

T.C.
UŞAK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜŐÜ

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SİYASAL KATILIMINDA SOSYAL
MEDYANIN ROLÜ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI

MÜBAREK YÜCEEL

DANIŞMAN

Dr. Öğr. Üyesi Salih Tiryaki

UŞAK-2019

T.C.
UŞAK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SİYASAL KATILIMINDA SOSYAL
MEDYANIN ROLÜ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI

MÜBAREK YÜCEEL

DANIŞMAN

Dr. Öğr. Üyesi Salih Tiryaki

UŞAK-2019

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim. Aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi belirtirim.



Adı-Soyadı: Mübarek Yüceel

İmza:

YÖNERGEYE UYGUNLUK

Üniversite Öğrencilerinin Siyasal Katılımında Sosyal Medyanın Rolü adlı Yüksek Lisans Tezi, Uşak Üniversitesi Lisansüstü Tez Önerisi ve Tez Yazma Yönergesi'ne uygun olarak hazırlanmıştır.



Tezi Hazırlayan

Mübarek Yüceel

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Salih Tiryaki

Dr. Öğr. Üyesi. Salih Tiryaki danışmanlığında Mübarek Yüceel tarafından hazırlanan “Üniversite Öğrencilerinin Siyasal Katılımında Sosyal Medyanın Rolü” adlı bu çalışma, jürimiz tarafından Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

...../..... /2019

JÜRİ:

Danışman :.....

Üye :.....

Üye :.....

Üye :.....

ONAY :

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulunun tarih vesayılı kararı ile onaylanmıştır.

...../..... /2019

.....

Enstitü Müdürü

ÖNSÖZ

Şüphesiz ki bu çalışmanın ortaya çıkmasında birden çok insanın emeği bulunmaktadır. Her yolculuk insana yeni yol arkadaşlıkları kazandırır. Yüksek lisans yolculuğumda karşıma çıkan bu insanları, annemin “Allah seni daima iyilerle karşılaştırsın” duasının karşılığı olarak görüyorum. Bu anlamda hepsine ayrı ayrı teşekkürü borç bilirim.

Başta, yüksek lisans hayatım boyunca benden desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen ve daima yanımda duran, bu çalışmanın fikir aşamasından tamamlanması sürecine kadar geçen sürecin tamamında her türlü destek ve yardımda bulunan, danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Salih Tiriyaki'ye bana kattığı her şey için teşekkür etmek istiyorum.

Yüksek lisansa başladığım günden bu zamana dek, kapısını bana daima açık tutan değerli hocam Dr. Öğr. Üyesi Emre Vadi Balcı'ya bana kattığı her şey için teşekkür etmek istiyorum.

Yüksek lisansın bana kazandırdığı değerli iki dosta, Yusuf Şahin ve Servet Tuğluk'a bu süreçte bana olan desteklerinden ve dostluklarından dolayı teşekkür etmek istiyorum.

Tezimi yazmam noktasında bana gerekli kolaylığı gösteren ve siyasal iletişimin ne olduğunu sadece teoride değil, sahada uygulayarak da öğrenmemi sağlayan insanlara teşekkürü borç bilirim.

Yüksek lisans yolculuğuna çıktığım ilk günden bu zamana kadar geçen süreçte benden desteğini hiçbir zaman esirgemeyen, zorlandığım her noktada bana moral olup yoluma devam etmemi sağlayan, hayatımın her anına olduğu gibi bu çalışmanın hazırlanması sürecinde de sabrı ile bana katlanan ve özverisiyle çalışmalarımı destekleyen sevgili eşim ve çocuklarıma teşekkür etmek istiyorum.

Hayatım boyunca aldığım kararların arkasında duran ve benden desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen kıymetli annem ve babam teşekkürlerin en büyüğünü hak etmektedirler.

Mübarek Yüceel

Uşak, 2019

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SİYASAL KATILIMINDA SOSYAL MEDYANIN ROLÜ

Mübarek YÜCEEL

Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

İletişim Bilimleri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi Uşak-2019

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Salih Tiryaki

ÖZET

İnsan ile başlayıp yine insan ile devam eden bir edim olarak tanımlanan iletişim kavramının tarihçesine bakıldığında, insanoğlunun tarihi ile eşdeğer bir sürece sahip olduğunu görüyoruz. Yaşadığımız yüzyıla ismini veren iletişim kavramının, kitle iletişim araçlarında meydana gelen hızlı gelişmelere bağlı olarak şekil değiştirdiğini ve yeni bir boyutta karşımıza çıktığını görüyoruz. İletişimin bu yeni boyutu, yeni medya olarak adlandırılmaktadır.

Vatandaşların, oy vererek seçtikleri siyasetçilerin aldıkları kararlara artık yeterince katılım sağlayamamaktan yakındıkları ve bir nevi krize girdiği belirtilen temsili demokrasinin yaşadığı meşruiyet sorununa bir çözüm önerisi olarak karşımıza çıkan yeni medya ve özelinde sosyal medya kavramlarının bu meşruiyet soruna çözüm getirip getiremeyeceği sorusu çalışmanın amaçları arasındadır.

Sosyal medyayı en yoğun kullanan kesimin gençler olduğu yapılan araştırmalarca sabit olduğundan, yukarıda sorulan soruya yanıt bulmak için üç ayrı üniversitede okuyan öğrencilere anket yapılmış ve bu anketlerin sonuçları çalışmanın yöntem kısmında detaylı olarak açıklanmıştır.

Çalışma sonunda, öğrencilerin siyasal katılım davranışlarında bulunma süreçlerinde sosyal medyanın önemli bir rolünün bulunmadığı görülmüştür. Siyaset ile ilgilenen ve çevrimdışı siyasal katılım davranışlarında bulunan gençlerin, çevrimiçi siyasal katılım davranışlarında da buldukları, siyasete ilgi duymayan ve çevrimdışı siyasal katılım davranışında bulunmayan gençlerin, çevrimiçi siyasal katılım davranışında da bulunmadıkları görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: *Siyasal katılım, siyasal iletişim, siyaset, sosyal medya*

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN THE POLITICAL PARTICIPATION OF UNIVERSITY STUDENTS

Mübarek YÜCEEL

Uşak University Social Sciences Institute

Department of Communication Sciences Master Thesis UŞAK-2019

Advisor: Ast.Prof. Salih Tiryaki

ABSTRACT

When we look at the history of the concept of communication, which is defined as a performance that starts with human being and continues with human beings, we see that it has an equivalent process with the history of human beings. We see that the concept of communication, which gives its name to the century we live in, changes its shape depending on the rapid developments in the mass media and emerges in a new dimension. This new dimension of communication is called the new media. The question of whether the new media and in particular the social media concepts can bring a solution to the legitimacy problem which is asserted as the citizens complain for not sufficiently being able to participate in the decisions of the politicians they have elected by voting any more and thus the representative democracy is deemed in a crisis is among the purposes of this study.

Since it was determined by the researches that the people using social media most is the young, a questionnaire was applied to the studying in three separate universities students in to find the answer to the foregoing question and the findings of these surveys have been explained in the methodology part in detail.

At the end of the study, it was seen that social media did not play a very important role in the process of students' participation in political participation. It was seen that young people who were interested in politics and engaged in offline political participation behaviors have also been involved in online political participation behaviors, while those who were not interested in politics and not engaged in offline political participation behavior, have not been involved in online political participation behavior, either.

Keywords: *Political participation, political communication, politics, social media*

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK.....	iii
YÖNERGEYE UYGUNLUK.....	iv
ÖNSÖZ	vi
ÖZET	vii
ABSTRACT	viii
İÇİNDEKİLER.....	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiii
TABLolar LİSTESİ.....	xiv
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM.....	4
SİYASAL KATILIM	4
1.1 Siyaset.....	4
1.2 Siyasal Kültür ve Toplumsallaşma	6
1.2.1 Siyasal Kültür	6
1.2.2 Siyasal Toplumsallaşma	8
1.3 Siyasal Davranış	10
1.4 Siyasal Katılım	12
1.4.1 Siyasal Katılım Biçimleri	18
1.4.2 Siyasal Katılımı Etkileyen Faktörler	24
1.4.2.1 Sosyal Faktörler	25
1.4.2.1.1 Cinsiyet	25
1.4.2.1.2 Yaş.....	26
1.4.2.1.3 Gelir	27
1.4.2.1.4 Eğitim	28
1.4.2.1.5 Meslek	29
1.4.2.1.6 Aile	30

1.4.2.1.7 Din ve Etnisite.....	30
1.4.2.1.8 Yerleşim.....	31
1.4.2.1.9 Örgüt Üyeliği	31
1.4.2.1.10 Kitle İletişim Araçları	32
1.4.2.2 Psikolojik Faktörler	33
1.4.2.3 Siyasi ve Hukuki Faktörler	34
1.5 Medya ve Siyasal Katılım.....	35
1.5.1 Geleneksel Medya ve Siyasal Katılım	36
1.5.1.1 Yazılı Basın.....	37
1.5.1.2 Radyo.....	38
1.5.1.3 Televizyon	39
1.5.2 Sosyal Medya ve Siyasal Katılım	39
1.5.2.1 Siyasal Katılımda Sosyal Medyanın Rolü	41
1.5.3 Siyasal İletişim 2.0	44
1.5.3.1 Sosyal Medya ve Siberaktivizm.....	46
1.5.3.2 Siyasal İletişim 2.0 ve Sosyal Ağlar.....	48
İKİNCİ BÖLÜM	51
SOSYAL MEDYA	51
2.1 Sosyal Medya Kavramı ve Gelişimi.....	51
2.2 Sosyal Medya Araçları	57
2.2.1 Bloglar	57
2.2.2 Mikrobloglar	58
2.2.3 Wikiler	58
2.2.4 Forumlar	59
2.2.5 Sosyal Ağlar.....	59
2.2.5.1 Facebook.....	60
2.2.5.2 Twitter	61

2.2.5.3 Instagram	61
2.2.5.4 Youtube	61
2.3 Türkiye'nin İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı İstatistikleri	63
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	66
METODOLOJİ.....	66
3.1 Araştırma Modeli	66
3.2 Araştırmanın Amacı	66
3.3 Araştırmanın Önemi	67
3.4 Araştırmanın Evren ve Örneklemi	67
3.5 Verilerin Toplanması.....	67
3.6 Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler	68
3.7 Bulgular ve Yorumlar	70
3.7.1 Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	70
3.7.2 Katılımcıların İnternet Erişim Dağılımları	71
3.7.3 İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Süresi Dağılımı	72
3.7.4 Oy Kullanım Dağılımları.....	73
3.7.5 Katılımcıların Kullandıkları Sosyal Medya Araçlarına Göre Dağılımı	73
3.7.6 Katılımcıların Sosyal Medya Katılım Etkinliklerinin Geleneksel Katılıma Teşvikine İlişkin Düşüncelerine Ait Dağılım.....	74
3.7.7 Katılımcıların Sosyal Medyadaki Siyasal Katılım Etkinliklerinin Karar Alıcılar Üzerindeki Etkisine Yönelik Düşüncelerine Ait Dağılımı	74
3.7.8 Katılımcıların Habere Hızlı Ulaşımında Tercih Ettikleri Araçlara Göre Dağılımı	75
3.7.9 Katılımcıların Siyasal Haberleri Öğrendikten Sonraki Tutumlarına Göre Dağılımı.....	76
3.7.10 Katılımcıların Sosyal Medya Siyasal Katılım Etkinliklerine Katılımlarındaki Engellere Göre Dağılımı.....	76
3.7.11 Katılımcıların Okudukları Üniversitelere Göre Dağılımı.....	77

3.7.12 Katılımcıların Paylaşım Davranışları Genel Puan Dağılımı.....	78
3.7.13 Katılımcıların İletişim Davranışları Genel Puan Dağılımı	79
3.7.14 Katılımcıların Katılım Davranışları Genel Puan Dağılımı	80
3.7.15 Katılımcıların Üretim Davranışları Genel Puanı	81
3.7.16 Katılımcıların Yaşlarına Göre Farklılıkların İncelenmesi.....	82
3.7.17 Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Farklılıkların İncelenmesi	83
3.7.18 Katılımcıların Kendilerini Siberaktivist Olarak Görme Düşüncelerine Göre Farklılıkların İncelenmesi.....	84
3.7.19 Katılımcıların Sosyal Medyanın Siyasal Katılıma Teşvik Düşüncelerine Göre Farklılıkların İncelenmesi.....	85
3.7.20 Katılımcıların Okudukları Üniversitelere Göre Farklılıkların İncelenmesi ..	87
3.7.21 Siyasal Katılıma Sosyal Medyanın Etkisi Ölçeği Genel İstatistikleri.....	89
SONUÇ	90
EKLER	95
EK 1: ANKET FORMU	95
ÖZGEÇMİŞ.....	99
KAYNAKÇA	100

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Sosyal Medya Araçlarının Tarihsel Sıralaması.....	55
Şekil 2: Türkiye'nin Sosyal Medya ve İnternet ve Mobil Kullanıcı İstatistikleri ...	63
Şekil 3: Türkiye'nin Yıllık Dijital Değişim İstatistikleri	63
Şekil 4: Medyaya Harcanan Zaman İstatistikleri	64
Şekil 5: En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları İstatistikleri	64
Şekil 6: Sosyal Medya Kullanıcı Sayıları İstatistikleri	65



TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Bireylerin Siyasal Hayata Katılım Biçimleri.....	23
Tablo 2. Siyasal İletişim ve Siyasal İletişim 2.0 Karşılaştırma Tablosu	45
Tablo 3: İnternetin Dönüşümü Tablosu	53
Tablo 4: Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı	70
Tablo 5: Katılımcıların Yaşa Göre Dağılımı	70
Tablo 6: Katılımcıların Her An İnternete Erişimine Göre Dağılımı.....	71
Tablo 7: Katılımcıların Evlerinde İnternet Erişimine Göre Dağılımı.....	71
Tablo 8: Katılımcıların Cep Telefonundan İnternete Erişimlerine Göre Dağılımı	72
Tablo 9: İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Süresinin Dağılımı	72
Tablo 10: Son Seçimde Oy Kullanımlarına Göre Dağılımı	73
Tablo 11: Bir Sonraki Seçimde Oy Kullanım Düşüncelerine Göre Dağılımı	73
Tablo 12: Kullandıkları Sosyal Medya Araçlarına Göre Dağılımları.....	73
Tablo 13: Siyasal Katılım Etkinliklerinin Siyasal Katılım Teşvikine Dağılımı.....	74
Tablo 14: Katılımcıların Sosyal Medya Siyasal Katılım Etkinliklerinin Karar Alıcılar Üzerindeki Etkisine Yönelik Düşüncelerine Ait Dağılımı.....	74
Tablo 15: Habere Hızlı Ulaşmada Tercih Edilen Araçların Dağılımı	75
Tablo 16: Siyasal Haberleri Öğrendikten Sonraki Tutumlarına Göre Dağılımı	76
Tablo 17: Sosyal Medya Siyasal Katılım Etkinliklerine Katılımlarındaki Engellere Göre Dağılımı.....	76
Tablo 18: Katılımcıların Okudukları Üniversitelere Göre Dağılımı	77
Tablo 19: Katılımcıların Paylaşım Davranışları Genel Puan Dağılımı	78
Tablo 20: Katılımcıların İletişim Davranışları Genel Puan Dağılımı.....	79
Tablo 21: Katılımcıların Katılım Davranışları Genel Puan Dağılımı.....	80
Tablo 22: Katılımcıların Üretim Davranışları Genel Puanı	81
Tablo 23: Katılımcıların Yaşlarına Göre Farklılıkların İncelenmesi.....	82

Tablo 24: Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Farklılıklarının İncelenmesi	83
Tablo 25: Katılımcıların Kendilerini Siberaktivist Olarak Görme Düşüncelerine Göre Farklılıkların İncelenmesi.....	84
Tablo: 26: Katılımcıların Sosyal Medyanın Siyasi Katılıma Teşvik Düşüncelerine Göre Farklılıkların İncelenmesi.....	85
Tablo 27: Okudukları Üniversitelere Göre Farklılıklarının incelenmesi	87
Tablo 28: Siyasal Katılıma Sosyal Medyanın Etkisi Ölçeği Genel İstatistikleri	89



GİRİŞ

Medya ya da kitle iletişim araçları olarak tanımlanan sistemlerin hızlı gelişimi iletişim ve siyaset kavramlarının birlikte kullanıldığı bir bütünlük halini almıştır. İletişim ve siyaset kavramlarının iç içe geçmesi ve özellikle seçim dönemlerinde siyasi parti ve adayların propagandalarını seçmene aktarmak, aday imajının oluşturulması için medya araçlarından yararlanmaları siyasal iletişim olarak adlandırılmaktadır.

