversite mezunu gençlerin, siyasal katılım düzeyinin diğer gençlerden daha yüksek olduğu saptanmıştır ancak ilköğretim ve lise mezunu gençlerin siyasal katılım seviyeleri birbirine yakındır. Dolayısıyla eğitim seviyesi arttıkça siyasal katılım artmamakta ancak yüksek öğrenimin siyasal katılımı etkileyen önemli bir değişken olduğu görülmektedir. Gençlerin medeni durumu ve çocuk sahipliğinin siyasal katılma üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı tespit edilirken, meslek gruplarına göre en az siyasal katılım gösteren grubun ev kadınları ve işsizlerden oluştuğu görülmüştür. Katılımcıların çevrimdışı siyasal katılım düzeyleri ekonomik refah seviyesiyle doğrudan ilişkili bulunmazken, aylık geliri 751 TL-1500 TL arası değişen gençler diğer gruplara göre daha fazla siyasal katılım göstermektedir. Çevrimdışı siyasal katılımın medya tercihlerine olan yansımaları incelendiğinde, katılım düzeyi yüksek olan gençlerin siyasal gündemi daha çok radyo ve internetten takip ettiği ortaya konmuştur. Çevrimdışı siyasal katılım düzeyi düşük olan gençler ise siyasal olarak daha çok televizyondan

³²⁷ Kalaycıoğlu, Çağdaş...,a.e.,s.202

bilgilenmeyi tercih etmektedir. Araştırma sonucunda ortaya çıkan bir diğer önemli bulgu da çevrimdışı siyasal katılım düzeyi yükseldikçe, hem genel internet kullanımının hem de çevrimiçi siyasal bilgilenme sıklığının artmasıdır. Diğer taraftan siyasal katılım düzeyi yüksek olan gençler, internette edindikleri bilginin siyasal düşüncelerini etkilediğini düşünmekte, çevrimiçi siyasal bilgiyi güvenli bulmakta ve kontrol altına alınmaması gerektiğine inanmaktadır.

Gençlerin medya tercihleri incelendiğinde en sık kullanılan kitle iletişim aracının televizyon olduğu görülmektedir. Katılımcıların yarısından fazlası siyasal gündemi televizyondan takip ettiğini belirtmiştir. Televizyonu internet takip ederken, en az tercih edilen araçlar radyo ve gazetedir. Yapılan benzer çalışmalarda da televizyon ve internet kullanımları bazen yer değiştirirse de, gazete ve radyonun genellikle daha az tercih edilen araçlar olduğu görülmektedir.³²⁸ Siyasal bilgilenmek için internet kullanım sıklığı incelendiğinde, gençler daha çok 1-2 gün aralığında internet kullanmakta ve önemli bir çoğunluğu internette edindikleri bilginin siyasal düşünceleri üzerinde etkide bulunmadığını belirtmekte ve çevrimiçi siyasal bilgiyi güvenli bulmamaktadır. Bu nedenle de önemli bir bölümü çevrimiçi siyasal bilginin kontrol altına alınması gerektiğini düşünmektedir. İnternete duyulan güven açısından elde edilen sonuçlar Toruk'un literatürdeki benzer çalışmasıyla paralellik göstermektedir.³²⁹

Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımından hareketle çevrimiçi siyasal bilgilenme sürecinde gençlerin elde ettikleri doyumları ortaya çıkarmak amacıyla katılımcılara yöneltilen sorular, uygulanan faktör analizi neticesinde; bilgilenme, rehberlik/gözleme ve eğlence/sosyal fayda olarak üç faktöre ayrılmıştır. Araştırma sonucunda gençlerin çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları arasında en önemli faktörün bilgilenme olduğu görülmüştür. İnternetin sağladığı doyumlara yönelik gerçekleştirilen öncül istatistikler, bireylerin internet kullanımında sosyalleşme

³²⁸ Arklan, Karakoç, **a.g.e.**,s.359-360; Küçük Kurt v.d., **a.g.e.**, s.46-49.

³²⁹ Toruk, **a.g.e.**, .s. 487.

motivasyonunun öne çıktığını gösterse de, internet teknolojisinin yaygınlaşmasıyla bilginin istenilen yer ve zamanda, kolay ve hızlı bir şekilde ulaşılabilir olmasının bilgilenme motivasyonunu arttırdığı görülmektedir.³³⁰ Bu faktörü oluşturan maddelere bakıldığında siyasal bilgiye kolay ve hızlı bir şekilde ulaşma, adayların siyasal konularla ilgili nasıl bir tavır sergilediklerini öğrenme, gündemdeki siyasal konular hakkında bilgi sahibi olma, geleneksel medyada yer bulamayan haber ve görüşlere ulaşma ve özellikle öğrenilmek istenilen siyasal konular hakkında bilgi sahibi olma gibi salt bilgi almaya yönelik ifadelerin olduğu dikkat çekmektedir. Diğer taraftan bu çalışma çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarını ve elde edilen doyumları ölçmeye yönelik bir araştırmadır. Dolayısıyla gençlerin çevrimiçi siyasal bilgilenme davranışlarının altında bilgilenme faktörü en önemli unsuru oluşturmaktadır. Konvansiyonel medyada yer almayan farklı sesler ve düşünceler hakkında bilgilenmek de, bilgilenme faktörünü açıklayan bir diğer önemli maddedir. Rehberlik/gözlemeleme olarak adlandırılan ikinci faktör incelendiğinde, adayların seçildiklerinde yapacakları hakkında bilgi sahibi olma, oy kararını vermede yardımcı olma, tarafsız bakış açlarına ulaşma, önemli konular hakkında belli bir tutuma sahip olma, adayların kişisel özellikleri hakkında bilgi sahibi olma ve insanları etkileyen ortak konular hakkında bilgi sahibi olma gibi, daha çok seçim dönemlerinde ortaya çıkacak siyasal bilgilenme motivasyonlarının ön plana çıktığı görülmektedir. Konvansiyonel medyada kendilerine yer bulamayan siyasal partiler artık günümüzde internet aracılığıyla seçmenlerine ulaşmakta, gerek sosyal medyada gerekse web siteleri aracılığıyla parti programlarını yayınlamakta ve seçmenlerini bilgilendirmektedir. Kişiler, televizyonda belki bir kere izleyebileceği bir seçim konuşmasını, video sitelerinde pek çok kez izleyebilmekte, diğer insanların düşüncelerini öğrenebilmektedir. Bu nedenle internet, insanlara diğer kitle iletişim araçlarının seçim dönemlerinde sunamadığı rehberlik/gözlem yapma olanağını

³³⁰ TÜİK, “İnternet Kullanan Bireylerin İnterneti Kişisel Kullanım Amaçları”, (Çevrimiçi) http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028, 13.04.2014.

sunmaktadır. Çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları içinde üçüncü önemli faktör olan eğlence/sosyal fayda faktörü incelendiğinde, diğer insanlarla konuşulacak ortak bir konu sağlama ve siyasal görüşünü savunmada yardım etme gibi daha çok toplumsal faydaya yönelik ifadelerin yanında, seçim yarışını internetten yaşamak hoşuma gidiyor, eğlenceli vakit geçiriyorum, internette vakit geçirmeyi seviyorum gibi eğlence ihtiyacını gidemeye yönelik motivasyonların da yer aldığı görülmektedir.

Gençlerin çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının, sosyo-demografik değişkenler ve medya kullanımlarına göre farklılık gösterip göstermediğine yönelik elde edilen veriler incelendiğinde, bütün faktörler için erkeklerin, kadınlardan daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu bulgulanmıştır. Diğer taraftan bilgilenme motivasyonu için en yüksek ortalamaya sahip yaş kategorisini 19 yaşındaki gençler oluştururken, diğer faktörler ve çevrimiçi genel bilgilenme düzeyinin en yüksek olduğunu grubun 22 yaşındaki gençler olduğu görülmektedir. Eğitim seviyesi ve çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları arasındaki ilişki mercek altına alındığında bütün faktörler için üniversite mezunlarının en yüksek ortalamaya ancak lise mezunlarının, okuryazar ve ilköğretim mezunlarından daha düşük ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Çevrimdışı siyasal katılım ve eğitim değişkeni arasında da benzer bir ilişki bulunmaktaydı. Lise mezunları hem çevrimdışı siyasal katılım düzeyi hem de çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları açısından en düşük ortalamaya sahip grubu oluşturmaktadır. Meslek değişkeni incelendiğinde bütün faktörler için en yüksek ortalamaya öğrenciler sahiptir. Çevrimdışı siyasal katılımında olduğu gibi işsizler ve ev kadınlarının, diğer meslek gruplarıyla karşılaştırıldığında çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının daha düşük olduğunu söylemek mümkündür. Aylık gelir ve çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları arasındaki ilişki için de bütün faktörler için en düşük ortalamaya sahip grubun aylık geliri 751 TL ve altı olan gençler olduğu görülmektedir. Aylık geliri 751 TL-1500 ve 1501 TL-2250 TL olan katılımcıların faktör ortalamalarının birbirine yakın olduğu görülürken, rehberlik/gözlemlene faktörü dışında diğer iki faktör için, gençlerin ekonomik durumlarının, çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarını artıran bir unsur

olduğunu söylemek mümkündür. Diğer taraftan çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları bakımından en yüksek ortalamaya sahip grubun siyasal gündemi internetten takip eden katılımcılardan oluştuğu saptanırken, siyasal gündemi takip etmek için birincil medya tercihini televizyondan yana kullanan katılımcıların motivasyonlarının gazete ve radyo tercih eden gençlerden düşük olduğu gözlenmiştir. Gençlerin internet kullanım sıklığı ve çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları arasındaki ilişki incelendiğinde, bütün faktörler ve çevrimiçi siyasal bilgilenme düzeyi açısından, her gün düzenli olarak internet kullanan katılımcıların motivasyonlarının, haftada 5-6 gün aralığında çevrimiçi olan gençlerden düşük olması dikkat çekmektedir. Katılımcıların çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının internetteki siyasal bilgiye yönelik düşünceleri de etkilediği görülmüştür. Motivasyonları yüksek olan katılımcılar çevrimiçi bilgiyi güvenli bulmakta, siyasal olarak etkilendiklerini düşünmekte ve herhangi bir sansür mekanizmasıyla denetlenmemesi gerektiğini düşünmektedir.

Araştırma kapsamında ayrıca, gençler tarafından kullanılan çevrimiçi siyasal bilgilenme ve katılma platformları da sorgulanmış ve en sık kullanılan ortamların sosyal ağlar olduğu ortaya konmuştur. Sosyal ağların günümüzde giderek popülerleşmesi beraberinde, her türlü iletişimin bu ağlar üzerinden gerçekleştirilmesini sağlamaktadır. Dolayısıyla özellikle seçim dönemlerinde sosyal ağlar sosyalleşme aracı olmaktan çıkarak, aday ya da siyasal gündemle ilgili videoların, haberlerin ve yorumların paylaşıldığı siyasal paylaşım ağlarına dönüşmüştür. Sosyal ağları, video paylaşım siteleri ve Twitter takip etmektedir. 2014 yerel ve cumhurbaşkanlığı seçimlerinin yapıldığı dönemde gerçekleştirilen bu saha araştırmasında gençlerin en az kullandıkları bilgilenme ve katılma platformlarının onlara rehberlik yapacağı düşünülen, siyasal içerikli siteler, adayların ve siyasal partilerin web sitelerinin olması dikkat çekicidir.

Gençlerin çevrimdışı siyasal katılım davranışlarına ek olarak bu araştırmada çevrimiçi siyasal katılım davranışları da sorgulanmıştır. Deneklerin orta düzeyde bir çevrimiçi siyasal katılım gösterdiği bulgulanırken, çevrimiçi siyasal katılım davranışlarını ortaya çıkarmak için sorulan sorular da faktör analizi yapılarak; çevrimiçi siyasal paylaşım, sosyal medyada siyasal paylaşım ve çevrimiçi siyasal eylem/protesto olarak üçe ayrılmıştır. Araştırma sonucunda gençlerin çevrimiçi siyasal katılma davranışları arasında en önemli faktörün sosyal medyada siyasal paylaşım olduğu görülmüştür. Bu faktörü oluşturan maddelere bakıldığında sosyal ağlarda siyasal içerikli yorumlar yapmak, başkalarının siyasal içeriklerini beğenmek, siyasal gündemle ilgili haber ya da video, resim paylaşmak, bir siyasal partinin sayfasını beğenmek ve Twitter’da tweet atmak ya da retweetlemek gibi daha çok sosyal medya üzerinden gerçekleştirilebilen ve daha çok kişilerarası iletişime yönelik katılım biçimlerinin olduğu görülmektedir. İkinci sırada gelen çevrimiçi siyasal paylaşım faktörüdür. Facebook ve Twitter dışındaki diğer platformlarda gerçekleştirilebilecek ve siyasal görüş paylaşımına yönelik ilgili faktör, hükümet ya da siyasal parti temsilcilerine görüş bildirmek, çevrimiçi gazetelerde, forumlarda, bloglarda ve video sitelerinde siyasal içerikli yorumlar yapmak, bir gazeteci ya da kamuoyu önderine görüş bildirmek ve siyasal içerikli elektronik posta göndermek gibi ifadeleri içermektedir. Çevrimiçi siyasal eylem/protesto olarak adlandırılan son faktör incelendiğinde internet üzerinden siyasal bir gruba ve protestoya katılmak, çevrimiçi anketlere katılarak görüş bildirmek ve imza kampanyasına katılmak gibi daha yoğun bir siyasal katılım gerektiren maddelerden oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların çevrimdışı siyasal katılım davranışlarıyla karşılaştırıldığında, katılımcıların hem çevrimiçi hem de çevrimdışı siyasal katılım biçimlerinin benzerlik taşıdığı dikkat çekmektedir. Çevrimdışı siyasal katılım davranışlarında siyasal ilgi ve bilgilenmeye yönelik “seyirci” davranışlarının, internette gönderi beğenmek ya da resim paylaşmak gibi benzer katılım biçimleriyle karşılık bulduğunu söylemek mümkündür. Benzer şekilde siyasetle ilgili bir sivil toplum kuruluşuna üye olmak ya da protesto gösterisine katılmak gibi gençler tarafından

oldukça az tercih edilen katılma davranış ortalamalarının internet katılımı için de düşük olduğu görülmektedir. Kadın ve erkek katılımcılar sosyal medyada eşit siyasal katılım gösterirken, çevrimiçi siyasal paylaşım, siyasal eylem/protesto faktörleri için erkekler daha yüksek katılım düzeyine sahiptir. Eğitim seviyesinin, çevrimiçi katılımı artıran önemli bir değişken olduğu dikkat çekmektedir. Çevrimiçi siyasal katılım düzeyinin en yüksek olduğu grubun üniversite mezunlarından oluştuğu görülmektedir. Bekar ve çocuk sahibi olmayan gençler, evlilere göre internette daha çok siyasal katılım gösterirken, çevrimdışı siyasal katılımında da olduğu gibi en düşük katılım düzeyine sahip katılımcıların ev kadınları olması dikkat çekmektedir. Aylık 751TL-1500 TL arası gelire sahip grup en fazla çevrimiçi siyasal katılım gösterirken, 1500 TL-2250 TL arası kazanca sahip gençlerin ilgili katılım düzeyleri daha düşük bulunmuştur. Siyasal bilgilenmek için televizyon tercih eden gençlerin çevrimiçi siyasal katılım düzeyleri düşüktür. Siyasal gündemi internetten takip edenlerin çevrimiçi katılım düzeyleri yüksek bulunurken, radyo ve gazeteyi birincil siyasal bilgilenme aracı olarak gösteren katılımcıların çevrimiçi siyasal eylem/protesto ve çevrimiçi siyasal paylaşım faktör ortalamalarının yüksek bulunması araştırmanın bir diğer önemli sonucudur. Haftalık internet kullanım sıklığı da doğal olarak çevrimiçi siyasal katılımı arttırmaktadır ancak haftada 5-6 gün arası siyasal bilgilenmek için internet kullanan gençler, her gün kullananlardan daha yüksek bir çevrimiçi katılıma sahiptir ve her gün düzenli bir şekilde internetten siyasal olarak bilgilenen gençlerin sosyal medyada siyasal paylaşım faktör ortalamaları, diğer gruplardan yüksektir. Katılımcıların internetteki siyasal bilgiye yönelik düşünceleri ve çevrimiçi siyasal katılım faktörleri mercek altına alındığında çevrimiçi siyasal bilginin siyasal düşüncelerini etkilediğini düşünen katılımcıların çevrimiçi siyasal katılım düzeyleri, internetten edindiği bilginin siyasal düşünceleri üzerinde herhangi bir etkisi olmadığını düşünen gençlerden yüksek bulunmuştur. Benzer şekilde internetteki siyasal bilgiyi güvenli bulmayan katılımcıların çevrimiçi siyasal katılım puanları güvenli bulan katılımcılardan düşüktür.