Kitle iletişim araçlarını takip eden bireyler, etraflarında yaşanan gelişmeler hakkında bilgi sahibi olmakta ve bu bilgiler ile içerisinde yaşadığı çevreyi kavraması daha kolay olmaktadır. Kitle iletişim araçlarını daha fazla takip edenlerin siyasal hayata katılımlarının da daha fazla olduğu gözlemlenmiştir. Kitle iletişim araçlarının verdiği imkanlar sayesinde, kişi başka milletlerin siyasal sistemleri ile ilgili bilgilenmekte ve bu bilgilenmenin kendisini siyasal sistem ile ilgilenmeye ittiği görülmektedir (Hurma, 2004, s. 118).

Kesin bir tanımı bulunmayan siyasal katılım kavramı, siyasal sistem içerisinde bulunan bireylerin her bir hareketi olarak tanımlanabilir. Siyasal Katılım, günümüz demokrasilerin meşruiyetlerini dayandırdıkları temel nokta olarak görülmektedir. Desteğini ve gücünü vatandaşlardan alan ve vatandaşların siyasal süreçlerin tümünde varlıklarını hissettikleri devletler, demokrasi anlamında gelişmiş olarak görülmektedir.

Gazete, televizyon ve radyo ile başlayan kitle iletişim araçlarının serüveni, internetin gelişmesi neticesinde ortaya çıkan sosyal medya kavramı ile devam etmektedir (Şahin, 2018, s. 51).

İçerisinde yaşadığımız liberal temsili demokrasilerin yaşadığı temsil krizinin aşılması yolunun, vatandaşların daha fazla siyasal katılımında bulunmasıyla mümkün olabileceği savunulmaktadır. Ancak modern toplumun siyasal karar süreçlerine doğrudan katılımının mümkün olmaması, vatandaşları daha çok oy verme davranışlarına itmektedir. Tam da bu noktada yeni bir kamusal alan olarak sosyal medyanın doğuşu, demokrasilerde yaşanan temsil krizinin aşılacağı noktasındaki görüşleri ortaya çıkarmıştır.

İçerisinde yaşadığımız zamanda siyasal olay ve olguların değerlendirilmesi ve incelenmesinde sosyal medyanın vazgeçilmez bir araca dönüştüğü görülmektedir. Sosyal medya mecralarının, siyasi meyillerin ve düşüncelerin dillendirilmesinde, güçlenmesinde ve yaygınlaşmasında kullanılan mecralar oldukları söylenmektedir. Ayrıca bu mecralar, siyasi partiler ve siyasi liderler tarafından da sıklıkla kullanılan alanlar haline gelmişlerdir. Sosyal medyanın siyasal katılım sürecinde kullanımı birbirinden farklı birçok deneyim yaşanmasına olanak tanımaktadır. Sosyal medya ortamlarının bir siyasal katılım ve iletişim aracı olarak doğru ve etkili bir şekilde kullanımı, toplumun tüm katmanlarının birbirlerine seslerini duyurabilmeleri açısından önem arz etmektedir (Bayraktutan vd., 2014, s. 60) .

İçerisinde olduğumuz zaman diliminde siyasetçiler, seçimin olduğu zamanlarda şehir şehir gezerek mesajlarını vatandaşlara anlatmakla kalmamakta, Facebook, İnstagram ve Twitter gibi bilinirliği yüksek internet mecralarında da boy göstermektedirler. Pek çok siyasetçi Facebook, İnstagram ve Twitter gibi, etkileşim oranlarının yüksek olduğu internet mecralarında aktif olarak bulunmaktadır. Siyasetçilere seçmeni ile doğrudan iletişim kurmayı sağlayan bu mecralar, gençlerin yoğun kullanımından dolayı, mesajlarını genç seçmenlere anlatmak isteyen siyasi partilere sosyal medya çok iyi bir platform olarak karşımıza çıkmaktadır (Bozkurt, 2013, s. 51).

Kişilerin, sosyal medyayı aynı zamanda siyasal bilgilendirme mecrası olarak gördükleri ve bu amaçla kullandıkları bilinmektedir. Oy verecekleri siyasi parti ya da adayların çalışmaları hakkında bilgi almak ya da alacakları kararlara, doğrudan mesaj ya da yorum yolu ile katılım sağlamak gibi yöntemlerle sosyal medyaya başvurabilmektedirler. Aynı şekilde siyasi parti ve adaylarda, projelerini, parti programlarını, fikirlerini vatandaşa aktarmak ve kabul edilmesini sağlamak için sosyal medya araçlarına başvurabilmektedirler. Seçmene doğrudan ulaşma ve anında geri bildirim alma gibi yönleri ile sosyal medyayı kullanmak, geleneksel medya yöntemlerine göre daha avantajlı olarak görülmektedir. Bunun yanında maliyetinin düşük olması ve medyanın eşik bekliliğine takılmadan kendisine yer bulması da ayrı bir avantaj olarak karşımıza çıkmaktadır (Çağlar ve Köklü, 2017, s. 149-150).

Siyasal katılımda sosyal medyanın rolü incelenmek istendiğinde, çalışmanın, sosyal medyayı yoğun olarak kullanan kesim üzerinden yapılması gerektiği kanaatine

ulaşımıştır. Bu açıdan bakıldığında Türkiye’de, sosyal medyanın en yoğun olarak kullanıldığı kesimde gençler görülmektedir. Gençlerin, geleceğin mimarı ve emanetçisi olarak görülüyor olması, onların siyaset ve siyasal katılımı ilgili görüş ve düşüncelerini de önemli kılmaktadır. Gençler, sosyal medya hesapları aracılığıyla, alınacak kararlarla ilgili siyasi kişilere doğrudan mesaj atıp bu kararlar hakkında görüşlerini belirterek, haber ve bilgi paylaşarak ya da sadece tüketici değil yaşanan olaylar hakkında içerik üretip yayınlamaya siyasal katılım davranışı göstermektedirler. Bunun yanında sosyal medya üzerinden örgütlenerek çeşitli eylem ve protesto gibi siberaktivist davranışlarda da bulunabilmektedirler. Gençler, yaptıkları eylemlerle ilgili bilgileri sosyal medyadan paylaşarak, bireyleri sosyal medyadan siyasal katılıma teşvik edici davranışlarda da bulunabilmektedirler.



BİRİNCİ BÖLÜM

SİYASAL KATILIM

Bireyin siyaset ile olan durumuna bakıldığında, genel itibarıyla insanların yönetimi bir iktidarın eline bırakıp kendilerinin seçmen konumunda kaldığı yöneten ve yönetilen ilişkisinin ortaya çıktığı tarih kadar eskidir (Balcı, Tarhan ve Bal, 2013, s. 36). Zaman içerisinde artan nüfus ve toplumların yapısında meydana gelen değişikliklerle birlikte ortaya çıkan temsili demokrasinin meşruiyetini dayandırdığı ve günümüz toplumunun siyaset ile ilişkisinde vazgeçilmez bir noktada yer alan siyaset katılımı anlayabilmemiz için (Şaşmaz, 2015, s. 42), siyaset katılımının içerisinde yer alan bazı kavramları açıklamakta yarar görülmektedir.

1.1 Siyaset

Kamuoyu düzenini amaç edinen siyaset, bireyi toplumda bir arada ve ortak aidiyetler içerisinde harmanlayarak, istediği yöne doğru yönlendirmek istemektedir. Siyaseti sadece bir kişi, grup ya da partinin çalışmalarından ibaret saymamak gerekmektedir. Aksine siyaset, toplum olarak var olmanın düşün bilimidir. Bu amaca ulaşmak için, siyasete dayalı bütün sistemleri var eden insanlığın kendisidir. Bu açıdan bakıldığında çıkarların farklılaşması, belirtilen amaca ulaşmak için farklı düşünce ve yöntemlerin geliştirilmesine yol açmıştır (Tunaya, 1982, s. 35-38).

Bireyler, içerisinde buldukları farklı sosyo-ekonomik imkânlar nedeni ile ayrı düşünce ve çıkarlara sahiptirler. Bu farklılıklar nedeni ile ortaya çıkan meyiller ve sürtüşmeler siyaset kurumunun var olma nedenini oluşturmaktadır. Bu bakımdan siyaseti, bir tür çatışma zemini olarak görmemiz mümkündür. Bireylerin kendi çıkarlarını kabul ettirme istekleri de, iktidara ulaşma çabasına dönüşmektedir. Çünkü bireyler düşünce ve amaçlarını uygulamanın yolunun iktidardan geçtiğine inanmaktadırlar (Kapani, 2007, s. 17).

Kamu düzenini sağlamak için toplumsal sistemin içinde gelişen siyaset, belirli coğrafyada bulunan örgütlenmeleri, güç kullanma yetkisini elinde bulduran otoriteleri, bu otoritelerin örgütlenerek faaliyetlerde bulunulmasını ve bu otorite ile

faaliyetlerinden etkilenen toplumdaki üyeler arasında oluşturulan etkileşimleri kapsamaktadır (Dursun, 2004, s. 203).

Kavram olarak siyaset, dilimize Arapçadan geçmiş ve yönetmek, eğitmek, yetiştirmek gibi anlamlara gelmektedir. İlk kullanıldığı alan itibarıyla at ve develerin eğitilmesi ve terbiyesi için kullanılan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Balcı vd., 2013: 23). Osmanlı dönemine baktığımızda ise, bu kavramın sadece devleti yönetmek anlamında değil, aynı zamanda devletin otoritesine karşı yapılan eylem ve suçların bedeli olarak, milletin huzurunu tesis amacıyla yapılan cezalandırmaları ifade etmek için de kullanıldığı görülmektedir (Akyüz, 2009, s. 94). Bu anlamıyla bakıldığında siyaset, devletin yönetimini inceleyen sosyal bir bilim dalı olarak görülmektedir. Devletin toplumsal çıkar ve amaçlarının belirlendiği etkinliklerle, devlet yapısının veya tüm devletin toplumsal ve ekonomik etkinliklerini de kapsamaktadır (Hobikoğlu, 2004, s. 32). Birlikte yaşayan insanların iletişim ve etkileşime geçmeleri ile birlikte ortaya çıkan siyaset kavramı, öncelikle sosyal bir etkinliktir. Yalnız yaşayan bir insanın siyaset yapması düşünülmemektedir (İşliyen, 2018, s. 27). Toplumsal hayatı dizayn eden yasaların oluşturulması, bunların korunması ve güncellenmesi için gerçekleştirilen faaliyetlerin bütünü olarak bakılan siyaset, kişinin yaşamı ile iç içe olduğundan, kişinin siyasete katılımı da bu noktada oluşmaktadır (Elciyar, 2016, s. iii).

Çatışma, uzlaşma, mücadele gibi kavramlar toplumda düzeni oluşturan ve bir toplumu toplum yapmak için gerekli dinamiklerdir. Bu kavramlar toplumsal düzeni oluşturmaktadır. Siyaseti tanımlarken de düzen kelimesine vurgu yapılmaktadır. Bu nedenle toplumda, kamu alanında bir düzen oluşturmak için siyasetin gerekli olduğu düşünülmektedir (Teke, 2016, s. 4). Siyasetin temelini iktidar ilişkileri oluşturmaktadır. Bu bağlamda siyaset hem uzlaşmacı hem de çatışmacı bir etkiye sahiptir. Farklı karaktere sahip olan bireylerin istekleri, fikirleri, bakış açıları ve beklentileri de farklıdır. Bu da kendi çıkarlarına uygun olarak iktidarı ele geçirme yarışına dâhil olmalarına neden olmaktadır. Bir taraftan bu yarış varken diğer taraftan da bir arada yaşamının bir gereği olarak da uyum ve işbirliği içinde olmaları gerekmektedir. Karşılıklı bu ilişkiler, çatışmalar ve uzlaşmalar da siyasetin temelini oluşturmaktadır (Göktaş, 2009, s. 4).

Gündelik hayat içinde en çok kullanılan kavramlar arasında yer alan siyasetin amacı insanın çatışma isteğini azaltmak, uzlaşma isteğini de arttırmaktır. Siyaset yönetim içinde şekillendiğinden dolayı, devlet yönetimi insanların ilgilendiği önemli ve temel konulardan biri haline gelmektedir. Siyasetin insan yaşamını yönlendirmedeki rolü ne kadar etkili olursa, insanlar da çatışmadan o kadar uzak durmaktadır. Siyaset ve devlet yönetiminde uyum ve işbirliği olursa toplumun bütün katmanları barışık halde olmaktadır (Arıbaş ve Şimşek, 2014, s. 17).

1.2 Siyasal Kültür ve Toplumsallaşma

1.2.1 Siyasal Kültür

Türk Dil Kurumu'nun internet sitesinde kültür kavramı, “tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin” (www.tdk.gov.tr) olarak ifade edilmektedir. Geçmişinin uzun yıllara dayanmasından dolayı kendisine atfedilen rol ve tanımlarında çeşitlilik gösterdiği kültür kavramının bütün özelliklerine değinmek zor olduğundan, kültüre dair yapılacak bütün tanımlar ve genellemeler mutlaka eksik kalacaktır. Bu nedenle burada kültür kavramının çeşitli özelliklerine ve bu kavramın siyasal katılım ile ilişkisine değinilmesi uygun görülmektedir.

Toplumun içerisinde yaşadığı kültür biçimi, onun sosyo-ekonomik yapısının bir parçasıdır. Sosyo-ekonomik durum ile kültür bir bütün olarak ele alınmalıdır. Toplumdaki bireylerin davranışlarını, tutumlarını ve normları içeren kültür yapısı da bir bütün olarak ele alınmalıdır. Kültür ve toplumun karşılıklı etkileşimi, kendileriyle ilişkili öğelerle kompleks bir bütün oluşturmuştur. Gelenek, görenek, yasa, davranış, ekonomik koşullar, aile yapısı, din ve kurumlar tek başına diğerlerinden soyutlanmış bir şekilde bulunmaz. Ayrıca toplumun sosyo-ekonomik şartları, o toplumun davranış, rol, siyasal yapı ve bireyler arasındaki ilişkileri düzenleyen adet ve kurallarına da tesir etmektedir (Yücekök, 1987, s. 14-15).