Bu araştırmada ayrıca çevrimdışı siyasal katılım ve çevrimiçi katılım faktörleri arasındaki ilişki mercek altına alınmış ve yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre, çevrimdışı siyasal katılım ve çevrimiçi siyasal paylaşım faktörleri arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Benzer bir ilişki çevrimiçi siyasal katılım faktörleri ve çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonları için de geçerlidir. Son olarak çevrimdışı siyasal katılımın, çevrimiçi siyasal katılmaya yönelik etkisini saptamak amacıyla gerçekleştirilen regresyon analizleri, gençlerin çevrimdışı siyasal katılım düzeylerinin, çevrimiçi siyasal paylaşım, sosyal medyada siyasal paylaşım ve çevrimiçi siyasal eylem/protesto faktörleri olmak üzere çevrimiçi siyasal katılımı arttırdığını göstermiştir. Gençlerin çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının, çevrimiçi siyasal katılma faktörlerine etkisi sorgulandığında, motivasyonlardan bilgilenme faktörü dışında kalan rehberlik/gözleme ve eğlence/sosyal fayda faktörlerinin, çevrimiçi siyasal paylaşım düzeyini arttırdığı görülmektedir. Sosyal medyada siyasal paylaşım ve çevrimiçi siyasal eylem/protesto faktörlerini artıran tek çevrimiçi bilgilenme motivasyonu ise rehberlik/gözleme değildir. Benzer şekilde gençlerin çevrimiçi siyasal katılımını artıran tek motivasyon rehberlik/gözleme değildir. Son olarak gençlerin çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarının, çevrimiçi siyasal katılımı arttırdığı görülmüştür.

Sonuç olarak bu çalışma sınırlı bir örneklem üzerinde geç ergenlik olarak adlandırılan 18-22 yaş arasında ve ilk defa ya da ikinci kez oy kullanacak gençlerin çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarını ve çevrimiçi katılma davranışlarını ve bunların çevrimdışı siyasal katılımı ile olan ilişkisine odaklanmaktadır. Bu konuda Türkiye'nin farklı bölgelerinde yaşayan ve daha farklı yaş gruplarından kişilerle gerçekleştirilecek çalışmalar daha farklı sonuçlar sunabilir. Bu araştırma ülkenin iki önemli seçim sürecini yaşadığı ve siyasal atmosferin gerek internette, gerekse konvansiyonel medyada yoğun yaşandığı bir dönemde gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle siyasal gündemin yoğun ya da hareketsiz olduğu dönemlerde çevrimiçi siyasal bilgilenme ve katılım üzerine yapılacak karşılaştırmalı çalışmalar şüphesiz akademik literatüre önemli katkılar sağlayacaktır. Bu araştırmanın amaçlarından biri gençlerin

çevrimiçi siyasal bilgilenme motivasyonlarını ortaya çıkarmak olduğu için çalışma siyasal gündemi internetten takip eden katılımcılarla gerçekleştirildi. Şüphesiz çevrimiçi siyasal bilgilenmenin, çevrimdışı siyasal katılım düzeyine ilişkin etkisini sorgulayan çalışmalar da farklı sonuçlar çıkaracaktır.

KAYNAKÇA

Kitaplar

ABRAMSON, Jeffrey B.

ARTERTON, F.Chrsitopher

ORREN, Gary R. (1988)

The Electronic Commonwealth. The Impact of New Media Technologies on Democratic Politics. Basic Books Inc. Publishers, New York.

AKYEL, Akif E. (2012)

“Yarım Bilgilenen Dünya ve Üçüncü Globalleşme”, **Hepimiz Globaliz, Hepimiz Yereliz: Gutenberg Galaksi’den Zuckerberg Galaksi’ye**, Derleyen Edibe Sözen, İstanbul, Alfa Yayınları.

ARISTOTELES (2012)

Metafizik, Çev: Ahmet Arslan, İstanbul, Sosyal Yayınları.

ARISTOTELES (2010)

Politika, Çev: Mete Tuncay, İstanbul, Remzi Kitabevi.

ARSAN, Esra (2013)

“Türkiye’de Gençlik, Sosyal Medya ve Siyasal Katılım”, **Demokrasi ve Siyasal Katılım Konferans Kitabı**, Yay. Haz: İlker Gökhan Şen, İstanbul, Heinrich Böll Stiftung Derneği Türkiye Temsilciliği.

ATTIKAN, Zeynep,

TUNÇ, Aslı (2011)

Blogdan Al Haberi: Haber Blogları, Demokrasi ve Gazeteciliğin Geleceği Üzerine, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları.

AYDIN, Mustafa (2010)

Bilgi Sosyolojisi, İstanbul, Açılım Kitap.

- AYDIN, Ayhan (2009) **Felsefe: Düşünce Tarihi**, Ankara, Pegem Akademi.
- AYDOĞAN, Filiz (2010) “İkinci Medya Çağında Gözetim ile Kamusal Alan Paradoksunda İnternet”, **İkinci Medya Çağında İnternet**, Haz: Filiz Aydoğan, Ayşen Akyüz, İstanbul, Alfa Yayınları.
- AZİZ, Aysel (2013) **Siyasal İletişim**, Ankara, Nobel Yayınları.
- BALCI, Şükrü,
TARHAN, Ahmet,
BAL, Enes (2013) **Medya ve Siyasal Katılım**, Konya, Literatürk Academia.
- BAYKAL, Deniz (1970) **Siyasal Katılma Davranış İncelemesi: Bir**, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- BİNARK, Mutlu,
LÖKER, Koray (2011) **Sivil Toplum Örgütleri İçin Bilişim Rehberi**, Ankara, Sivil Toplum Geliştirme Merkezi.
- BULUT, Mesut (2006) **Kitle İletişim Aracı Olarak Gazete ve İnternet**, Ankara, TekAğaç Eylül Yayınları.
- BURKE, Peter (2001) **Bilginin Toplumsal Tarihi**, Çev: Mete Tunçay, 2. Basım, İstanbul, Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- BURTON, Graeme (1995) **Görünenden Fazlası**, Çev: Nefin Dinç, İstanbul, Alan Yayıncılık.

- BÜYÜKÖZTÜRK, Şener
- ÇOKLUK, Ömay
- KÖKLÜ, Nilgün (2014) **Sosyal Bilimler İçin İstatistik**, 14. Baskı, Ankara, Pegem Akademi.
- CASTELLS, Manuel (2000) **The Rise of Network Society: The Information Age: Economy, Society and Culture**, Birinci Cilt, Oxford, Blackwell Publishing.
- CEVİZCİ, Ahmet (2012) **Felsefe Tarihi: Thales'ten Baudrillard'a**, Say Yayınları, İstanbul.
- CEVİZCİ, Ahmet (2012) **Bilgi Felsefesi**, Say Yayınları, İstanbul.
- CEVİZCİ Ahmet (2010) **Felsefeye Giriş**, Sentez Yayınları, İstanbul.
- CEVİZCİ Ahmet (2007) **İlkçağ Felsefesi Tarihi**, Asa Kitapevi, İstanbul.
- CUILENBURG, Jan Van (2010) "Medya ve Demokrasi", **Televizyon Haberciliğinde Etik**, Derleyen: Bülent Çaplı, Hakan Tuncel, Ankara, Fersa Matbaacılık.
- CURRAN, James (2014) "Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme", **Medya Kültür Siyaset**, Haz: Süleyman İrvan, 3. Basım, Ankara, PharmakonYayınevi.
- CURRAN, James (1999) "Kitle İletişimi Araştırmasında Yeni Revizyonizm: Bir Yeniden Değerlendirme Çabası", **Medya İktidar İdeoloji**, Çev:Mehmet Küçük, Ankara, Ark Yayınevi.