Yeryüzünde var olan bütün toplumların kendilerine özgü bir yaşam biçimi ve bir takım toplumsal kurallarının olduğu düşüncesinden yola çıkıldığında, bireyi toplumun yaşam biçimi ve pratiklerinden ayrı düşünmemek gerekmektedir. Bireyin yaşantısını çepeçevre saran bu toplumsal kurallar ve yaşam biçimleri kültür çatısı

altında toplanmaktadır (İşliyen, 2018, s. 37). İnsanın fiziksel ve psikolojik gelişimi, doğuştan getirilen bazı özelliklerin çevre etkisi altında biçimlendirilmesiyle oluşmaktadır. Birey üzerinde çevre etkisi, ilk olarak aile ile oluşmaktadır. Birey daha sonra ailenin aracılığı ile yaşadığı kültürün özelliklerini, yaşam biçimlerini algılamaya başlamaktadır. Aile etkisinin yanı sıra çocuklar çeşitli dış etmenler ya da araçlarla çevresindeki uyaranları anlamlandırmaktadır (Çakmak, 201, s. 6).

Bir arada yaşayan toplumun bireyleri, temel ihtiyaçlarını karşılamanın yanı sıra birbirleriyle girdikleri ilişkilerde yaşam biçimlerine uygun inanç, değer, tutum ve bunları ifade eden semboller oluştururlar. Tarihsel süreç içinde elde edilen bu ortak bilinç, kültürü tarif eder. Toplum, kültürün oluşturucusu olduğu gibi onu tarihi mirastan da devralır. Dolayısıyla toplum kültürün oluşturucusu olduğu gibi aynı zamanda onun taşıyıcısı konumunda bulunmaktadır (Uluç, 2007, s. 61).

Toplum içerisindeki bireylerin belli konularda nasıl düşündüğü, belirli olaylar karşısında nasıl davrandığı kültürün bir sonucudur. Yöneten ve yönetilen arasındaki ilişkiler toplumun ortak yaşamını önemli ölçüde etkilemektedir. Bu ilişkileri düzenleyen siyasal kurumlarla ilgili olarak bireylerin çeşitli beklenti ve istekleri vardır. Bir toplumun siyasal alanına tesir eden, o toplum ile ilgili düşünce, inanç, tutum ve davranışlar, o toplumun siyasal kültürünü meydana getirmektedir (Özer, 1996, s. 83). Siyasal kültür, siyasal sistem içinde karar alma süreci için kendine ortam oluşturur. Bu nedenle siyasal katılma, siyasal kültürde yetişmiş normlardan etkilenmektedir. Kültürel normlar birçok ülkede oy kullanma ve sistemi oylama gibi düşük düzeyde katılımları desteklemenin yanı sıra siyasal partilerde görev alma ve siyasal gösterilerde bulunma gibi aktif katılımları da içermektedir (Hobikoğlu, 2004, s. 58).

Siyasal kültür kavramının siyaset biliminin içinde yer almaya başlaması aynı zamanda resmi kuruluşların yapısına yönelik çalışmalarda bir kopuşa neden olmuş ve bu kuruluşlar içerisinde var olan resmi olmayan davranışları ve süreçleri inceleme konusu gündeme gelmiştir. Siyasal kültür, siyasal ideoloji ve kamuoyu kavramlarına göre daha kapsamlı, kültür kavramına göre ise daha sınırlı bir siyasal yönelim alanını kapsamaktadır (Korkmaz, 2005, s. 60-69). Bir devletin siyasal süreçteki mekanizmasının anlaşılabilmesi ve doğru değerlendirilebilmesi için, o devletin kültürel yapısına dair belirtiler ve değerler de iyi analiz edilmelidir. Bu sayede

bireylerin değer mekanizmaları ortaya konulabilir ve bu mekanizmaların kişilerin siyasal olaylara bakışları ve bunları değerlendirme şekilleri hakkında fikirler edinilebilir (Sarıbay, 1998, s. 70).

Siyasal kültür, kişinin siyasal davranışlarının biğimlendirilmesinde önemli faktörlerden biri olarak görülmektedir. Çünkü kişi tercihlerini, içerisinde bulunduğu toplumun dayanak noktasını meydana getiren siyasal kültüre göre oluşturmaktadır. Bu kültürün şekillenmediği toplumlarda, kişinin siyasal davranışlarının zayıf olduğu görülmektedir. Dolayısıyla ortaya konulacak davranışların değerinin de daha az olacağı düşünülmektedir. Bu tarz toplumların içerisindeki bireylerin ortaya koyacağı siyasal davranışının yalnızca oy vermekle sınırlı kalacağı ve diğer siyasal katılım davranışlarında bulunmayacağı yorumu yapılmaktadır. Güçlü toplumlarda ise kişi, siyasal katılım davranışlarında bulunurken, lidere odaklanmış bir davranış sergilemektedir. Bu nedenle sergilenen siyasal davranış, zgr bir duruştan daha çok, otoriteye bağımlı bir anlayışı göz önüne sermektedir (Dursunoğlu, 2017a, s. 10).

Meydana gelen siyasal olayların tesir ettiği kişiler ile bu olayların arasında bir bağ kuran siyasal kültür, bireylerin yaşanan olayları ne şekilde yorumladıklarına bağlı olarak şekillenmektedir. Bu açıdan bakıldığında siyasal kültür, toplumda kim kimi etkilemektedir? Sorusuna cevap aramaktadır. Bu nedenle siyasal kültür bir yandan toplum tarihi, diğer yandan ise toplumu oluşturan bireylerin gelirlerinin durumuna göre şekillenmektedir. Bu sayede toplum ve kişilerin deneyimlerinde ve yaşam biçimlerinde yerini bulmaktadır (Göktaş, 2009, s. 9).

1.2.2 Siyasal Toplumsallaşma

evresi ile iletişim ve etkileşim içerişinde bulunan insan sosyal bir varlık olarak adlandırılmaktadır. Birey doğduğu andan itibaren aile ve içerisinde yaşadığı toplumdan çeşitli kurallar ve değerler öğrenerek yaşamına devam etmektedir. Bu sayede topluma ait bütün norm ve değerleri öğrenen birey aynı zamanda toplum ile bir arada yaşamanın da kurallarını öğrenmektedir. Yaşanan bu sürece araştırmacılar toplumsallaşma adını vermektedir (Taydaş, 2018, s. 69). Yaşanan bu toplumsallaşma süreci belirli zaman diliminde olmamakta, bireyin bütün hayatı boyunca devam etmektedir. Yani bireyin hayatının bütün sürecini kapsamaktadır (Balcı vd., 2013, s. 32)

Kişi, dünyaya kendinden önce gelen bireylerin oluşturmuş olduğu kültürel-sosyal çevreye yabancı olarak doğar. Etrafında olup bitenlerden bi haber olan bir bebektir. Ancak bu kültürel ve sosyal donanımlarında eksiklik uzun sürmeyecek ve insan olmanın vermiş olduğu kar ile kısa sürede giderecektir. Bu eksikliklerini ilk başlarda ailesinden, sonrasında ise çevresinden edineceği bilgilerle giderecektir. İşte bu sürecin tamamına toplumsallaşma adı verilmektedir. Bu sürecin siyasal alan ile ilgili kısmına da siyasal toplumsallaşma adı verilmektedir (Metin, 2016, s. 227).

Bireyin toplumsal ve siyasal çevre ile kendi arasında bütün hayatı boyunca süren ve doğrudan ve dolaylı olarak etkileşime girilmesi sonucu öğrenilen tutum, davranış ve değerlerin gelişmesi süreci ise siyasal toplumsallaşma olarak adlandırılmaktadır (Balcı vd., 2013, s. 32). Bireyin insan olarak ortaya çıkması ile benliğinin oluşması siyasal toplumsallaşmayı tanımlamaktadır (Kalaycıoğlu, 1984, s. 45). Kişi, içerisinde yaşadığı toplumun kültürünü bu sayede öğrenmektedir (Korkmaz, 2005, s. 78). Bunun yanında, kültürün yaşatılması ve gelecek diğer kuşaklara aktarılması da birey sayesinde olmaktadır (Baykal, 1970, s. 150).

Siyasal toplumsallaşma, bireyin toplum ile olan ilişkisi sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu anlamda birey çocukluğundan başlayarak belli bir yaşa kadar aile ve çevresinden edindiği bilgi ve deneyimler sayesinde yetişkinlik çağında etkili olmaya devam edebilmektedir. Bu süreç bireyin hayatının sonuna kadar devam etmektedir. Burada belirtilmesi gerekmektedir ki siyasal toplumsallaşma sürecinde bir takım değişiklikler meydana gelebilmektedir. Toplumsal değişimler ya da bireyin yaşantısında meydana gelen değişimler de siyasal değişmeyi ifade etmektedir (Balcı vd., 2013, s. 33)

Yukarıda değinildiği üzere siyasal toplumsallaşma çocukluk döneminde başlamakta ve bireyin hayatı boyunca devam etmektedir. Bir toplumun yurttaşı olan bir insanın siyasal toplumsallaşmadan uzak kalması olanaksızdır. Bu anlamda siyasal toplumsallaşmanın çeşitli araçları bulunmaktadır. Mevcut zaman diliminde yaşayan kültürün geleceğe aktarılması ve bunun devamının sağlanması çeşitli araçların eli ile olmaktadır. Bu araçların başında aile faktörü gelmektedir. Aile toplumsallaşma sürecinde önemli aracı faktörlerden biridir. Siyasal toplumsallaşmanın aile boyutunda bilinçli bir tutum geliştirme yoktur. Çocuk tamamen ailesini izleyerek elde ettiği gizli, bilinçli olmayan ipuçlarını istem dışı kullanarak bir siyasi taban

oluşturur ve kendi kendine bir tutum geliştirir. Diğer bir faktör ise arkadaşlıklar ve akran gruplarıdır. Çocuğun yaşı ilerledikçe ailesinden daha çok arkadaşları ile iletişim kurması ve ailenin etkisinin azalması nedeni ile siyasal toplumsallaşmada önemli yer tutmaktadır (Elciyar, 2016, s. 15). Örgün eğitim de siyasal toplumsallaştırma sürecinde etkin bir aracı kurumdur. Bu anlamda Okulların toplumsallaştırmaya hem bilgisel hem de duygusal katkısı bulunmaktadır (Teke, 2016, s. 6, 12, 13).

1.3 Siyasal Davranış

Bireyin yaşamı boyunca gözlemlenebilen, kayıt altına alınabilen ve belirli bir kalıp çerçevesinde ölçülüp değerlendirilebilen bütün eylemleri davranış olarak adlandırılmaktadır (Toydaş, 2018, s. 73). Günümüz liberal temsili demokrasinin en önemli göstergesi olarak görülen oy verme davranışının dışında, vatandaşlar seçilenin ya da iktidarın davranışlarını ve alacağı kararları etkileyebilmek için çeşitli seviyelerde ve sıklıklarda siyasal davranışlar sergileyebilmektedir. Vatandaşlar, birtakım siyasal ve sosyal yapılara dahil olarak örgütsel çalışmalarda bulunabilecekleri gibi, doğrudan siyasetçilerle iletişime geçerek veya sözsüz katılım da denilen miting ve protestolara dahil olabilmektedirler (Kapani, 2007, s. 153-154).

Meydana gelen bir eylem ya da hareketin sonucu olarak bireyin vermiş olduğu tepkilerin altında yatan temel sebebin öğrenme olduğu varsayılmaktadır. Bu anlamda öğrenilen davranışların bilişsel, duyuşsal ve psiko-motor olarak üç başlık altında toplandığı görülmekle beraber, aynı kişinin başka zaman dilimleri içerisinde meydana gelen aynı durumlara farklı tepkiler verebildiği görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında bireyin sergilediği tutum ve davranışları ailesi, arkadaş çevresi, ruh hali ve bireyin sosyo-ekonomik statüsünün davranışlarına yansıdığı anlaşılmaktadır (Toydaş, 2018, s. 74). Bireyin ortaya koyduğu davranışların sonucu çoğu zaman kendisini ya da arkadaş çevresini etkilerken, siyasal davranışlarda bunun daha farklı olduğu görülmektedir. Siyasal katılım, demokrasinin varlığı için gerekli olan koşullardan biri olarak (Şaşmaz, 2015, s. 43) kabul gördüğünden, katılım gösteren bireyin siyasal davranışı ve bu davranışın şekli oldukça önemlidir.

Siyasal davranış çeşitli biçimlerde gerçekleşmektedir. Yasalara uyma ve vergi verme davranışı destekleyici iken, siyasal protesto ve ayaklanma davranışı da sistemi değiştirmeye yönelik siyasal davranış biçimidir (Hobikoğlu, 2004, s. 57).

Siyasal davranış algı, tutum, tavır ve eylemler bütünü olarak ele alındığında, siyasal davranışta bulunmak üzere harekete geçecek birey, davranışta bulunacağı konu hakkında çeşitli kaynaklardan öğreneceği bilgilerle bir kanaat oluşturur. Daha sonra öğrendiği bu bilgiler ile ne şekilde bir yol ve yöntem kullanacağını belirlediği kanaate göre de bir tavır alıp son olarak eyleme geçer ve siyasal davranışı oluşturmuş olur. Oluşan bu sürecin hepsine birden siyasal davranış denilmektedir (Dursunoğlu, 2017a, s. 4). Siyasal davranış, kişilerin siyasal mekanizmaya dair yaklaşım, davranış ve bu mekanizmanın işleyişine dönük karar makamlarını etkilemek ve bu makamların alacakları kararları kendi çıkarları doğrultusunda yönlendirebilmek amacıyla yapılan tüm çalışma eylemleri ifade etmektedir. Bireylerin bulunduğu siyasal davranışlar şöyle sıralanabilir:

- Toplumsal eylemlerde yer alma
- Oy kullanma
- Sosyal politikaların uygulanmasına yönelik farklı şekillerde müdahalede bulunma
- Seçimlerde propaganda ya da diğer kampanyalara katılma
- Kamu politikalarını değiştirmeye yönelik siyasi gösterilere vb. faaliyetlere katılma
- Siyasi mercilerin danışma birimlerinde yer alma
- Referanduma katılma
- Siyasal parti veya baskı gruplarına üye olma
- Sivil itaatsizliğin farklı normlarında yer alma (Turan ve Temizel, 2015, s. 9-10).

Siyasal kültür, siyasal sistem içindeki alınan kararların ortamını sağlamaktadır. Bu nedenle insanın günlük yaşamında gösterdiği davranış örüntülerinden biri de siyasal konularda gösterdiği davranışlardır. Bireyler siyasal davranış eylemindeyken dikkate aldığı iki durum vardır. Bunlardan ilki harekete geçmek için karar almak, diğeri de aldığı kararı yönünü belirlemektir. Yani birey bir seçimde bulunacağı zaman öncelikle kime oy vereceğini kararlaştırmakta, daha sonra da harekete geçip gidip oyunu vermektedir (Koçak, 2002, s. 97).

Vatandaşlar siyasal davranışta bulunurken çeşitli etmenlerden etkilenmektedirler. Bu etmenleri sıralamak gerekirse siyasi parti, siyasi aday,

seçmen, gündem, iletişim ve propaganda, lider, gibi çeşitli etmenlerden etkilenebilmektedirler. Siyasi parti ve adayların, seçmen davranışlarının hangi faktörlerden etkilendiğini bilmesi, çalışmalarını nasıl yürütmeleri gerektiği konusunda onlara bilgi vermektedir. Buradan hareketle, siyasi parti ve adayların seçmenin etkilendiği etmenleri bilmesi, onların ne şekilde bir siyasal katılım davranışında bulunabileceklerini de öğrenmelerini sağlayacak ve bu sayede mesaj ve propagandalarını rahatlıkla seçmene kabul ettirebileceklerdir (Çağlar ve Asıgbulmuş, 2017, s. 89).

Siyasal davranış birçok şekilde kendisini gösterebilir. Kişiler, toplumu yönetenlerin iş ve eylemlerini destekleyebilecekleri gibi bunları eleştirme ve değiştirme yoluna da gidebilirler. Tüm bu amaçlarını gerçekleştirmek için çeşitli davranış şekilleri gösterebilirler. Örneğin vergi vermek dahi bir siyasal davranıştır. Siyasal davranış ile siyasal katılım arasındaki fark burada ortaya çıkmaktadır. Ödenen verginin türünü, miktarını benimsemek veya karşı çıkıp değiştirmek için yapılan tüm eylemler ya da eylemsizlikler siyasal katılım kapsamında incelenir (Özkaynar, Altunışık ve Yolcu, 2017, s. 100).

1.4 Siyasal Katılım

Siyasal iktidarın aldığı ya da alacağı kararlara müdahil olarak bu kararları etkilemek, bu kararların içeriğinin oluşturulmasına yardımcı olmak, ya da alınan bir kararın yürürlüğe girmesini engellemek için yürüyüş, protesto vs. gibi faaliyetlerde bulunmak gibi davranışların tümüne siyasal katılım denilmektedir (Kalaycıoğlu, 2013, s. 1). Yunanistan'ın eski site devletlerinin uyguladığı doğrudan demokrasinin, günümüz modern ulus devletlerinde uygulanmasının imkansız hale gelmesi neticesinde, vatandaşların kendisini yönetecek kişileri kendi eli ile seçtiği temsili demokrasi modeline geçildiği belirtilmektedir. Bireylerin seçtikleri iktidarın alacağı kararlara katılımı ise temsili demokrasinin meşruiyetlerini dayandırdıkları temel nokta olarak karşımızda durmaktadır (Aktan, 2017, s. 5).

Siyasal katılım kavramının ne olduğu konusuna geçmeden önce, katılım kavramının incelenmesinde yarar olacağı düşünülmektedir. Siyasal katılıma genel anlam itibarıyla bakıldığında, toplumun içerisinde yaşayan bireylerin siyasi mekanizmaya karşı durum, tutum ve faaliyetlerini belirten kavram olarak bakılabilir.

Ancak siyasal katılımı sadece seçim zamanı sandığa gidip oy kullanmak olarak görmek eksik bir bakış olur (Kapani, 2007, s. 143).

Dilimizde sıkça kullanılan fakat anlam itibarıyla çok fazla alana hitap eden katılım kavramının anlamı, kimin nereye, ne amaçla ve hangi nedenden dolayı katıldığı gibi pek çok soruya verilecek cevaplara göre farklılık gösterebilmektedir. Uysal (1996, s. 109) araştırmacılar arasında ortak bir tanımın yapılamamasını üç ayrı sebebe bağlamaktadır. Bunlar: Gerek gelişmiş modern toplumlarda, gerekse de gelişmekte olan toplumlarda katılımın, demokrasinin işleyişini sağlayacak bir takım faaliyetleri içeren bir yol olarak kabul edilmesi noktasından çıkmış olması, katılım ve demokrasi kavramlarının eşdeğer hale getirilmeleri ve katılım kavramının sadece demokrasiye ait bir olgu olarak kabul görmesidir.

Bir şirket yönetiminin alacağı kararlara çalışanların da katılması, herhangi bir sivil toplum kuruluşunun faaliyetlerinin içerisinde bulunmak, yaşanan bir olayın protestosuna katılmak, siyasal kararların alınmasında yapılan çalışmalarla bu kararları etkilemeye çalışmak gibi oldukça fazla konu katılım konusunu ilgilendirmektedir (Balcı vd., 2013, s. 37). Katılım, yaşanan gelişmeleri izlemekle yetinmeyip, toplumu ve kendisini ilgilendiren olay ve olgular karşısında karar verip harekete geçmesini ifade etmektedir (Oruç ve Bayrakçı, 2018, s. 469). Bireylerin sorunlu gördükleri alanlarda ya da desteledikleri partinin mesajlarını topluma anlatma noktasında, yönetme sürecine doğrudan veya dolaylı katılım sağlayarak demokrasinin gelişmesini sağlamakta, bu sayede seçilen ya da seçilenler tarafından atanan kamu görevlilerini denetleme, aldıkları kararları ve faaliyetleri değerlendirebilmektedirler. Bireylerin sosyalleştirilme süreçlerinde en etkin yollardan biri olan katılım sayesinde toplumun bir araya gelmesi ve ortak kararların alınması ve görüş birliğinin sağlanması ile bireylerin sahiplenme duyguları artmaktadır (Ağırbaş, 2008, s. 122).

Bireyin siyasal yaşama katılımından bahsedebilmek için siyasal otorite tarafından etkilenmesi gerekir. Eğer birey de siyasal otoritenin alacağı kararlara müdahalesinin etkili olacağını düşünürse veya otoritelerin kararlarıyla kendi yaşantısı arasında bir bağ kurabiliyorsa, alacakları kararlar karşısında ortaya çıkacak etkilerden kendisini koruma noktasında güçlü hissederse otoritelerin kararlarını

değiştirebilmek ya da etkileyebilmek adına harekete geçip davranışta bulunabilmektedir (Uluç, 2007, s. 33).

Siyasal katılımı tanımlayan başka bir kavram da, kamusal hayata dahil olma ve kamusal hayatı ilgilendiren başlıklarda karar makamlarını etkilemek için harekete geçme sürecidir (Gültekin, 2017, s.1561). Bu kavram var olan siyasal mekanizmanın varlığını devam ettirme ya da değiştirilmesi istikametinde etki etmek isteyen her çeşit vatandaş çalışmalarını tanımlamaktadır.

Siyasal katılım, hâlihazırdaki siyasal durumun devam etmesi veya değişmesi yönünde etkide bulunmayı hedefleyen her türlü yurttaşlık eylemini ifade etmektedir (Özyurt, 2010, s. 290). Bu bağlamda siyasal katılım, toplumda yaşayan bireylerin siyasal mekanizmaya destek vermek, onları etkilemek adına yaptıkları çalışmaların ve uygulamaların tamamını kapsamaktadır (Turan, 1986, s. 91). Siyasal katılım, bireylerin karar alma sürecine yurttaşlık duygusu gibi sebeplerle katılmasıdır (Teke, 2016: 14).

Yolçu (2017, s. 45) siyasal katılımı, yurttaşların kamu içerisinde siyaset mekanizması ve siyasetçiler ile kurdukları ilişki ve karşılıklı iletişim olarak tanımlamaktadır. Bu anlamda vatandaşların, siyaset kurumunun kamuoyunu ilgilendiren kararların alınmasında kamuoyunun da kendi fikir ve düşünceleri beyan emesi kıymetlidir. Siyaset ve toplumun uzun süren karşılıklı çatışmaları neticesinde ulaşılan, demokrasinin ilerlemesi sağlayan önemli bir kurum olarak tanımlanabilmektedir (Hurma, 2003, s. 100).

Kişilerin sadece davranışları değil aynı zamanda meyilleri ve düşünceleri de siyasal katılım dahilinde görülmektedir. Kapani (2007, s. 144) siyasal katılımın, toplum üyesi kişilerin siyaset kurumu karşısındaki pozisyonlarını ve davranışlarını ifade eden bir kavram olduğunu ve ufak bir meraktan, yüksek seviyeli bir davranışa kadar giden kapsamlı bir çalışma alanını ifade ettiğini söylemektedir. Başka bir şekilde anlatmak gerekirse, siyasal tutum ve davranışlar arasındaki yoğun ilişki baz alınırsa, siyasal katılım, kişilerin siyaset mekanizması içinde, bu mekanizmaya dair sahip olunan duruş, meyil ve mekanizmanın işlemesine dair karar alma makamlarını etkileme, çıkacak kararları yönlendirebilme gayesi ile yapılan tüm çalışma ve tutumları anlatmaktadır (Akıncı, 2014, s. 38).

Dar kapsamda ele alındığında yalnızca seçimlerde oy kullanmak olarak tanımlanabilecek siyasal katılım, geniş ele alındığında ise bürokrasi ve siyasal karar alma faaliyetlerinin tamamı olarak tanımlanabilmektedir (Uluç, 2007, s. 40). Siyasal katılma, çağdaş toplumları geleneksel toplumlardan ayıran önemli bir etkidir (Çukurçayır, 2000, s. 25). Kısaca, bireyin kendisini yönetenlerin kendisi ile ilgili alacağı kararlara katılım olarak anlamlandırılabilir siyasal katılım, farklı basamaklarda meydana gelebilmektedir (Dündar, 2018, s.105).

Toplum nizamının oluşturulması, yönetilmesi ve denetlenmesine dair politikaların belirlenmesi, ilgili kararların verilmesi ve bu kararların pratiğe dökülmesine dair faaliyetlerin yapılması olarak da tanımlanmaktadır (Sezen, 2000, s. 52). Yerel veya genel siyasi erkin seçimine seçmen veya aday olarak müdahil olma, siyasi erkin alacağı kararların kendi istek ve menfaatlerine uygun olması için çaba gösterme, gerekli eylemlerde bulunma olarak tanımlanmaktadır (Dursun, 2004, s. 230). Bu nedenle Siyasal katılım yalnızca oy vermekle sınırlı tutulmamalıdır. Oy verme işleminin yanında bir siyasi grup ya da kampanyaya başta bulunmak ve onlar için çalışmak, gösterilere katılmak, imza vermek, siyasi toplantılara katılmak, siyasi ifadelerde bulunmak ve bunun gibi eylemler de siyasal katılım olarak değerlendirilmektedir (Dündar, 2018, s. 106).

Toplumdaki her bireyin siyaset karşısındaki tutum ve davranışları da siyasal katılım bağlamında ele alınmaktadır. Bireyin göstereceği tutum ve davranış sadece merak veya sadece oy kullanma düzeyinde kalabildiği gibi siyasi erki belirleyecek etkili davranışlarda bulunma şeklinde de olabilir. Siyasi düzeyde etkili tutum ve davranışlar sadece seçimlere katılma şeklinde olmak zorunda da değildir (Görgülü, 2018, s. 4-5). Siyasal katılım seçme ve seçilme faaliyetlerine katılma, parti üyesi olarak faaliyetlerde bulunma şeklinde doğrudan olabildiği gibi, sivil toplum kuruluşları bünyesinde siyasi erki etki altına alma, yönlendirme, kararlarını değiştirme, kendi çıkarlarına uygun kararlar almasını sağlama şeklinde dolaylı çabalar da olabilmektedir (Akıncı, 2014, s. 39).

Bireyler farklı sebeplerden dolayı siyasal katılımında bulunurlar. Bunları şöyle sıralayabiliriz:

- Çıkarlarını korumak için,
- Arkadaş edinme ve sosyal dayanışma için,

- Dünyayı anlamak için,
- Çeşitli psikolojik tatminsizlikleri ikame etmek için,
- Toplumda kendine bir yer yapmak için,
- Yabancılaşmak istemediği için (Yücekök, 1987, s. 28).

Siyasal katılımın toplum içerisinde bazı işlevleri bulunmaktadır. Bunlardan biri, siyasal katılımın yöneten ve yönetilen arasında bir köprü olmasıdır. Bir diğer işlevi de, toplum istemlerini belirleyerek toplumda var olan bütün kesimler için eşit bir nizam yaratmak ve toplum içinde var olabilecek bir takım sosyal çatışmaları engellemektir (Kışlalı, 1998, s. 220). Ayrıca siyasal katılma toplumda var olan tüm bireylere yaşanan gelişmeleri takip etme, yurt gündemi ile ilgili önemli kararları ve uluslararası önemdeki konular hakkında tavır alma imkanı sunmaktadır. Bununla birlikte bir takım dernek, sivil toplum kuruluşu ve siyasi partilere üye olmak, seçim zamanında partinin çalışmalarında görev alma, şiddet olaylarına dahil olmadan protesto veya mitinglerde bulunmak gibi siyasal eylemlere katılma imkanı sunmaktadır (Baykal, 1970, s. :27).

Siyasal katılma bir araç olmanın yanında bir amaçtır. İktidara gelmek isteyen kişi için bir amaç olan siyasal katılım, iktidarın alacağı kararların kendi çıkarları doğrultusunda çıkmasını sağlamak, gösterdiği çaba ise bir araç karşımıza çıkmaktadır. Seçimlerin yapılabilmesi, kişilerin yöneticiler ile ilgili düşüncelerini rahat bir şekilde söyleyebiliyor olması ve siyasal yönetime katılabilirlik, toplumda huzurlu bir nizamın oluşmasına katkıda bulunur (Yıldız, 2014, s. 23-24).

Siyasal katılımın hangi amaçla ve hangi işlev ile yapıldığı sorusunun birçok cevabı vardır. Siyasal katılımın yönetim şekillerinde değişik pek çok fonksiyonu bulunmaktadır. Siyasal katılım, bazen bir amaç bazen de bir araç olarak karşımıza çıkabilmektedir. Bu anlamda siyasal katılımın en belirgin fonksiyonu seçilen ile seçmen arasında bir bağlantı kurabilmesidir. Bu sayede siyasetçilerin, vatandaşların isteklerinin belirlenmesini sağlayarak toplumun bütün bireyleri arasında eşit bir düzen oluşturması bu sayede toplumda yaşanabilecek olan olası eylemlerin önüne geçebilmesidir. Toplumda oluşabilecek gerilimleri düşürmesi ve bireyin vatandaşlık bağlarını güçlendirmesi açısından siyasal katılım kanallarının açık olması önem taşımaktadır (Kışlalı, 1998, s. 183).

Siyasal katılımın sahip olduğu temel özellikleri şöyle sıralayabiliriz:

- Yerel ve ulusal düzeydeki siyasi faaliyetlere katılım,
- Siyasal iktidarı belirleyecek güçlerin seçimler yoluyla belirlenmesi,
- Devletin siyasal kararlarına yönelik siyasal faaliyetlerde (parti faaliyetlerine katılma, propaganda yapma, mitinglere ve gösterilere katılma) bulunma,
- Örgütlü ya da örgütsüz katılım,
- Meşru veya meşru olmayan yollardan siyasal faaliyetlerde bulunma,
- Otonom ve uyarılmış katılım (Uluç, 2007, s. 36).