- ÇUKURÇAYIR, Akif M. (2002) **Siyasal Katılma ve Yerel Demokrasi: Küreselleşme Sürecinde Yurttaş, Yönetim, Siyaset**, Konya, Çizgi Kitabevi.
- ÇÜÇEN, A. Kadir (2012) **Bilgi Felsefesi**, İstanbul, Sentez Yayıncılık.
- ÇÜÇEN, A. Kadir (2000) **Ortaçağ Felsefesi Tarihi**, İstanbul, İnkılap Kitabevi.
- DAHL, Robert A. (2010) **Demokrasi Üzerine**, Çev: Betül Kadioğlu, II. Basım, Phoenix Yayınevi, Ankara.
- DAHL, Robert A. (1984) **Modern Political Analysis**, Englewood Cliffs Prentice-Hall.
- DAHLGREN, Peter (2009) **Media and Political Engagement: Citizens, Communication, and Democracy**, New York, Cambridge University Press.
- DAVER, Bülent (1993) **Siyaset Bilimine Giriş**, Beşinci Baskı, Ankara, Siyasal Kitabevi.
- DEMİR, Vedat (2007) **Türkiye’de Medya Siyaset İlişkisi**, İstanbul, Beta Yayınları.
- DIJK, Jan Van (2006) **The Network Society: Social Aspects of New Media**, Second Edition, Great Britain, Sage Publications.
- ERDOĞAN, İrfan,
ALEMDAR, Korkmaz (2005) **Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi**, Ankara, Erk Yayınları.

- ERDOĞAN, Emre (2002) “Türk Gençliği ve Siyasal Katılım Boyutları: Bir Katılım Endeksi Denemesi”, **Türk Gençliği ve Katılım**, İstanbul, ARI Düşünce ve Toplumsal Gelişim Derneği.
- FEJES, Fred (1999) “Eleştirel Kitle İletişimi Araştırması ve Medya Etkileri: Yok Olan İzleyici Sorunu”, **Medya İktidar İdeoloji**, Çev: Mehmet Küçük, Ankara, Ark Yayınları.
- FISKE, John (1996) **İletişim Çalışmalarına Giriş**, Çev: Süleyman İrvan, Ankara, Ark Yayınevi.
- GERAY, Haluk (2002) **İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları**, Ankara, Ütopya Yayınevi.
- GÖKBERK, Macit (2008) **Felsefe Tarihi**, 18. Basım, İstanbul, Remzi Kitabevi.
- GÖKÇE, Orhan (2012) “Yeni Medya-Kamuoyu-Demokrasi”, **Hepimiz Globaliz, Hepimiz Yereliz: Gutenberg Galaksi’den Zuckerberg Galaksi’ye**, Derleyen Edibe Sözen, İstanbul, Alfa Yayınları.
- G.S.B. (2013) **Gençlik ve Sosyal Medya Araştırma Raporu**, Ankara, Gençlik ve Spor Bakanlığı.
- GUREVITCH, Michael,
- BLUMLER, Jay G. (2014) “Siyasal İletişim Sistemleri ve Demokratik Değerler”, **Medya Kültür Siyaset**, Haz: Süleyman İrvan, 3. Basım, Ankara, Pharmakon Yayınevi.

- GÜNGÖR, Nazife (2013) **İletişim Kuramlar Yaklaşımlar**, Ankara, Siyasal Kitabevi.
- HABERMAS, Jürgen (2012) **Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü**, Çev: Tanıl Bora ve Mithat Sancar, İstanbul, İletişim Yayınları.
- HANSEN, Miriam (2004) “Yirmi Yılın Ardından Negt ve Kluge’nin Kamusal Alan Tecrübe’si: Değişken Karışımlar ve Genişlemiş Alanlar”, **Kamusal Alan**, Derleyen: Meral Özbek, İstanbul, Hil Yayınları.
- HERMAN, Edward S.,
- CHOMSKY, Noam (1999) **Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir: Kitle İletişim Araçlarının Ekonomi Politikası**, İstanbul, Minerva Yayınları.
- HEYWOOD, Andrew (2011) **Siyaset**, 4. Basım, Ankara, Adres Yayınları.
- HUBERT, Agnes,
- CAREMIER, Benedicte (2000) **Democracy and The Information Society in Europe**, London, Kogan Page.
- HUNTINGTON, Samuel P. (1993) **Üçüncü Dalga:Yirminci Yüzyıl Sonlarında Demokratlaşma**, Çev: Ergun Özbudun, Ankara, Türk Demorasi Vakfı Yayınları.
- HUNTINGTON, Samuel P.,
- DOMINGUEZ, Jorge I. (1975) **Siyasal Gelişme**, Çev: Ergun Özbudun, Siyasi İlimler Derneği Yayınları, Ankara.

- İLTER, Turan (1986) **Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış**, 3. Basım, İstanbul, Der Yayınları.
- JENKINS, Henry (2006) **Convergence Culture: Where Old and New Media Collide**, New York, New York University Press.
- KAHRAMAN, Murat (2013) **Sosyal Medya 101 2.0: Pazarlamacılar için Sosyal Medyaya Giriş**, İstanbul, MediaCat Yayınları.
- KALAYCI, Şeref (2006) **SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri**, Ankara, Asil Yayıncılık.
- KALAYCIOĞLU, Ersin (1984) **Çağdaş Siyasal Bilim: Teori, Olgu ve Süreçler**, İstanbul, Beta.
- KALAYCIOĞLU, Ersin (1984) **Karşılaştırmalı Siyasal Katılma: Siyasal Katılmanın Kökenleri Üzerine Bir İnceleme**, İstanbul Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi.
- KAPANİ, Münici (2012) **Politika Bilimine Giriş**, Ankara, Bilgi Yayınevi.
- KARASAR, Niyazi (2007) **Bilimsel Araştırma Yöntemi**, 17. Baskı, Ankara, Nobel Yayınevi.
- KARS, Neşe (2003) **Televizyon Programı Yapalım Herkes İzlesin**, İstanbul, Derin Yayınları.
- KEANE, John (2014) “Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümleri”, **Medya Kültür Siyaset**, Haz: Süleyman İrvan, 3. Basım, Ankara, PharmakonYayınevi.
- KEEN, Andrew (2007) Andrew Keen, **The Cult of the Amateur: How blogs, MySpace, YouTube, and The Rest of Today’s UserGenerated Media Are Destroying**

- Our Economy, Our Culture, and Our Values,** New York, Doubleday.
- KEJANLIOĞLU, Beybin (2004) “Medya Çalışmalarında Kamusal Alan Kavramı”, **Kamusal Alan**, Derleyen: Meral Özbek, İstanbul, Hil Yayınları.
- KELLNER, Douglas (2004) “Tabandan Küreselleşme: Radikal Demokratik Bir Teknopolitikaya Doğru”, **Kamusal Alan**, Haz: Meral Özbek, İstanbul, Hil Yayınları.
- KIRMIZIDAĞ, Nur (2013) “Türkiye’deki Gençler ve Siyasal Katılım”, **Demokrasi ve Siyasal Katılım Konferans Kitabı**, Yay. Haz.: İlker Gökhan Şen, İstanbul, Heinrich Böll Stiftung Derneği Türkiye Temsilciliği.
- KIŞLALI, Ahmet Taner (2010) **Siyasal Sistemler: Siyasal Çatışma ve Uzlaşma**, 8. Basım, İstanbul, İmge Kitabevi.
- KÖK, Selcen,
- TEKEREK, Mehmet (2013) “Sokak Siyasetinden Sosyal Ağlara Yeni Aktivizm: Arap Baharı Deneyimi”, **II. Bölgesel Sorunlar ve Türkiye Sempozyumu:”Yönetim-Ticaret-Siyaset” Bildiriler Kitabı**, Kahramanmaraş, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Basımevi.
- KÖKER, Levent (2013) **İki Farklı Siyaset: Bilgi Teorisi-Siyaset Bilimi İlişkileri Açısından Pozitivizm ve Eleştirel Teori**, Ankara, Dipnot Yayınları.
- KULTGEN, John (1988) **Ethics and Professionalism**, Philedalphia, University of Pennsylvania Press.