Demokratikleşme, siyasal sistemin bireysel hak ve özgürlüklere dayalı gelişmesini kapsamaktadır. Temel ilkesi halk iradesine dayalı bir yönetim olan demokrasinin en temel uygulaması seçim ve oy kullanma yoluyla halkın temsil edilmesidir. Ancak oy kullanma yalnız başına hak ve özgürlüklerin tam olarak yaşanmasını sağlamaz. Bunun yanında, siyasal katılma demokratikleşmenin günlük hayatta etkili hale gelmesine, temsilin yanında bireylerin kendi katılımlarının öne çıkmasını sağlar (Hülür, 2006, s. 103).

Kalaycıoğlu (2013, s. 2-3) bir siyasal faaliyetin ortaya çıkabilmesinin üç koşula bağlı olduğunu ifade etmiştir. Bunlardan ilki bireyin sahip olduğu siyasal kaynaklardır. Kişinin siyasete olan ilgisi, kendi yaşadığı bölge, devlet veya dünyada yaşanan siyasal olayları takip etme konusundaki alışkanlıkları, kişinin siyasal kaynakları arasında yer almaktadır. Eğitim durumunun da tesiri ile sahip olunan bilişsel bilgiler, olaylar ve olguların analizini yapabilme yeteneği ve yaşanan olgu ve olaylar ile ilgili doğru bağlantılar kurması ve bunlardan bir sonuç çıkartabilmesi yeteneği de siyasal kaynak olarak isimlendirilmektedir. Kişinin siyasal katılım davranışında bulunabilmesi için bir nedeninin olması da kaynaklar arasındadır. Bu neden, bir siyasi parti/adayın seçimden zafer ile çıkması sonucunda kişinin talep, çıkar ve beklentilerine göre politikaları faaliyete sokmasıdır. Kişinin siyasal katılım davranışında bulunması için son sebep ise karşısına bir vesilenin çıkmasıdır. Ortada böyle bir vesile (çıkartıcı) ortamı yoksa, kişi siyasal katılımında bulunmak için uygun şartları bulamamış olur.

Bireylerin siyasal katılımına etki eden etmenler arasında, bireyin siyaset mecrasında bulunduğu seviye, siyaset açısından kendisini etkin hissetmesi ve

çevresinde bulunan insanların duyduğu güven derecesi de oldukça etkilidir. Siyasal katılıma bu açıdan bakıldığında, bireyin geçmişinden gelen bazı yaşanmışlıkların, öğrenilmiş bilgi ve birtakım simgelerin davranış şeklini etkilediğine işaret edilmektedir. Bunun bireyin çevresine karşı duyduğu güven benzeri unsurlara bağlı olarak siyasal katılımı aktif veya çekingen kalıpların oluşmasına yol açtığı düşünülmektedir.

1.4.1 Siyasal Katılım Biçimleri

Siyasete ilgi duymak ile başlayan ve siyasi faaliyet içeren gruplara üye olmaya kadar devam eden kapsamlı bir çerçevedeki tüm alanları kapsayan etkinliklerin tümüne katılım biçimi adı verilmektedir (Turan, 1986, s. 71).

Siyasal katılıma getirilen değişik yaklaşımlardan dolayı, farklı tanımlar bulunmaktadır. Bu nedenle katılımı sağlayan hareketin ortaya çıkış şekli de farklılık gösterebilmektedir. Bu farklılıkların çerçevesinin çok geniş olması belirli ölçütler geliştirilerek bazı sınıflandırmalar yapılmasını zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda katılım biçimlerini sınıflandırmak için birçok ölçüt geliştirilmiştir (Korkmaz, 2005, s. 35). Bütün siyasal sistemlerde, insanlar belirli bir düzeyde ve değişik şekillerde siyasete katılırlar. Seyirci düzeyinden, gladyatör düzeyine kadar değişik katılım düzeyleri vardır. Yine insanlar olağan ya da olağandışı şekillerde katılımı bulabilmektedirler. Ancak Katılımın bütün düzeyleri ve şekilleri ancak demokratik-açık toplumlarda gözükülebilmektedir (Uluç, 2007, s. 52).

Devletlerin yönetim şekilleri, o devletlerdeki siyasal katılım biçimlerini etkilemektedir. Devlete yüklenen aşırı anlam ve önemin bulunduğu otoriter sistemlerde, devlet ve devlet idaresini elinde bulunduran şahıslara verilen aşırı değer dolayısıyla, devlet mekanizması diğer tüm durumlardan daha kıymetli görülmekte bu da, siyasal katılım davranışlarının daha az olmasına sebep olmaktadır. Böyle ülkelerde siyasal katılım, devletin içişlerine müdahale olarak görüldüğünden, bireylerin siyasal katılım seviyesi ve siyasal olayları izleme az olmakta, katılım biçimi olarak yalnızca seçim zamanı oy kullanma seviyesinde görülmektedir. Siyasal katılımı beliren ilgisizliklerin pek çok nedeni bulunmaktadır. Siyasal katılımı biçim ve seviyesi, toplumdan topluma ya da aynı toplum içinde yaşayan kişiler arasında çeşitlilik gösterebilmektedir (Yolçu, 2017, s. 46-47).

Milbrath'ın siyasal katılım düzeyi hiyerarşisini Akıncı (2014, s. 40-41) şu şekilde sıralamıştır:

- Kamusal bir görev ya da bir siyasal parti içinde görev almak
- Bir görev için aday olmak.
- Siyasal amaçlı para temin etmek
- Önemli bir parti toplantısına katılma. Aday belirleme toplantısı, Strateji toplantısı.
- Siyasal bir partide aktif bir üyeliğinin bulunması.
- Zamanı siyasal bir kampanya da sarf etmek
- Bir mitinge ya da toplantıya katılma.
- Bir parti ya da odaya para yardımda bulunmak
- Kamu görevlileri veya siyasal parti lideriyle temasta bulunmak.
- Bir parti ya da aday rozeti taşımak, arabasına bunu yapıştırmak.
- Bir kişiyi belirli bir yönde oy vermesini sağlamak için ikna etmeye çalışmak.
- Bir siyasal tartışma başlatmak.
- Oylamaya katılmak.
- Kendini siyasal dürtülere (uyarılara) karşı açık tutmak.
- Hareketsiz – Kayıtsızlar.

Her bireyin siyasete katılımı farklı düzeylerde. Bazı bireyler siyasete yoğun bir şekilde aktif olarak katılım sağlarken, bazı bireyler daha pasif konumda kalabilmektedir. Bazıları ise siyasete hiçbir şekilde katılmamaktadır. Bunun ayrımını yapabilmek ve siyasete katılımın düzeylerini ortaya koymak için bazı sınıflandırmalar yapılmaktadır (Teke, 2016, s. 14). Siyasal katılım düzeyi yükseldikçe, katılım türüne yönelenlerin sayısında bir azalma olmaktadır. Herkes siyasete aynı düzeyde ilgi duymamaktadır. Bu sadece gelişmemiş toplumların yanı sıra gelişmiş toplumlar için de geçerlidir. Fakat demokrasinin işlemesi ve bunu koruması için her katılım düzeyine yönelenlerin olması gereklidir. Verba ve Nie, bireylerin siyasal katılımının altı ayrı seviyede olabileceğini ifade etmektedirler. Bu seviyeleri Turan (1986, s. 74) şu şekilde belirtmektedir:

- **Siyasal Sürece Hiç Katılmayanlar:** Bu kategorideki yurttaşlar siyasi konular ile hiç ilgilenmemekte hatta oy kullanmayı bile istememektedirler.

- **Sadece Oy Kullananlar:** Geniş bir yurttaş kitlesi yalnızca seçimlerde oylarını kullanırlar fakat diğer siyasi konular ile ilgilenmezler.
- **Kişisel sınırlı katılımcılar:** Bu kategoride yer alanlar oy kullanmaya ek olarak, kişisel sorunlarını çözmek için milletvekili, bakanlar, devlet memurları gibi siyasi ve kamusal kimliğe ve güce sahip kişiler ile ilişki kurarlar.
- **Topluluk düzeyinde katılımcılar:** Bazı yurttaşlar toplumun genelini ya da belirli bir kısmını ilgilendiren çevresel veya toplumsal sorunların çözümü için bazen bireysel bazen de örgütsel kalabalık vasıtasıyla siyasi süreci etkilemek isterler.
- **Kampanyacılar:** Vatandaşların bazıları seçim faaliyetlerine katılabilir, belirli bir adayın veya partinin seçim çalışmasında görev alabilirler.
- **Aktif katılımcılar:** Siyasi partilerde görev almak, her türlü siyasi faaliyette yer alma.

Kişinin kendi istekleri çerçevesinde siyasi katılımında bulunmamasının yanında, kişilerin siyasi katılım istekleri bazı zamanlarda siyasi makamlarca da engellenebilmektedir. Veya devletlerin yasaları yani siyasi-hukuki faktörleri kişilerin katılımını zorlaştırabilmektedir. Bununla birlikte bireylerin tamamı için aynı siyasi ilgiyi beklenmemelidir. Yoğun bir siyasi katılımında bulunan bireyler olduğu gibi, hiçbir siyasi katılım davranışında bulunmayan bireyler de bulunmaktadır. Siyasi katılımın bilinen en tanınan biçimine bakıldığında ise oy kullanmak olduğu görülmektedir (Baykal, 1970, s. 32).

Siyasi sistemler ya da rejimler toplumlar arasında ve toplum içinde farklılık göstermektedir. Bu durum siyasi katılımında bazı değişimlere neden olmaktadır. Toplum içerisinde yaşayan vatandaşlar siyasi yaşamda aynı ölçüde yer almazlar. Siyasi katılım ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında, genel anlamda iki farklı biçimden bahsedildiği görülmektedir. Bunlar, geleneksel/eski ve geleneksel olmayan/yeni katılım biçimleridir (Yücekök, 1987, s. 24).

Siyasi katılım biçimleri, katılımın yoğunluğuna göre de sınıflandırılabilir. “Gözlemci” ve “mücadeleci” olarak iki şekilde sınıflandırılan bu ayrımlara bakıldığında, oy kullanma, siyasi uyarılara tepki

verme, tartışma veya başkalarını ikna etme şeklindeki eylemler “gözlemci”; mitinglere katılma, parti veya adaylara maddi yardımda bulunma “aracı”; seçim kampanyalarında çalışma, aktif parti üyeliği “mücadeleci” siyasal katılım olarak sınıflandırılmaktadır (Çam, 2011, s. 174). Katılım, öncelikle siyasetle ilgilenmek ve ardından da konuşmalara, tartışmalara ve çalışmalara katılmak anlamına gelmektedir. Siyasal bilince sahip olmayan vatandaşların oy kullanma haricinde siyasal katılımları beklenmemektedir. Daha açık bir ifade ile siyasal katılım siyasetle ilgilenmenin ötesinde siyasal örgütlerde görev almak ve bir takım siyasal eylemleri içermektedir (Güldiken ve Aslan, 2006, s. 21). Geleneksel siyasal katılım biçimlerini yalnızca oy kullanmak olarak görülmemesi gerektiğinden daha önce bahsedilmiştir. Bu biçimin yanında sosyal medya, kitle iletişim araçları, mitinglere katılım, alınan kararlara karşı gösteri ve yürüyüşler ya da bir kamu kurumuna yazılan dilekçeler örnek olarak gösterilebilmektedir. Kişinin yakasına taktığı parti rozeti, seyrettiği bir televizyon kanalı, okunan bir gazete, kullanılan internet tabanlı uygulamalar, online kampanyalar ile bir düşüncenin tarafı ya da karşısında bir duruş sergilenerek de siyasal katılım davranışları gösterilebilmektedir (Yıldız, 2014, s. 26).

Taşdelen (1997, s. 178) olağan ve olağandışı olmak üzere iki farklı katılma biçiminden bahsetmektedir. Baktığımızda oy kullanmak, bir siyasi partiye üye olmak, bağışta bulunmak,, dernek ve vakıf gibi sivil toplum kuruluşlarına üye olmak, yasalar çerçevesinde yapılan gösteri ve benzeri davranışlar olağan siyasal katılım biçimi olarak kabul edilmektedir. Radikal, şiddet ve yağma tarzı eylemler, siyasi terörizm ve yasadışı protesto gibi yıkma ve yağma hareketleri ise olağandışı davranışlar olarak görülmektedir.

Kitle iletişim araçlarında yaşanan hızlı gelişme ve bu gelişmelerin toplum tarafından kullanımın yaygınlaşması ile birlikte siyasal katılım biçimlerine yenilerinin eklendiğini görmekteyiz. Darbe dönemlerinde görülen siyasi mesajlar içeren yazıların duvarlara yazılması, ya da yasaklı afiş asıp toplumda yaşayan bireylerin dikkatlerini çekmek isteyen bireylerden, internet tabanlı sosyal ağların duvarlarına siyasi içerikli mesajlar yazıp, bu mecralardan bireyleri miting ve protesto gösterileri düzenlemeye yönlendiren bir döneme geçiş yapıldığı görülmektedir. Başka bir söylemle, farklı yaş grupları arasında farklı siyasal katılım biçimleri bulunmaktadır. Ancak bu durumu yalnızca yaşa indirgemek de hatalı olabilir. Kişinin eğitim düzeyi, sosyo-ekonomik durumu, toplumdaki konumu, teknolojik gelişmeler,

ülkelerin mobilizasyon süreçleri gibi faktörlerin tamamını göz önüne almak gerekmektedir (Yıldız, 2014, s. 36).

Siyasal katılma derecesi, bütün bireyler için değişiklik göstermektedir. Bu sebeple her vatandaş aynı tür eylem ve davranışlarda bulunmamaktadır. Bazı vatandaşlar siyasetle yoğun ilişkiler içindeyken, bazılarının ise siyaset ve siyasi olayların tamamına ilgisiz olabilmektedir. Siyasal katılmanın en genel şekli olan oy vermenin dışında, örgütsel çabalar, seçim faaliyetleri, lobicilik, özel temaslar, şiddet eylemleri gibi farklı hareketler de siyasal katılımın bir biçimi olarak düşünülebilir. Bu faktörler insanların toplumdaki konumunun ve beklentilerinin farklı olmasından dolayı kişiden kişiye ve toplumdaki konumundan topluma değişebilmektedir (Dursun, 2004: 236). Siyasal katılım konusu üzerine yapılan çalışmalarda siyasal katılımda farklılık gösteren eylem ve davranışları çeşitli kriterlere göre sınıflandırmaktadırlar. Bunlardan Milbrath ve Goel bu sınıflandırmaları aşağıdaki şekilde yapmışlardır.

Tablo 1. Bireylerin Siyasal Hayata Katılım Biçimleri

Bireylerin Siyasal Sisteme Verdikleri (INPUTS)			Bireylerin Siyasal Sistemden Aldıkları (OUTTAKE)	
	Katılım Biçimleri	Özellikler	Özellikler	
AKTİF	OLAĞAN DIŞI	Protestocular Protestolara katılma (%6) Gerektiğinde İsyana Etme (%2) Adaletsiz Kanunları Reddetme (%16) Devletin Bilerek Uyguladığı Yanlış Politikaları protesto (%26)	Mevki sağlama Haberleşme imkânları Hizmetler Ekonomik fırsatlar Menfaat Çatışmasının Çözümü Adalet	
	OLAĞAN	Toplum Aktivistleri	Yerel problemler için diğer gruplar ile beraber olma(%30) Sivil toplum örgütlerine katılım(%18)	Ulusal Semboller Kimliğin idraki Hükümet protestoları Üstünlüğün idraki
		Partiler ve Kampanyalar için Çalışanlar	Partiler ve ya adaylar için çalışanlar(%26) Mitinglere katılım(%19) Seçim adaylarına veya partilere para yardımında bulunma (%13)	Bireyin sistemden kıymete değer bir beklentisi yoktur.
		İletişimciler	Politika ilgili bilgilendirme (%67) Siyasi tartışmalara katılma (%28)	Eleştirme ve tartışma hakkı
		Toplum Yöneticileri ile İletişimde Olanlar	Devlet ve siyasi parti yöneticileri ile görme (%4)	Bireysel çıkarlar için çözüm yolları arama
PASİF	Oy Kullananlar ve Vatan Severler	Seçimlerde oy kullanma (%63) Ülkelerini sevmeye (%94)	Kamu Düzeni Güvenlik	
İLGİSİZ	En Düşük Düzeyde Pasif Olanlar	Oy kullanmaz, aktivitelere katılmazlar (%22) Vatanseverlik duyguları olmaz (%3-5)		

(Milbrath ve Goel, 1965, s. 18-19'den aktaran Yıldız, 2014, s. 28).

Siyasal katılım, aşamalara ayrılarak değerlendirildiğinde bunun; ilgi, bilgi ve eylem olmak üzere üç aşamadan oluştuğu görülmektedir. Bu nedenle siyasal katılma, belirli seviyelerde merak, ilgi, bilgi ve eylem gerektirmektedir. Gündelik hayatta, herkesin siyasal konulara ve olaylara olan ilgisi, onlara verdiği önem aynı değildir (Hurma, 2004, s. 123). Bu sıralanan maddelerin yanı sıra siyasal katılım düzeyleri ülkelerin gelişmişlik düzeyleri hakkında da fikirler vermektedir. Düşük düzeydeki katılımlar (sadece oy vermek gibi) o ülkelerin gelişimlerini tamamlamadıklarını gösterirken, yüksek düzeyde katılımlar ise o ülkenin refah seviyesi açısından ileride olduğunu ifade etmektedir (Aktan, 2017, s. 11).

Dahl'ın yaptığı bir çalışmada ise dört başlıkta toplanmaktadır. Bunlar;

- İlgi
- Önemseme
- Bilgi
- Eylem

Olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapılan araştırmalar göstermiştir ki bahse konu bu dört başlık birbiri ile ilişki içerisindedir. Örnek olarak, yapılan seçim sonuçlarında tartışılan konu ile ilgili bilgi düzeyleri fazla olanların daha az ilgi, bilgi ve izleme seviyesine sahip kişilere oranla oy kullanma oranları daha yüksek çıkmaktadır (Kapani, 2001, s. 131'den aktaran Aktan, 2017, s. 12) .

1.4.2 Siyasal Katılımı Etkileyen Faktörler

Demokrasinin performansını belirleyen; vatandaşların siyasete katılımı ve aktif olmaları yani vatandaşlık bilincine sahip olmalarıdır. Bu bilincin varlığı ise, ülkede yaşayan vatandaşların siyasal katılıma gösterdikleri ilgi ile paralellik göstermektedir (Güldiken ve Aslan, 2006, s. 19). Siyasal katılımın farklı kaynaklardan etkilendiği noktasında araştırmacıların tamamı hemfikirdir. Bireyin etkilendiği bu kaynaklar genel itibari ile sosyal, psikolojik ve siyasi-hukuki olarak karşımıza çıkmaktadır (Elciyar, 2016, s. 16).

1.4.2.1 Sosyal Faktörler

Siyasal katılımın etkilendiği başlıklar kaynaklar arasında bulunan sosyal faktörler içerisinde demografik ve grupsal etmenler yer almaktadır. Bu bölümde öncelikle cinsiyet, yaş, eğitim, meslek gibi demografik faktörlerin yanında, aile ve sivil toplum kuruluşu gibi örgüt üyeliklerinin bulunduğu grupsal başlıklara bu bölümde değinilmiştir.

1.4.2.1.1 Cinsiyet

Toplumlarda kadın ve erkeklerin toplumsal rollerinin birbirinden farklılık gösterdiği göz önüne alındığında, bu durumun siyasal katılımı da karşımıza çıktığı araştırmalarda görülmektedir (Aktan, 2017, s. 15). Pek çok toplumda Cinsiyet rollerinin neden olduğu baskı, kadının daha az veya pasif olarak siyasal katılma davranışında bulunmasına neden olmaktadır. Kadınların siyasal katılımının erkeğe oranla daha pasif olması evrenseldir. Sanayileşmiş çağdaş toplumlarda dahi kadınların en temel haklardan biri olan oy kullanma haklarını kullanmaları yakın bir geçmişe dayanmaktadır. Birçok toplumda uzun yıllar, siyasetin yalnızca erkeklere ait olduğu anlayışı hâkim olmuştur fakat bu anlayış, toplumsal gelişmenin hızlanması ile değişmeye başlamıştır (Güldiken ve Aslan, 2006, s. 23). Siyasal hayatın çeşitli kademelerinde yer edinmiş olsalar da, siyasi partilerin içerisinde etkili olmaları ancak 20.yüzyılın ikinci çeyreğinden sonra olabilmektedir (Geçgin, 2009, s. 627).

Eğitim seviyelerindeki düşüklük, siyasi ilginin eksik olması, ekonomik özgürlüklerinin az olması, aile, ayrımcı cinsel yargılar ve benzeri nedenlerle, kadınlar siyasal mekanizmadaki çarklarda yeterince yer edinememişlerdir Kadınların, içerisinde yaşadıkları toplumun siyasal mekanizmalarında yeterince temsil edilemedikleri görülmektedir. Kadınların siyasal katılımları ve temsilleri toplumun kalkınması noktasında oldukça önemlidir. Ülkemizde 1930 yılında yerel seçimlerde temsil hakkı elde eden kadınlar, bu gün hala yeterince siyasal yaşamda kendilerine yer bulamamaktadır (Oruç ve Bayrakçı, 2018, s. 464).

İçerisinde yaşadığımız çağda kadınların siyasal katılımına dair en belirleyici netice, toplumda yer edindiği statü ne olursa olsun erkeklerden daha az siyasal yaşamda yer ediniyor olmalarıdır. Seçim zamanı oy verme haricinde kadınların siyasal ilgiden tut, siyasal katılımın diğer bütün biçimlerinde erkeklere oranla

katılımları düşüktür. Bu anlamda Kadın-erkek eşitsizliğinin en belirgin şekilde görüldüğü yer olarak karşımıza siyasal hayat çıkmaktadır. Erkeklerin siyasal yaşamda sayısal çoğunluk olarak bulunuyor olmaları, siyasal yaşamın kurallarını da kendileri belirlemektedir. Bu da kadınların erkeklerin gölgesi altında siyasal yaşamda yer edinmelerine yol açmaktadır (Baltacı, Eser ve Tekin, 2009, s. 7).

1.4.2.1.2 Yaş

Siyasal katılıma doğrudan etkisinin olmasının yanında, siyasal katılımda görevi de bulunan bir diğer faktör de yaştır (Kalaycıoğlu, 1983, s. 23). Kişi doğumundan itibaren içerisinde yaşadığı toplumun inanç, düşünce, değer, tutum ve davranışlarını alarak büyümeye başlar. Kişinin siyasal yaşama katılımı bu sürecin sonunda oluşmaktadır (İşliyen, 2018, s. 97). Bu açıdan bakıldığında bu sürecin kişinin denetiminin dışında geliştiğini söyleyebiliriz. Bu nedenle de kişinin siyasal yaşama katılımı için belli bir yaş sınırına gelmesi gerekmektedir. İnsanların yaşamış olduğu zaman dilimi, onların siyasete bakışından, siyasal katılımına kadar önemli bir işarettir. Çocuğun siyasete olan ilgisi, bir yetişkine oranla daha düşüktür ya da hiç yoktur. Bireyin deneyimlerinin artması ile siyasal bilinç, siyasi görüş oluşmaktadır. Yaş olarak daha genç bireylerle, daha ileri yastaki bireyler karşılaştırıldığında, siyasal katılım açısından belirgin farkların ve anlayışların hâkim olduğu görülmektedir. Bu durum zaman, ilgi alanı gibi birçok faktörün etkisiyle gerçekleşmektedir (Hülür, 2006, s. 107). Bireyin siyasetle ilişkisi her yaş aralığında farklıdır ancak genç yaşlarda, çocukluktan ve ergenlikten elde ettiği bazı bilgilerin üzerine bir şeyler konularak ilk siyasi izlenimler ortaya çıkmaktadır. Siyasal toplumsallaşma ve katılımda, hayatın akışı içerisinde bireyin gençlik dönemindeki siyasi algıları ile ileri yaşlardaki siyasi algıları aynı olmayabilmektedir. Ancak gençlik dönemlerinde temelleri atılıp bir bilgi birikimi oluşturulmaya başlandığından dolayı, gençliğin siyasi algısı ve siyasete katılımı, ne düzeyde bir siyasi katılımda bulunduğu önemlidir (Teke, 2016, s. 19-24).

Gençlerin, iş kaygısı, eğitim nedeni ile seyahat halinde yaşamaları, gelir düzeylerinin düşüklüğü gibi nedenlerle siyasal katılımda sadece oy kullanmalarının beklendiği düşünülmektedir (Yücekök, 1987, s. 28). Oysa bakıldığı zaman oy kullanma dışındaki siyasal katılım şekillerinde (mitingler, yürüyüşler, protestolar, imza kampanyaları gibi) alanlarda gençlerin katılımının yüksek olduğu görülmektedir. Gençlerin daha çok gladyatör faaliyetlerde bulunduğu

gözlemlenirken, tam tersine yaşlıların sadece oy kullanma davranışına yöneldikleri görülmektedir (Aktan, 2017, s. 17). Bu açıdan bakıldığında belli bir yaş seviyesine gelene kadar siyasi düşüncenin şekillenme aşamasında olduğu ve o seviyenin ardından siyasi düşüncelerin sabitlendiği, yaşlanma ile birlikte de yerini durulmaya bıraktığı söylenebilir. Geleneksel siyaset bilimi çalışmalarında, gençlerin gösterdiği siyasi katılım davranışlarının genellikle oy vermek ilse sınırlandırıldığı, ancak günümüz gençliğinin siyasi katılım davranışlarının çeşitlendiği ve sadece oy vermek ile sınırlandırılmayacağı görülmektedir (Yılmaz ve Oy, 2014, s. 27).

1.4.2.1.3 Gelir

Siyasal katılımı etkileyen bir diğer etken ise sosyo-ekonomik durumdur. Sosyo-ekonomik etkenler, bireyin siyasi katılımına yönelik tutum ve davranışlar üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Gelir durumu, meslek, eğitim düzeyi, statü gibi etkenler bireyin siyasi katılımını etkilemektedir. Gelir düzeyine bakıldığında Kışlalı (1998, s. 187), siyasi katılım eğilimi ile gelir düzeyi arasında doğrudan bir ilişkinin varlığından bahsetmektedir. Bireyin gelir seviyesi arttıkça siyasi olaylara olan ilgisinin arttığı, gelir seviyesi azaldıkça siyasi olay ve olgulara olan ilgisinin azaldığı görülmektedir.

Yüksek sosyo-ekonomik statüye sahip olanlar sistemin kendilerine sağladığı imkânları korumak ve devam ettirmek için mevcut sistemin devamını isteyebilirler. Sistemin işleyişine yardımcı olacak faaliyetlerde bulunmaya kendilerini sorumlu hissedebilirler. Bu durum yüksek sosyo-ekonomik konuma sahip olanların siyasete daha fazla ilgi duymalarına, örgütsel faaliyetlere ve oy verme gibi siyasi faaliyetlere katılmalarına sebep olabilir (Kalaycıoğlu, 1983, s. 291).

Kendini toplumla bütünleşmiş hisseden ve hissetmeyen, sosyo-ekonomik durumları az olan veya çok olan kişiler arasında siyasi katılım seviyelerinin düzeylerinin farklı olması beklenmektedir. Bu konuda farklı savlar söz konusudur. Sosyo-ekonomik durumu iyi olan bireylerin konumlarını daha fazla yükseltebilmek için daha çok katılım sağladıkları iddia edilmektedir. Bu ilişkinin tam tersi durum da söylenmektedir. Yani, sosyo-ekonomik konumu iyi olan bireylerin, sosyo ekonomik konumu kötü olanlara göre siyasete daha az katılım sağladıkları da savunulmaktadır. Buna sebep olarak da, bu bireylerin imkanlarının iyi olmasından dolayı, sosyo-ekonomik seviyelerini daha da yükseltmek gibi bir ihtiyaçlarının bulunmaması

gösterilmektedir (Yılmaz ve Oy, 2014, s. 31) . Güldiken ve Aslan (2004, s. 28) da bireylerin gelirlerinin artığında “oy verme” davranışının artacağı fikrinin her zaman ve her yerde doğru olmayacağını belirtmektedir. Bireylerin gelirleri arttığında sandık başına gitmeyebilmektedir. Fakat siyasal katılmanın üst düzeyleri düşünüldüğünde gelir artışı ile beraber siyasal katılma eyleminin de yükselmesi beklenmektedir.

1.4.2.1.4 Eğitim

Bireyin eğitim seviyesinin artmasının, siyasal katılım davranışlarında da artışa gideceği görüşü kabul gören bir anlayıştır. Eğitim, siyasal değerlerin geleceğe aktarılmasında önemli bir yol olarak görülmektedir. Dolayısıyla, eğitim almak, siyasal katılımda istenilen bir davranış olarak kabul edilir. Bireyin, siyaset mecrası ile ilgili daha fazla bilgiye sahip olması, siyasal eylemlerde bulunması açısından kendisini yetenekli ve hazır hissettirmesine yarayacaktır (Turan, 1986,s. 77).

Eğitim, bireyde siyasal bilincin oluşması sürecinde önemli bir role sahiptir. Bu bilince sahip olan birey, hükümet ve idarenin işleyişini yakından izlemek için kitle iletişim araçlarını kullanacaktır. Eğitim, bu doğrultuda hem kitle iletişim araçlarının takip edilmesini, hem de siyasal olaylara ilgi duyulmasını sağlayan önemli bir faktördür (Kalaycıoğlu, 1983, s. 29).

Bireylerin kendi başlarına siyasal katılım davranışında bulunabilmeleri, gündelik hayatlarını ne şekilde şekillendirdiklerine bağlı olarak değişmektedir. Görev bilinci, bireysel ilişkiler, sosyal çevreyle ilişkiler, aldığı eğitimin verdiği bilinçli davranışlar, bireyin siyasal davranışta bulunmasını sağlayan özelliklerdir. Eğitimli bir vatandaş, kendine güvenerek, düşünerek kendisini ifade etmektedir. Dış etkilerden önemli ölçüde bağımsızdır. Eğitimin siyasal katılmaya ilişkin farklı görevleri vardır. Bunlar; eğitimin seviyesi yükseldikçe, kişi için katılım bir vatandaşlık görevine dönüşmektedir. Eğitimin kişiye, ekonomik bir gelir ve sosyal statü kazandırması ve kişinin soyut ve genel kavramlarla düşünmesini kolaylaştırmaktadır (Hurma, 2004, s. 112).