- LAERTIOS, Diogenes (2007) **Ünlü Filozofların Yaşamları ve Öğretileri**, Çev: Candan Şentuna, Üçüncü Basım, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları.
- LILLEKER, Darren G. (2013) **Siyasal İletişim Temel Kavramlar**, Çev: Abdullah Altın vd., İstanbul, Kaknüs Yayınları.
- MARCUSE, Herbert (1990) **Tek-Boyutlu İnsan: İleri İşleyim Toplumunun İdeolojisi Üzerine İncelemeler**, Çev: Aziz Yardımlı, İstanbul, İdea Yayınları.
- MEYER, Thomas (2004) **Medya Demokrasisi: Medya Siyaseti Nasıl Sömürgeleştirir**, Çev: Ahmet Fethi, İstanbul, İş Bankası Yayınları.
- MURDOCK, Graham (1999) “İletişim, Modernlik ve İnsan Bilimleri”, **Medya İktidar İdeoloji**, Yay. Haz. ve Çev: Mehmet Küçük, Ankara, Ark Yayınları.
- NAGEL, Ernest (2013) **Bilimin Yapısı: Bilimsel Açıklama Mantığında Problemler**, Çev: Aziz Yardımlı, İstanbul, İdea Yayınevi.
- NALÇAOĞLU, Halil (2011) “Yeni Toplumsal İletişim Ethos’u: İstanbul Gençliği ve İletişim Teknolojileri Kullanımı, **Katılımın “e-hali”**: Gençlerin Sanal Alemi, Haz: Aslı Telli Aydemir, 2011, İstanbul, Alternatif Bilişim.
- NEGRI, Toni (2004) “Kamusal Alanın Yeniden Ele Geçirilmesi”, **Kamusal Alan**, Derleyen: Meral Özbek, İstanbul, Hil Yayınları.

- NEGRINE, Ralph (1994) **Politics and The Mass Media in Britain**, London, Routledge.
- NEGT, Oskar,
- KLUGE, Alexander (2004) “Kamusal Alan ve Tecrübe’ye Giriş”, **Kamusal Alan**, Derleyen: Meral Özbek, İstanbul, Hil Yayınları.
- NIE,Norman H.,
- SIDNEY Verba,
- CONVERSE, Philip E. (1989) **Siyasal Katılma, Kamuoyu ve Oy Verme Davranışı**, Çev. İter Turan ve Tuncer Karamustafaoğlu, Siyasi İlimler Türk Derneği Yayınları, Ankara.
- OKTAR, Selim (2002) “Demir Üçgen: Türkiye’de Gençliğin Katılımını Anlamak”, **Türk Gençliği ve Katılım**, İstanbul, ARI Düşünce ve Toplumsal Gelişim Derneği.
- ONUR, Bekir (2014) **Gelişim Psikolojisi: Yetişkinlik, Yaşlılık, Ölüm**, İstanbul, İmge Kitabevi.
- ÖKSÜZ, Ergün
- MALHAN, Simten (2005) **Sağlığa Bağlı Yaşam Kalitesi Kalitemetri**, Ankara, Başkent Üniversitesi.
- ÖZBUDUN, Ergun (1975) **Türkiye’de Sosyal Değişme ve Siyasal Katılma**, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları, Ankara.

- ÖZKAN, Abdullah (2004) **Siyasal İletişim: Partiler, Seçimler, Stratejiler....**, İstanbul, Nesil Yayınları.
- PALFREY, John
- URS, Gasser (2008) **Born Digital: Understanding The First Generation of Digital Natives**, NewYork, Basic Books.
- POSTMAN, Neil (2010) **Televizyon Öldüren Eğlence: Gösteri Çağında Kamusal Söylem**, Çev: Osman Akınbay, 3. Basım, İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- POSTMAN, Neil (1993) **Technopoly: The Surrender of Culture to Technology**, NewYork, Vintage Books.
- PUNCH, Keith F. (2011) **Sosyal Araştırmalara Giriş**, Çev: Dursun Bayrak vd., Ankara, Siyasal Kitabevi.
- RİGEL, Nurdoğan (2000) **Rüya Körleşmesi**, İstanbul, Der Yayınları.
- SANKUR, Bülent (2002) **Bilişim Sözlüğü**, İstanbul, Pusula Yayıncılık.
- SARIBAY, Ali Yaşar (2008) **Global Bir Bakışla Politik Sosyoloji**, İstanbul, Everest Yayınları.
- SENNETT, Richard (1996) **Kamusal İnsanın Çöküşü**, Çev: Serpil Durak ve Abdullah Yılmaz, İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- SÖZEN, Edibe (2012) “Sosyal Medyanın Arkeolojisi”, **Hepimiz Globaliz, Hepimiz Yereliz: Gutenberg Galaksi’den Zuckerberg Galaksi’ye**, Haz: Edibe Sözen, İstanbul, Alfa Yayınları.

- TAYLOR, Charles (2006) **Modern Toplumsal Tahayyüller**, Çev: Hamide Koyukan, İstanbul, Metis Yayınları.
- THOMPSON, John B. (2008) **Medya ve Modernite**, Çev: Serdar Öztürk, İstanbul, Kırmızı Yayınları.
- TİMİSİ, Nilüfer (2003) **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi**, Ankara, Dost Kitabevi.
- TOKGÖZ, Oya (2008) **Siyasal İletişimi Anlamak**, Ankara, Kitabevi.
- TOLAN, Barlas (1981) **Çağdaş Toplumun Bunalımı: Anomi ve Yabancılaşma**, Ankara, Ankara İktisadi ve Ticari Bilimler Akademisi Yayınları.
- TOSUN, Gülgün (2006) “Yeni İletişim Teknolojileri ve Sivil Toplum”, **Bilgi İletişim Teknolojileri ve Yansımaları**, Derleyen: Beril Akıncı Vural, Ankara, Nobel Yayınları.
- TUNALI, İsmail (2010) **Felsefeye Giriş**, İstanbul, Altın Kitaplar Yayınevi.
- TÜRKBAL, Aydın (1981) **Bilimsel Araştırma Metodları ve Uygulamalı İstatistik**, Erzurum.
- ÜRPER, Osman (2010) “Reklam Prodüksiyonlarında CGI (Computer Generated Imagery) Kullanımı: Bilgisayar Aracılığıyla Simüle Edilmiş Görüntülerin Gerçekliği,” **İkinci Medya Çağında İnternet**, Haz: Filiz Aydoğan, Ayşen Akyüz, İstanbul, Alfa Yayınları.

- VERSTRAETEN, Hans (2014) “Medya ve Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü”, **Medya Kültür Siyaset**, Haz: Süleyman İrvan, 3. Basım, Ankara, Pharmakon Yayınevi.
- YAZICIOĞLU, Yahşi,
ERDOĞAN, Samiye (2007) **SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri**, 2. Basım, Ankara, Detay Yayıncılık.
- YAYLAGÜL, Levent (2010) **Kitle İletişim Kuramları: Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar**, Ankara, Dipnot Yayınları.
- YÜKSELBABA, Ülker (2012) **Habermas ve Kamusal Alan: Burjuva Kamusal İlişkilerinden, İletişimsel Kamusal Geçiş**, İstanbul, On İki Levha Yayıncılık.

Süreli Kaynaklar

- AALBERG, Toril,
AELST, Van Peter,
CURRAN, James (2010) “Media Systems and the Political Information Environment: A Cross-National Comparison”, **The International Journal of Press/Politics**, C.15., No:3, s: 255-271.
- AKÇAY, Habibe (2011) “Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medyanın Kullanımı: Gümüşhane Üniversitesi Üzerine Bir Araştırma”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, No: 33,s. 137-162.
- AKGÜN, Ali E.