Eğitim, bireylerin siyasal olaylar hakkında bilgilenmelerini, o bilgileri yorumlayarak, içerisinde yaşadıkları toplumun durum ve sorunları ile bağlantı kurmalarını sağladığı sürece siyasal katılma meyillerinin artması normaldir (Kışlalı, 1998, s. 187). Eğitim, kişinin toplumdaki yerinin ve başarısının iktidar ve bürokrasinin çalışmaları arasındaki ilişkiye yardımcı olmaktadır. Eğitimin birey

açısından yarattığı en önemli sonuç; bireye gelir ve toplumsal statü kazandırmasıdır. Bireyin sahip olduğu yüksek eğitim düzeyi ile gelir düzeyi arasında da doğru orantılı bir ilişki bulunmaktadır. Bu bağlamda ise eğitim, meslek, gelir gibi etkenler beraber ele alındığında birey yüksek bir statüye sahip olabilmektedir. Birey ise sahip olduğu bu statüyü korumak için siyasal katılma davranışına yönelebilmektedir (Güldiken ve Aslan, 2006, s. 29).

Eğitim bireye gelir sağlayan bir adımdır. Bireyin eğitim seviyesi yükseldikçe gelir düzeyi de artmaktadır. Bireyin yüksek gelir düzeyine sahip olması da bireye toplumsal statü sağlamaktadır. Bu doğrultuda birey elde ettiği bu statüyü korumak ve bulunduğu statüyü daha da yükseltebilmek için siyasal katılmaya yönelmektedir (Korkmaz, 2005, s. 46).

1.4.2.1.5 Meslek

Siyasal katılım davranışını etkileyen bir diğer sosyal etken ise meslektir. Meslek, gelir ve eğitim başlıkları birbirlerini karşılıklı olarak etkileyen unsurlar arasındadır. Bu unsurlara sahip bireyler kendilerine daha çok zaman ayırabilmektedirler. Bu tür bireyler iletişime açıktır. Bireyler mesleklerinin gereği olarak diğer insanlarla veya toplumdaki olaylarla çok fazla etkileşim halinde iken, bazı meslek sahipleri çok az düzeyde sosyal ilişkilere katılabilmekte ve sosyal olaylara ilgi duyabilmektedir (Yücekök, 1987, s. 27). Bireyin sahip olduğu mesleğin bazı özellikleri de bireyin siyasal katılımını etkilemektedir. Mesleği yapabilmek koşulu da diğer bir özelliktir. Toplu halde çalışan insanlar tek başına çalışan insanlara göre iletişim ve etkileşimleri daha yoğun ve kolay olduğundan siyasal katılma davranışında daha fazla bulunmaktadır (Turan, 1986, s. 77-78)

Yaş ve cinsiyet gibi doğuştan kazanılan bir özellik olmayan meslek, İnsan yaşamının bir dönemini kapsamaktadır. Bunun yanında bireyler hayatlarının sonuna kadar aynı mesleği yapmak zorunda değildirler. Meslek değiştirme ihtimalleri de göz önüne alındığında önemini anlamak için mesleği belirli başlıklara ayırmak zorlaşmaktadır (Balcı vd., 2013, s. 55). Farklı meslek grupları ile ortaya çıkan yeni toplumsal sınıfların yanı sıra iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile siyasal katılımda çevresel faktörler de denkleme dâhil olmaya başlamıştır. Tüm bunlar birlikte düşünüldüğünde aynı meslek grubunda farklı statüdeki bireyler arasında beklenti ve menfaatler farklı olacağından, siyasal katılım da farklılık göstermektedir. Meslek

statüsü yüksek olan biri eğitim durumu, şehir ortamı, kitle iletişim araçlarını takip etme olanağı, içinde bulunduğu çevrenin siyasetle ilişkileri gibi faktörlerin tümü dikkate alındığında, daha düşük statüdeki bir bireye göre siyasete daha çok ilgi göstermesi beklenmektedir (Uluç, 2007, s. 78).

Meslek, siyasal katılımı etkileyen diğer faktörlere oranla daha özgür bir duruşa sahiptir. İşin niteliği, kişinin siyasal katılımında etkinlik ve yoğunluk kazandırmaktadır. Bazı meslek gruplarının kendileri ile ilgili konularda yasal kararlar almaları gerekmektedir. Bu durumda siyasal katılma biçimlerine yönelebilmektedirler (Korkmaz, 2005, s. 47). Daha geniş bir çerçeveden bakmak gerekirse, modernleşen toplumların ve sanayinin getirdiği imkanların neticesinde toplumlar arasında iş bölümlerinin arttığı görülmektedir. Bu iş bölümlerinin sonucunda ortaya çıkan yeni mesleki gruplar yeni bir toplumsal sınıfı doğurmuştur. İşte bu gruplar kendilerini kabul ettirebilmek ve bazı hak ve taleplerde bulunmak üzere sivil toplum kuruluşları kurabilmektedir. Bu şekilde kendi çıkarlarını korumak adına yönetenlerin üzerinde baskı kurmak ve alınacak kararların kendi lehlerine çıkmasını sağlamak için çaba sarf etmektedirler (Balcı vd., 2013, s. 56).

1.4.2.1.6 Aile

Ailenin çocuğu toplumsallaştırması çoğu defa bilinçli değildir. Birçok aile çocuğunun yanında siyaset hakkında konuşmazlar ve kendileri de siyasetle ilgilenmezler. Ancak aile içi ilişkiler çocuğa siyasal bir tutum verebilir. Örneğin, babanın otoriter olduğu, sağa sola emir vererek iş yürüttüğünü gören çocuk, babanın bu tutumunu içselleştirerek, düzeni sağlamanın disiplin ve güçlü bir otoriteyi gerektirdiğini algılayıp, yetişkinlik döneminde otoriter bir siyasal düzenden yana tavır koyabilir. Otoriter kişiliğin oluşumunda çocuğun disiplinci yöntemlerle yetiştirilmesinin katkısı olduğuna psikologlar işaret ediyorlar (Turan, 1986, s. 56).

Aile, kişinin doğduğu ve oradan öğrendiklerine bağlantılı bir şekilde tutum ve davranış temellerini aldığı önemli bir toplumsal kurumdur (İşliyen, 2018, s. 119). Birey bazı değerleri aileden alır ve aile üyeleri bazı siyasal değer, tutum ve davranışları bilerek ve isteyerek çocuğuna aktarabilir (Uysal, 1984, s. 86).

1.4.2.1.7 Din ve Etnisite

Kişinin yaşamını saran iki önemli kavram da din ve etnik kimliktir. Bu iki kavramın siyasal katılım açısından da önemli bir yeri bulunmaktadır. Yaşamında dini

değerlere önem veren bir kişi, bu değere sahip siyasi partiye oyunu verebilmekte ya da o parti için çalışabilmektedir. Bazı Avrupa devletlerinde siyasi faaliyette bulunan Hıristiyan partileri buna örnek olarak gösterilmektedir (İşliyen, 2018, s. 124).

Aynı şekilde siyasete katılımın kişiye bir aidiyet duygusu kazandırdığı belirtilmektedir. Ancak diğer taraftan “mahrumiyet” duygusunun da kişileri siyasal katılıma sevk ettiği ifade edilmektedir. Bu duyguya sahip bireyler, demokratik yollardan siyasete dahil olarak haklarını aramanın peşine düşebilmektedirler (Balcı vd., 2013, s. 56)

Bu açıdan bakıldığında bir devlette inanç ve kimlik noktasında kendisini ifade etmede zorlanan grupların, seslerini daha gür çıkartmak için siyasal katılıma başvurdukları gözlemlenmektedir. Bu gruplara yaşam alanı tanındığında siyasal hayatın doğal alanında seyrederken, tersi durumda ise ayaklanma, terör ve şiddet gibi bir takım yasadışı faaliyetlerin ortaya çıktığı gözlemlenmektedir (Balcı vd., 2013, s. 57). Yani ülkenin demokratikleşme düzeyine göre katılım olağanüstü olmaktan, olağan olmaya doğru bir seyir izler (Uluç, 2007, s. 94).

1.4.2.1.8 Yerleşim

Büyük şehirlere oranla daha küçük yerleşim yerlerinden oluşan kırsal kesimde yaşayan bireylerin yaşam şekillerine bağlı olarak siyasete duydukları ilgi ve alaka ile şehirde yaşayan bireylerin duydukları ilgi ve alakanın eşit seviyede olmadığı belirtilmektedir. Büyük şehirlerde yaşayan vatandaşlar, siyasal faaliyetlere daha özgür ve bilinçli bir şekilde katılırken, kırsal bölgelerde yaşayan vatandaşların siyasal faaliyetleri daha bağımlı bir şekilde görülmektedir. Bu farkların ortaya çıkmasında eğitim seviyesinin, toplumsal ilişkilerin ve içerisinde yaşadıkları toplumun etkisi bulunmaktadır (Kışlalı, 1998, s. 107).

Yerleşme birimine göre siyasete katılmada farklı görüşler vardır. Bu aslında katılmanın niteliğiyle de ilgili olabilir. Kırsal kesim oy kullanmada daha etkili iken, kentsel kesim de ise siyasetin içerisinde etkin çalışma ortamı bulabilmektedir (Teke, 2016, s. 22).

1.4.2.1.9 Örgüt Üyeliği

Kırsallaşmadan kentlileşmeye doğru giden modern toplum, aynı şekilde örgütlenme yeteneğini kazanmış bir toplum olarak görülmektedir (Balcı vd., 2013, s. 60). Modern toplumların gelişmesi ile birlikte, insanların örgütlenmede özellikle sivil

toplum kuruluşları eli ile gerçekleştirdikleri örgütlü yapılar, siyasal katılım açısından bireyin ve genelde toplumun sesinin dahi duyulabilir bir seviyeye gelmesini sağlamıştır (Aktan, 2017, s. 30).

Örgüt üyeliğinin siyasal katılım çerçevesinde sadece yönetilen ve seçen boyutuyla değil, aynı zamanda yöneten ve seçilen boyutunda da ayrı bir önemi bulunmaktadır. Toplumdaki yeri büyük olan dernek, vakıf gibi STK'larda görev alan bireyler tanınırlık ve siyaset sahasını öğrenme açısından tecrübeler kazanmaktadır. Bunun nihayetinde siyasi partiler ile diyaloglar artmakta bunun sonucunda da seçmen üzerinde etki yapma güçleri oluşmaktadır (Görgülü, 2018, s. 20).

İster siyasal amaçlı, ister başka amaçlar için kurulmuş olsun, bütün grup ve örgütler bir eğitim yeri olarak görülmektedir. Tek başına sorunlarla baş etmenin zorluğunun farkında olan kişi, bu örgütsel yapıların içerisinde grup ve toplumsal hiyerarşiyi öğrenmekte ve buna göre kendisini konumlandırmaktadır (İşliyen, 2018, s. 124).

Sonuç itibarıyla bakıldığı zaman örgütsel üyeliklerin bireyleri siyasal eylem, davranış, ilgi, bilgi ve meraklarını geliştirdiği ve siyasal katılımı yönlendirdiği söylenebilir. Aynı şekilde örgüt üyeliklerinde bulunan bireyler siyasal alanda ve kamuda yükselmek için bir merdiven görevi görmektedirler (Dilber, 2011, s. 47)

1.4.2.1.10 Kitle İletişim Araçları

Kalaycıoğlu (1983, s. 34) siyasal alanda aktif olan kişilerin kitle iletişim araçlarına daha yoğun maruz kaldıklarını, siyasal alanda pasif olanların ise kitle iletişim araçlarına daha az maruz kaldıklarını ifade etmektedir. Kişinin yaşadığı çevre hakkında bilgilenmesi ve bu bilgilendikleri ile içerisinde bulunduğu çevreyi daha rahat algılayabilmesi kişinin toplumsallaşmasında büyük bir öneme sahiptir. Bu açıdan bakıldığında kitle iletişim araçları hem bilgilenmeyi sağlamakta hem de kişinin diğer insanlarla etkileşime girmesine olanak sağlamaktadır (Taydaş, 2018, s. 93).

Kitle iletişim araçlarının bireyi bilgilendirme ve yurtda ve dünyada meydana gelen olayları duyurmasının yanında siyasal kamuoyu oluşturmak, propaganda, eleştiri ve temsil gibi siyasal görevleri de yapmaktadır (İşliyen, 2018, s. 136).

Kişinin, kitle iletişim araçlarını kullanma seviyesi ve onlara duyduğu ilgile sosyo-ekonomik seviyesi arasında doğru bir orantı bulunmaktadır. Bu durum var olan siyasi yönelimlerini güçlendirici bir etki oluşturmaktadır (Aktan, 2017, s. 31-32).

Kişilerin hayatlarına çok erken dönemde girmeye başlayan özellikle televizyon ve internet kişinin toplumsallaşmasında büyük rol oynamaktadır. Bu araçlar gerek siyasilerin topluma ulaşmaları ve siyasal toplumsallaşmayı oluşturması açısından, gerekse de kişilerin siyasal bilgiye kolayca ulaşması ve doğrudan katılım sağlayabilmeleri açısından demokrasi için büyük önem taşımaktadır (Balcı vd., 2013, s. 61-62).

Özetlemek gerekirse, içerisinde bulunduğumuz zaman diliminde siyaset ve medyanın iç içe geçmiş birlikteliği, siyaseti yüz yüze iletişimden kitle iletişimine kaydırmış bulunmaktadır. Bu da medyanın ve kitle iletişim araçlarının siyasal iletişimde vazgeçilmez olmasına yol açmıştır (Balcı, 2016, s. 72).

1.4.2.2 Psikolojik Faktörler

Herhangi bir meselede aynı tepkileri gösteren bireylerin iç dünyalarında, onları harekete sevk eden güdüler farklı olabilir. Kişinin psikolojik yapısı gereği, kişi, çeşitli siyasal güdü, siyasal etkinlik ve siyasal ilgi göstermesine neden olabilmektedir. Bazı siyasal olayların, siyaset mekanizmasının düzenini ve siyasal kararların alınmasını daima ve sistemli olarak izleme eğilimine siyasal ilgi denilmektedir. Bireyin siyasal ilgisi arttıkça, siyasal olayları algılaması kolaylaşmaktadır. Bu da siyasal olaylara ilişkin dürtülerin bireydeki etkilerinin olmasını sağlamaktadır. Yoğun dürtü altındaki bireyin siyasal ilgisinin artması siyasal katılmanın da artmasını sağlamaktadır. Siyasal ilgi, siyasal katılma için güçlü bir unsurdur ve siyasal katılma üzerinde olumlu bir etkisi söz konusudur (Kalaycıoğlu, 1983, s. 41).

Kapani (2007, s. 146), siyasal katılmayı etkileyen psikolojik faktörlerden olan “Etkinlik Duygusu”nu önemli bir unsur olarak görmekte ve şöyle açıklamaktadır: “Etkinlik duygusu, kişinin kendi eylem ve davranışı ile çevresine ve olayların akışına etkide bulunabileceği inancını taşıyıp taşımadığını ifade eden bir kavramdır. Bazı kimseler bu hususta kendilerine güvenen olumlu bir tavır takındıkları halde, bazıları da çevrenin ve olayların ağırlığı karşısında kendilerini güçsüz ve aciz görürler. Bu

farklı psikolojik tutumun politik davranışlara önemli ölçüde yön verdiği ileri sürülmektedir.”