- KESKİN, Halit (2003) “Sosyal Bir Etkileşim Süreci Olarak Bilgi Yönetimi ve Bilgi Yönetimi Süreci”, **Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, C.5, No:1 s.175-188.
- AKTAŞ, Celalettin (2013) “Medya Yakınsaması: Hızlı Yanıt Veren Kod Aracılığıyla Geleneksel Gazetenin, Çevrimiçi Gazete ile Artan Rekabet Potansiyeli Üzerine Bir Tartışma”, **Selçuk İletişim**, C.7, No:4, s: 118-128.
- ANCU, Monica
- COZMA, Raluca (2009) “MySpace Politics: Uses and Gratifications of Befriending Candidates, **Journal of Broadcasting and Electronic Media**, C. 53, No:4, s. 567-583.
- ARKLAN, Ümit
- KARAKOÇ, Enderhan (2013) “Medyanın Genel ve Siyasal Gündeme İlişkin Bilgi Edinme Aracı Olarak Kullanımı: Görgül Bir Araştırma”, **Türkiyat Araştırmaları Dergisi**, No:33, s:325-363.
- AYHAN, Bünyamin
- BALCI, Şükrü (2009) “Kırgızistan'da Üniversite Gençliği ve İnternet: Bir Kullanımlar ve Doyumlar Araştırması”, **Bilig Journal of Social Sciences of the Turkish World**, No:48, s:13-40.
- BACHMANN, Ingrid,

- De ZUNIGA, Homero Gil (2013) “News Platform Preference as a predictor of political and civic participation”, **Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies**, C.19, No:4, s:496-512
- BALCI, Şükrü,
- AKAR, Hüsamettin,
- AYHAN, Bünyamin (2010) “Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Seçim Dönemlerinde Gazete Okuma Alışkanlıkları ve Motivasyonlar: Konya Örneği”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, No:30, s:51-79.
- BALCI, Şükrü,
- AYHAN, Bünyamin (2007) “Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanım ve Doyumları Üzerine Bir Saha Araştırması, **Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi**, C:5, No:1, s: 174-197.
- BAYRAKTUTAN, Günseli
- BİNARK, Mutlu,
- ÇOMU, Tuğrul,
- DOĞU, Burak,
- İSLAMOĞLU, Gözde,
- AYDEMİR, Aslı Telli (2014) “Siyasal İletişim Sürecinde Sosyal Medya ve Türkiye’de 2011 Genel Seçimlerinde Twitter Kullanımı”, **Bilig**, No:68, s: 59-96.

- BOOGERS, Marcel,
- VOERMAN, Gerrit (2003) “Surfing Citizens and Floating Voters: Results of An Online Survey of Visitors to Political Web Sites During the Dutch 2002 General Elections”, **Information Polity**, C.8, No:1, s.17-27.
- BOSTANCI, Mustafa (2014) “Siyasal İletişim 2.0”, **Erciyes İletişim**, C.3, No:3, s.84-96.
- BROWN, Darrin vd. (2012) “Consuming Television Crime Drama: A Uses And Gratification Approach”, **American Communication Journal**, C:14, No:1, s:47-60.
- CANTEK, Funda (2011) “Mutfakta Pişer, İnternet’e de Düşer: Yemek Blogları Kadınlara Neler Vaad Ediyor?”, **Kültür ve İletişim**, C.14, No:1, s.9-39.
- COŞKUN, Mustafa Kemal (2006) “Toplumsal Hareketler ve Proleter Kamusal Alan”, **Ekonomik Yaklaşım Dergisi**, C:17, Sayı:60, s.143-155.
- CRITTENDEN, John (1963) “Aging and Political Participation”, **The Western Political Quarterly**, C.16, No:2, s.323-331.
- ÇAKIR, Hamza,
- TOPÇU, Hakan (2005) “Bir İletişim Dili Olarak İnternet”, **Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, No: 19, s. 71-96.
- ÇETİN, Abdülkadir (2006) “Kamusal Alan ve Kamusal Mekan Olarak ‘Sokak’”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi,

Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı.

ÇINARLI, İnci (2004)

“Döngü Uzmanları (Spin Doctors), Medyatik Yalan ve Kamu Manipulasyonu”, **Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, No:1, s. 165-174.

DİLMEN, Necmi Emel (2007)

“Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları”, **Marmara İletişim Dergisi**, C.1, No:12, s.113-122.

DUMAN, Fatih (2006)

“Akılcılık Bağlamında İki Aydınlanma Geleneği: Fransız Aydınlanması Versus İskoç Aydınlanması”, **Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi**, C.61, Sayı.1 s.117-151.

ESER, H.Bahadır (2013)

“Siyasal Bilgi Edinme Amacı ile İnternetin Kullanımı, Siyasal Yeterlilik, İlgililik ve Katılım İlişkisi Üzerine Bir Araştırma”, **Turkish Studies**, C:8, No:8, s:1873-1893.

ERBAY, Adviye (2009)

“Bilim ve İdeoloji: Tekniğin İktidarı”, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, C.11, No:2, s. 1-11

EV, Hacer Aşık (2010)

“Comparing Some Ideas of Ibn Haldun and John Locke about the Epistemology from Some Aspects”, **Ankara University, Journal of Faculty of Educational Sciences**, C.43, No:2, s. 89-122.

- FRASER, Nancy (1990) “Rethinking The Public Sphere:A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy”, **Social Text**, No:25/26, s. 56-80.
- GALSTON, William A. (2001) “Political Knowledge, Political Engagement and Civic Education”, **Annual Review of Political Science**, C:4, No:2, s:217-234.
- GENEL, Mehmet Gökhan (2012) “Siyasal İletişim Kampanyalarında Sosyal Medyanın Kullanımı (12 Haziran 2011 Seçimleri “Twitter” Örneği)”, **TOJDAC**, C.2, No:4, s.23-31.
- GHAREEB, Edmund (2000) “New Media and The Information Revolution in The Arab World, **The Middle East Journal**, C:54, No: 3, s: 395-418.
- GÜLDÜ, Özgür,
- KART, Müge Ersoy (2009) “Toplumsal Cinsiyet Roller ve Siyasal Tutumlar: Sosyal Psikolojik Bir Değerlendirme”, **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, C.64, No:3, s.97-116.
- IGNACIO, Ramonet (2004) “Beşinci Kuvvet”, Çev: Yasemin İnceoğlu vd., **Varlık Dergisi**, Nisan, s.3-7.
- IŞIK, Metin (2005) “Medya ve Demokrasi Paradoksu:Medya Yoluyla Demokrasinin Tehdir Edilmesi”, **Selçuk İletişim**, C.3, No:4, s.114-121.
- JENSEN, Povl Erik (2005) “A Contextual Theory of Learning and the Learning Organization, **Knowledge and Process Management**, C.12, Sayı:1, s.53-64

KARAGÖZ, Yalçın

EKİCİ, Süleyman (2004)

“Sosyal Bilimlerde Yapılan Uygulamalı Araştırmalarda Kullanılan İstatiksel Teknikler ve Ölçekler”, **Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, C.5, No:1, s. 25-43.

KAYE, Barbara K.

JOHNSON, Thomas J.(2004)

“A Web for All Reasons: Uses and Gratifications of Internet Components for Political Information”, **Telematics and Informatics**, No:21, s:197-223.

KAYE, Barbara K.

JOHNSON, Thomas J.(2002)

“Online and In the Konow:Uses and Graifications of the Web for Political Information”, **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, C.46, No:1 s.54-71.

KAYRİ, Murat (2009)

“Araştırmalarda Gruplar Arası Farkın Belirlenmesine Yönelik Çoklu Karşılaştırma (Post-Hoc) Teknikleri”, **Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, C.19, No:1, s. 51-64.

KIŞLALI, Ahmet Taner (1976)

“Siyasal Tutumlarda Cinsiyet ve Kuşak Etkenleri: Bir Alan Araştırması”, **Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi**, C:31, s.117-130.

KOÇAK, Gizem N. (2012)

“Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının ve Motivasyonlarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, 271

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Ana Bilim Dalı.

KOLBITSCH, Josef,

MAURER, Hermann (2006)

“The Transformation of The Web: How Emerging Communities Shape The Information We Consume”, **Journal of Universal Computer Science**, C:12, No:2, s:187-213.

KÖSE, Aynur,

YILMAZ, Mustafa (2010)

“Fısıltı Gazetesi İçin Yeni Bir Mecra: Söylentilerin İletim Mekânî Olarak Çevrimiçi Forumlar”, **Milli Folklor**, C.22, No:85, s.183-192.

KÖSEOĞLU, Özgür (2012)

“Sosyal Ağ Sitesi Kullanıcılarının Motivasyonları: Facebook Üzerine Bir Araştırma”, **Selçuk İletişim**, C.7, No:2, s.58-81.

KÜÇÜKKURT, Mehmet,

HAZAR, Murat Ç.,

ÇETİN, Muharrem,

TOPBAŞ, Hasan (2009)

“Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Perspektifinden Üniversite Öğrencilerinin Medyaya Bakışı”, **Selçuk İletişim**, C.6, No:1, s:37-50.

LAMBERT, Ronald D.,

CURTIS, James E.,

KAY, Barry J.,

- BROWN, Steven D. (1988) “The Social Sources of Political Knowledge”, **Canadian Journal of Political Science**, C.21, No:22, s.359-374.
- MCCRINDLE, Mark
- WOLFINGER, Emily (2010) “Generations Defined”, **Ethos**, C.18, No:1, 2010, s. 8-13.
- MONEREO, Carles (2004) “The Virtual Construction of the Mind: The Role of Educational Psychology”, **Interactive Educational Multimedia**, No:9, s. 32.
- NICHOLSON, Stephen P.,
- PANTOJA, Adrian,
- SEGURA, Gary M. (2006) “Political Knowledge and Issue Voting among the Latino Electorate”, **Political Research Quarterly**, C.59, No:2, s. 259-271.
- ÖKTEM, Ülker (1999) “Descartes’da Bilginin Kesinliği Problemi”, **Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, C.40, No:1, s.311-332.
- ÖZCAN, Ufuk (2012) “The Confusion and Traps of Internet Knowledge in Information Age”, **Hacettepe Edebiyat Fakültesi Dergisi**, Cilt. 29, No:1, s.219-230.
- ÖZKAYA, Aslı (1997) “Medya ve Körfez Savaşı”, **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, C.52, No:1, s.567-579.

- ÖZTÜRK, Serdar (2002) “Siyasal Bilgilenmede Medyanın Yeri ile İlgili Karşılaştırmalı Bir İnceleme”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, C.22, No:13, s. 625-644.
- POLAT, Rabia K. (2005) “The Internet and Political Participation - Exploring the Explanatory Links”, **European Journal of Communication**, C.20, No:4, s:435–459.
- REICHERT, Frank (2010) “Political Competences and Political Participation: On the Role of “Objective” Political Knowledge, Political Reasoning, and Subjective Political Competence in Early Adulthood, **Journal of Social Science Education**, C.9, No:4, s:63-81.
- SHANI, Danielle (2009) “**On The Origins of Political Interest**”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Princeton Üniversitesi.
- SOTIROVIC, Mira,
- MCLEOD, Jack M. (2001) “Values, Communication Behavior, and Political Participation, **Political Communication**, C.18, No:3, s.273-300.
- TAŞKIN, Ali (2002) “Kant’da Bilginin Kaynağı Problemi”, **Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, C.6, No:1, s.279-294.
- TOLBERT, Caroline J.
- MCNEAL, Ramona S. (2003) “Unraveling the Effects of the Internet on Political Participation”, **Political Research Quarterly**, C.56, No:2, s:175-185.

- TOPBAŞ, Hasan (2010) “David Easton’un Siyasal Sistem Kuramı Bağlamında Siyasal Katılma: Erzurum Seçmeni Üzerine Bir Araştırma”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, No:30, s. 81-111.
- TORUK, İbrahim (2008) “Üniversite Gençliğinin Medya Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir Analiz”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, No:19, s:475-489.
- TURGUT, İhsan (1978) “Platon’da Bilgi Türleri”, **Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, C.22, No:1, s:349-359.
- TÜRKMEN, Seçil (2012) “Sosyal Medyanın Politik Yaşama Etkisi: Arap Baharı Çerçevesinde Mısır ve Libya Örneği”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı.
- UÇAK, Nazan
- AL, Umut (2000) “İnternet’te Bilgi Arama Davranışları”, **Türk Kütüphaneciliği Dergisi**, C:14, No:3, s.317-331.
- VETTEHEN, Hendriks P.G.J.
- HAGEMANN, C.P.M.
- VAN SNIPPENBURG, L.B. (2004) “Political Knowledge and Media Use in Netherlands”, **European Sociological Review**, C.20, No:5, s.415-424.
- VITAK, Jessica,

ZUBE, Paul,

SMOCK, Andrew,

CARR, Caleb T,

ELLISON, Nicole,

LAMPE, Cliff (2011)

“It’s Complicated: Facebook Users’ Political Participation in the 2008 Election,” **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, C.14, No:3, s.107-114.

YENİÇERİ ALEMDAR, Mine,

KÖKER, Nahit Erdem (2013)

“Facebook Use and Gratifications: A Study Directed to Determining the Facebook Usage of Generations X and Y in Turkey, **Mediterranean Journal of Social Sciences**, C.4, No:11, s. 238-249.

YENİÇERİ ALEMDAR, Mine,

KÖKER, Nahit Erdem (2011)

“Siyasi Partilerin 2007- 2011 Türkiye Genel Seçimlerinde Web Sitesi Kullanımı Ve Karşılaştırmalı Analizi”, **Erciyes Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, No:31, s: 225-254

YILDIZ, Asiye Kakırman (2012)

“Dijital Yerliler Gerçekten Yerli Mi Yoksa Dijital Melez mi?”, **International Journal of Social Science**, C.5, No:7, s. 819-833.

YILMAZ, Zafer (2007)

“Hannah Arend’tte Özel Alan-Kamusal Alan Ayrımı ve Modern Çağda Toplumsal Alan”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe Anabilim Dalı.

YÜZER, VOLKAN T. (2003)

“Bir İletişim Ortamı Olarak İnternet”, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, C.2, No:4, s.114-120.

Elektronik Kaynaklar

AKAR, Erkan:

“İnternetle Değişen Siyaset Pazarlaması: Dünyadan Örneklerle Yeni Trendler”, (Çevrimiçi) <http://www.siyasaliletisim.org/pdf/internettesiyasetpazarlamasi.pdf>, 22.05.2014.

BİLGİÇ, Hatice Gökçe,

DUMAN, Duygu,

SEFEROĞLU, S.Sadi:

“Dijital Yerlilerin Özellikleri ve Çevrimiçi Ortamların Tasarlanmasındaki Etkileri” (Çevrimiçi) [http://yunus.hacettepe.edu.tr/~sadi/yayin/AB11_Bilgi-c-Duman Seferoglu_DijitalYerliler_ve_CIO.pdf](http://yunus.hacettepe.edu.tr/~sadi/yayin/AB11_Bilgi-c-Duman-Seferoglu_DijitalYerliler_ve_CIO.pdf), 24.12.2014.

BOUNDLESS:

“Age and Participation”, (Çevrimiçi), <https://www.boundless.com/political-science/political-participation-and-voting/who-votes/age-and-participation/>, 10.01.2014.

- ÇELEBİ, Hakan: “Sosyal Medya ve Siyaset Anket Sonuçları”, (Çevrimiçi)
<http://www.slideshare.net/hcelebi/sosyal-medya-ve-siyaset-anketi-sonuclar>, 16.04.2014.
- ÇETİN, Mustafa
- ÖZGİDEN, Hatice: “Dijital Kültür Sürecinde Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenlerin Twitter Kullanım Davranışları Üzerine Bir Araştırma” (Çevrimiçi)
<http://egifder.gumushane.edu.tr/article/view/5000006387>, 25.12.2014.
- ÇİLDAN, Cihan vd.: “Sosyal Medyanın Politik Katılım ve Hareketlerdeki Rolü” (Çevrimiçi) ab.org.tr/ab12/bildiri/205.doc, 11.04.2014.
- ERDOĞAN, İrfan: “Dördüncü Gücün İlettiği: Amerikan Örneği” (Çevrimiçi)
<http://irfanerdogan.com/makaleler1/dorduncu.htm>, 23.12.2014.
- FALLIS, Don: “A Conceptual Analysis of Disinformation”, (Çevrimiçi)
https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/15205/fallis_disinfo1.pdf?sequence=2, 15.07.2013.

- FETZER, James H: “Disinformation”, (Çevrimiçi)
<http://www.assassinationscience.com/disinformation.htm>, 12.07.2013.
- GÖRMÜŞ, Alper: “Devletin ‘Dördüncü’ Kuvvet’i”, (Çevrimiçi)
<http://arsiv.taraf.com.tr/yazilar/alper-gormus/devletin-dorduncu-kuvvet-i/19325/>, 25.12.2014.
- HABER SOL: “Vikipedi: Özgür Dezenformasyon, (Çevrimiçi)
<http://haber.sol.org.tr/dunyadan/vikipedi-ozgur-dezenformasyon-haberi-16640>, 20.07.2013.
- İNCEOĞLU, Yasemin: “Savaşta Medya Cephesi”, (Çevrimiçi)
http://www.radikal.com.tr/yorum/savasta_medya_cepheci-667689, 22.08.2013.
- İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ: “Çevrimiçi Gazete: Postmodern Bir Ortam”, (Çevrimiçi)
<http://www.journals.istanbul.edu.tr/iuifd/article/view/1019015522/1019014706>, 12.05.2014.
- JAARVELDT, Leon Van: “Are Social Network Sites (SNS) effective platforms for political engagement”,(Çevrimiçi)
<http://hdl.handle.net/10419/52311>, 06.04.2014.
- JENKİNS, Henry “Reconsidering Digital Immigrants...” (Çevrimiçi)

http://henryjenkins.org/2007/12/reconsidering_digital_immigran.html, 27.12.2014.

KONGAR, Emre: “Kendi Kalemize Attığımız ‘Dezenformasyon’ Gölü, (Çevrimiçi)
http://www.kongar.org/medyanotu/261_Dezenformasyon.php, 15.07.2013.

MCKENZIE, Jamie “Digital Nativism Digital Delusions and Digital Deprivation” (Çevrimiçi)
<http://www.fno.org/nov07/nativism.html>,
27.12.2014.

NICKELS, Martin: “The Nature of Modern Science & Scientific Knowledge” (Çevrimiçi)
<http://www.indiana.edu/~ensiweb/mart.nos.pdf>,
22.03.2014.

NOLL, Andreas: “Sosyal Medyanın Arap Baharı’ndaki Rolü”, (Çevrimiçi), <http://www.dw.de/sosyal-medyan%C4%B1n-arap-bahar%C4%B1ndaki-rol%C3%BC/a-15175703>, 11.08.2013.

OBLINGER, Diane

OBLINGER, James: “Educating The Net Generation” (Çevrimiçi)
<https://net.educause.edu/ir/library/pdf/pub7101.pdf>,
24.12.2014.

- PEDRO, Francesc: “The New Millennium Learners: Challenging our Views on ICT and Learning” (Çevrimiçi) <http://www.oecd.org/edu/ceri/38358359.pdf>, 24.12.2014.
- POSTER, Mark: “CyberDemocracy: Internet and The Public Sphere”, (Çevrimiçi) <http://www.hnet.uci.edu/mposter/writings/democ.html>, 13.03.2014.
- PRENSKY, Marc: “Digital Natives, Digital Immigrants”, (Çevrimiçi) <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>, 26.12.2014.
- RADİKAL: “Twitter ve Facebook’a Siber Terör Suçlarına Karşı Düzenleme Geliyor”, (Çevrimiçi), http://www.radikal.com.tr/turkiye/twitter_ve_faceboka_siber_teror_suclarina_karsi_duzenleme_geliyor-1138191, 25.06.2013.
- ROTA HABER: “Altaylı, Ahmet Kaya’dan Özür Dileyecek mi?”, (Çevrimiçi), http://haber.rotahaber.com/altayli-ahmet-kayadan-ozur-dileyecek-mi_122921.html, 16.07.2013.
- SAMMAN, Ali vd.: “The Impact of New Media on Traditional Mainstream Mass Media”, (Çevirimiçi)

http://www.innovation.cc/scholarlystyle/ali_samman_new+media_impac116v3i7a.pdf, 12.08.2013.

SANTEN, Van R.A.:

“TV Programming in Times of Changing Political Communication: A Longitudinal Analysis of The Political Information Environment”, (Çevrimiçi), <http://dare.uva.nl/document/443547>, 22.05.2014.

SARI, Hasan:

“Siyasal İletişimde Yeni İletişim Teknolojilerinin Kullanımı: 2009 Yerel Seçimlerinde Ak Parti’nin Çalışmaları”, (Çevrimiçi) <http://www.hasansari.com.tr/upload/42603597.pdf>, 12.03.2014.

SENDİKA.ORG

“Arınç’ın Açıklamalarına ‘Twitter Denen Bir Belada’ Tepki Yağdı”, (Çevrimiçi), <http://www.sendika.org/2013/06/arincin-aciklamalarina-twitter-denen-bir-belada-tepki-yagdi/>, 15.07.2013.

SIEMENS, George:

“Digital Natives and Immigrants: A Concept Beyond its Best Before Date” (Çevrimiçi) <http://connectivism.ca/blog/2007/10/>, 27.12.2014.

SMITH, Aaron:

“The Internet’s Role in Campaign 2008” (Çevrimiçi) <http://www.pewinternet.org/2009/04/15/the-internets-role-in-campaign-2008/>, 13.05.2014.

SOSYAL MEDYA TÜRKİYE:

“Türkler İnternette Harcadıkları Zamanın Yüzde 25’ini Sosyal Ağlarda Geçiriyor”, (Çevrimiçi),

<http://www.socialmediatr.com/blog/turkler-internette-harcadiklari-zamanin-yuzde-25-ini-sosyal-aglarda-geciriyor/>, 18.05.2014

SOULE, Suzanne:

“Will They Engage? Political Knowledge, Participation and Attitudes of Generations X and Y”, (Çevrimiçi)
www.bpb.de/system/files/pdf/QURRWM.pdf,
03.04.2014.

SÖNMEZ, Göktuğ:

“Dezenformasyon ve Vicdan” (Çevrimiçi)
<http://akademikperspektif.com/2012/03/12/dezenformasyon-ve-vicdan/>, 05.07.2013.

TEMPLE UNIVERSITY:

“Perspectives on the Lesbian and Gay Movements”,(Çevrimiçi)
http://www.temple.edu/tempres/chapters_1100/1351_ch1.pdf , 12.04.2014.

TÜİK:

(Çevrimiçi) <http://rapory.tuik.gov.tr/17-11-2014-13:38:4763370971116349707231729666143.html>,
22.05.2014.

TÜİK:

“İnternet Kullanan Bireylerin İnterneti Kişisel Kullanım Amaçları”, (Çevrimiçi),
http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028,
13.04.2014.

TÜRKKAN, Ender:

“YouTube Meydanları Aratmıyor! Partilerin Propaganda Yarışı Sanal Alemde” (Çevrimiçi)

<http://www.milliyet.com.tr/2007/07/03/son/sonsiy07.asp>, 17.04.2014

VISSERS, Sara:

“Spill-Over Effects Between Facebook and on/offline Political Participation? Evidence From a Two-Wave Panel Study,” (Çevrimiçi)
<http://www.cpsa-acsp.ca/papers-2012/vissers-stolle.pdf>, 20.03.2014.

WEBRAZZI:

“Bir Sosyal Medya Yasasına İhtiyacımız Var mı?”, (çevrimiçi),
<http://www.webrazzi.com/2013/06/19/sosyal-medya-yasasi/>, 28.06.2013.

ÖZGEÇMİŞ

Asuman Kutlu 1983 yılında Kocaeli’de doğdu. İlk, orta ve lise eğitimini Kocaeli’de tamamladı. 2005 yılında İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi İngiliz Dili ve Edebiyatı Bölümü’nden mezun oldu. 2010 yılında İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü-Radyo-TV-Sinema Anabilim Dalından “Televizyon Dizilerinde Toplumsal Cinsiyet Açısında Kadının Sunumu: Kanal D’de Yayınlanan Yaprak Dökümü Dosisinde Kadın Karakterler” başlıklı tez çalışmasıyla mezun oldu. Aynı yıl doktora eğitimine başlayan Kutlu, çeşitli üniversitelerde öğretim görevlisi olarak çalışmıştır