İnsanların bir bölümü toplumda daha çok etkin görünmek için hâlihazırdaki devlet düzenine karşı mücadele etmektedir. Diğer bir grup ise devletin vatandaşa yönelik olan tutumuna karşı ilkesel bir tutum içinde olabilmektedir. Yani insanların sisteme karşı geliştirdiği tutumun farklı psikolojik sebepleri olabilmektedir. Onun için bireyin siyasal tutumları, kültür ve kültür edinme süreci olan siyasal toplumsallaşma tarafından da belirlenmektedir (Uluç, 2007, s. 69).

Bireyler çevrelerini etkileyebildiklerini, denetleyebildiklerini düşünebilirler. Bu bireyler, toplumsal faaliyetlere daha fazla katılım eğilimi göstermektedir. Bunun dışında kişilerin çevrelerinde yaşayan bireylere duyduğu güven, o bireylerle ortak hareket etmesini sağlamaktadır. Bu da bireyin siyasete katılımını arttırmaktadır. Kişilerin siyasal mekanizmayı özümsemeleri ve bu mekanizma ile bütünleşmeleri, kendilerini bu mekanizmanın bir parçası olarak görmeleri, daha fazla siyasal katılım davranışlarında bulunmalarını sağlamaktadır (Altan, 2011, s. 319). Bireyin çocuklukta edindiği, bilinçaltında yer alan bazı siyasi kelimeler, semboller veya ailenin siyasi düşüncesi gibi zihninde kalan bir takım bilgiler de siyasi katılımı etkili olabilmektedir (Teke, 2016, s. 17).

Bazı psikolojik faktörler siyasal katılımı olumsuz yönde etkileyebilir. Bunların başında yabancılaşma, sosyal edilgenlik ve bireysel soyutlanma gelmektedir (Çukurçayır, 2002, s. 59). Yabancılaşma, insanların siyasal sistemi kendisi ile hiçbir ilişkisi olmayan ve kendisi dışında bir yapı olarak görmesidir. Sistemden kopmuş vatandaşların siyasal katılımı bulunması beklenmemektedir. Bu nedenle siyasal yabancılaşma siyasal katılım açısından tehlikelidir (Kalaycıoğlu, 1984, s. 302).

1.4.2.3 Siyasi ve Hukuki Faktörler

Siyasal katılımı etkileyen sosyal ve psikolojik faktörlerin yanında siyasi ve hukuki faktörlerin de önemli bir etkisi bulunmaktadır. Her siyasal sistem süreci bir kurallar zincirinin devamıdır. Kanunlarla siyasal yaşantıyı düzenlemektedir. Oy verme, seçme seçilme hakkı bulunmaktadır ve bunlar bazı durumlarda da kısıtlanabilmektedir. Seçmen olabilmek için belirli bir yaşa ulaşmak gereklidir. Bazı siyasal sistemlerde siyasal katılımı bulunmak için okur-yazar olma, ikamet, vergi ödeme, herhangi bir hapis cezası almamış olma, erkek olma vb.

koşullar aranmaktadır. Bunların bazıları demokrasi ile bağdaşmayan unsurlardır (Turan, 1986, s. 86). Kişinin yaşadığı ülkenin siyasi yapısı ve bu yapının işleyişine ait hukuki etmenler önem taşımaktadır. Bu, devletlerin siyasi sistemlerini anayasalarla düzenlemiş olmalarından kaynaklanmaktadır (Taydaş, 2018, s. 95).

Siyasal değişkenlerle siyasi katılım arasındaki ilişkileri iki kategoride toplamak mümkündür.

- Sistemin yapısı
- Sistemin işleyişi

Siyasi partilerin bir ülkenin hukuk sistemini ele alması da siyasi katılımı etkilemektedir. Partilerin genişleme şartı, küçük bölgelere bağlı kalan yönelmeler bireylerin siyasi katılımını kısıtlayabilmektedir. Seçimlerde belirli oy yüzdesi alamayan partilerin mecliste temsil hakkına kavuşamaması, devlet tarafından yardım alma koşullarına sahip olunması da katılımı dolaylı olarak etkilemektedir (Güldiken ve Aslan, 2004, s. 34).

1.5 Medya ve Siyasi Katılım

Toplumsallaşma faktörleri içerisinde görülen medya, 1900'li yılların ikinci yarısından itibaren etkisini günbegün arttırmıştır. Toplum ile etkili bir iletişim sürecinin yaşanmasını isteyen siyasetçiler, özellikle artan kentleşme ve nüfus ile birlikte yüz yüze iletişimin zorlaşması nedeni ile radyo ve televizyon gibi bir anda çok fazla kişiye ulaşma imkanı sağlayan medya kanalları üzerinden kitlelere propagandalarını anlatma yoluna başvurmuşlardır (Aziz, 1982, s. 48).

Toplumun tamamının ya da büyük bir kısmının iletişim sürecinde alıcı pozisyonun bulunduğu topluma yönelik iletişime kitle iletişimi, bu iletişimin oluşmasını sağlayan kanallara da (gazete, radyo, televizyon, dergi, sinema, vs.) kitle iletişim araçları ya da bu günkü yaygın ismi ile medya denilmektedir (Bektaş, 2013, s. 115).

Bu kitle iletişim araçlarının tamamının sahip olduğu ortak özellik; kamuoyuna, geleneksel toplumsallaşma kurumlarını atlayıp doğrudan ulaşmaları olarak gösterilmektedir (Balcı vd., 2013, s. 69). Özellikle basılı yayın organlarının yanı sıra 1. Dünya savaşının ardından radyonun ve 2. Dünya savaşının ardından da televizyonun haber alma ve bilgilendirme araçları olarak kullanılması neticesinde

siyasetin öneminin insanlar arasında anlaşılmasına yol açarak siyasal alana hareketlilik kattığı belirtilmektedir (Tokgöz, 2010, s. 85). Seçilen ile seçmen arasında bir köprü görevi gören medya, bu anlamda çok büyük öneme sahiptir. Siyasetçilerden gelen mesajları vatandaşa ileterek, vatandaşın düşünce ve isteklerini de siyasetçilere geri bildirmektedir. Bu anlamda medya sadece ileten pozisyonda bulunmamakta, karşılıklı etkileşimi sağlamaktadır (Güler, 2016, s. 39).

Medya ile siyaset arasında “birlikte var olma” olarak adlandırılabilir bir ilişki bulunmaktadır. Siyaset kurumu için medya, hedef kitleye ulaşmak için bir araç; medya için ise siyaset, hedef kitlesine ulaştıracağı haberlerin kaynağıdır. Bu nedenle iki kurum arasında hem karşılıklı bir ilişki hem de bir birlerini de etkileyen bir durum söz konusudur (Doğan ve Alptekin, 2018, s. 740).

Kitle iletişim araçlarının gelişimi, siyasal katılım, siyasal propaganda ve iletişimde daima değişikliklere sebep olmuş ve her yeni gelişme bu alanda daha da ileri seviyede propaganda ve katılımın olmasına yol açmıştır. Bunların gelişimi sırasıyla şöyle olmuştur: Gazete, telgraf, telefon, radyo, cep telefonu, internet ve sosyal medya (Devran, 2004, s. 21).

1.5.1 Geleneksel Medya ve Siyasal Katılım

İnternet öncesinde var olan medya araçları geleneksel medya kavramı içerisinde yer almaktadır. Yukarıda da bahsedildiği üzere gazete ardından radyo ve televizyonun ortaya çıkması ve hala etkilerini sürmelerine rağmen, internetin ortaya çıkmasıyla iletişimin boyut değiştirdiğini ve bu araçların geleneksel olarak adlandırıldıklarını söyleyebiliriz.

Siyasal katılım ve siyasal iletişim açısından bakıldığında kişi, toplumda medyanın bir müşterisi pozisyonunda görülmektedir. Medyanın siyaset şekillerini büyük oranda etkilemesinin ve yanında, siyasetteki içeriği de arka plana alıp görüntü ön plana alınmış, bunun yanında siyasetçiyi bir ürün olarak pazarlama yoluna gitmiştir (Devran ve Seçkin, 2011, s. 15).

Yapılan bir propagandanın, olmayan bir kamuoyunu oluşturma gibi bir gücü olmadığı varsayılmakla beraber, kamuoyunun oluşumundaki süreci hızlandırdığı ifade edilmektedir. Bu anlamda en önemli güç olarak medya görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında, siyasi parti ve bu partilerde görevli siyasetçi ve liderler iktidarı

alabilmek için giriştikleri çalışmalarda toplumun dikkatini çekip, mesajlarını paylaşabilmek için medyaya ihtiyaç duymaktadırlar (Güler, 2016, s. 8-9).

Geleneksel medya araçları arasında özellikle radyo ve televizyonun geniş toplumlara seslenebilmesi ve bunu tüketen vatandaşın okuma yazma gibi herhangi bir eğitimin olmasının da gerekmemesi gibi nedenlerle, bu araçlar toplumu etkilemede oldukça büyük bir önem kazanmıştır. Bu açıdan bakıldığında, kitle iletişim araçlarının etkileme gücüne olumlu ve olumsuz olarak yaklaşılacak iki ayrı yaklaşımı ortaya çıkarmıştır (Aziz, 1982, s. 52-58).

1.5.1.1 Yazılı Basın

Geleneksel medya araçlarının en önemlilerinden birinin gazete olduğunu söylemek mümkündür. Gazetelerin, okurların bilgilendirme ve kültürlenme çok büyük rol oynadıkları kabul edilmektedir. Bu anlamda gazete, herkes tarafından okunan tek kitap olarak kabul görmektedir (Bektaş, 2013, s. 130).

Sahip oldukları içerik ve kaynak olarak televizyondan daha kapsamlı bir bilgilendirme yapan gazeteleri okuyan insanların, televizyon izleyenlere oranla toplum hakkında daha çok bilgiye sahip oldukları kabul edilmektedir. Bu açıdan bakıldığında gazete tüketen vatandaşların siyasal katılımında bulunurken daha bilinçli ve olayların daha çok farkında oldukları varsayılmaktadır (Balcı vd., 2013, s. 75).

Siyasal katılım bazında gazetenin radyo ve televizyondan ayrılan bazı özellikleri şöyle sıralanmaktadır:

- Ulaşılabilirlik ve satın alma bazında ucuz olması bir tercih sebebi olarak görülmektedir.
- Gazete okuyucuları televizyon izleyicilerine göre daha çok bilgiye sahiptirler.
- Gazetelerin reklam yayınlama sürecinde yer sıkıntısı bulunmamaktadır. Seçim dönemlerinde özellikle fazla reklam alındığında gazetelerin sayfalarını arttırdıkları görülmektedir.
- Bölgelere göre basıldığından dolayı o bölgedeki seçmene hitap edecek reklamlarla adayların tanıtım imkânı artmaktadır (Devran, 2004, s. 235-236).

1.5.1.2 Radyo

Siyasal kampanyalar açısından önemli değişikliklerin yaşandığı bir diğer buluş da, 1920 yılında ticari yayınlara başlayan radyodur. Siyasal kampanyalarında radyoyu kullanan ilk devlet Amerika Birleşik Devletleri olmuştur. Türkiye'nin seçim kampanyalarında radyoyu kullanması ise Amerika'dan yaklaşık 25 yıl sonra 1946 yılında olmuştur (Devran, 2004, s. 23).

Radyoyu gazeteden farklı kılan en belirgin fark, eğitimi olmayan, okuması ve yazması olmayan ya da bu özelliklere sahip ancak gazete okumayan kesimi etkisi altına alabilmiş olması olarak gösterilmektedir. Bunun yanında siyasal propaganda açısından da önemli bir işleve sahip olan radyo, sahip olduğu bu işlevi sayesinde bir siyasi partiyi tek başına zirveye taşıyorsa da, onun zirvede kalması için yaptığı propaganda yayınları ile kitleleri daima etkisi altında tutmaya çalışmaktadır (Bektaş, 2013, s. 135).

Sadece siyasal propaganda alanında değil, aynı zamanda birtakım yeniliklerin topluma benimsetilmesinde de radyoya başvurulmuştur. Gazete okumanın az olduğu kırsal kesimde yaşayan insanlara, yeniliklerin benimsetilmesi süreci radyo ile yapılmıştır (Aziz, 1982, s. 55).

Devran (2004, s. 237-238-239) Radyonun belirleyici bazı özelliklerini şöyle sıralamaktadır:

- Diğer kitle iletişim mecraların oranla daha ucuza reklam verilebilmesinden dolayı, düşük bütçeli siyasiler tarafından yoğun bir şekilde tercih edilmektedir.
- Belirleyici bir diğer özelliği ise hedef kitesinin belirleyici olmasıdır. Bu da vereceği mesajların doğru kitle tarafından alındığından emin olmasını sağlamaktadır.
- Yayın ve yapım aşaması basit bir mantığa dayandığından rakip adayın tahrikleri ve saldırılarına hızlı bir şekilde yanıt verilebilmektedir.
- Bireylerin telefon ile arayarak yayına bağlanabilmeleri etkileşimli bir kampanya sunulmasına imkan sağlamaktadır.

Radyoda görüntünün olmaması ve sadece sese dayalı bir yayın yapma imkanı sağlaması nedeni ile, radyodan tanıtım yapacak adayın sesini çok dikkatli kullanması ya da başka bir ses kullanmayı tercih etmesi gerekmektedir. Sesin yanında

propagandasında kullanacağı müziklerde en az ses kadar büyük önem taşımaktadır (Balcı vd., 2013, s. 83-84).

1.5.1.3 Televizyon

Hareketli görüntü kaydeden kameralara sesinde kayıt edilmeye başlanması 1927’li yıllara dayansa da, televizyonlarda siyasal propagandaların yapılmaya başlanması 1952 yılını bulmuştur. Televizyonu siyasal propagandalarında ilk kullanan devlet radyoda olduğu gibi yine Amerika Birleşik Devletleri olmuştur. Türkiye’de seçim propagandalarında televizyonun kullanılması ise ancak TRT’nin kurulmasının ardından başlayabilmiştir (Devran, 2004, s. 24-25-26).

Seçim çalışmalarında radyonun yüklendiği görevi, bugün televizyon üstlenmiştir. Göz ve kulağa aynı anda hitap edebilmesi radyonun etkinliğini azaltmış ve seçim çalışmaları büyük oranda televizyondan yapılmaya başlanmıştır. İçerisinde yaşadığımız toplumlarda geçerli demokrasi modeli olan temsili demokrasilerin meşruiyetlerini dayandırdıkları temel noktanın siyasal katılım olması nedeni ile televizyonun bireyi siyasal katılıma yönlendirme boyutu da göz ardı edilmemelidir (Bektaş, 2004, s. 135).

Televizyon, gazete gibi sadece okuma yazma bilene, radyo gibi de sadece okuma yazma bilmeyen ya da gazete okumayana hitap etme özelliğini taşımamaktadır. Onun en önemli özelliği eğitimlisinden eğitimsizine kadar toplumun bütün kesimlere hitap edebilmesi olarak görülmektedir (Balcı vd., 2013, s. 85).

Toplumsallaşma sürecinin siyasal toplumsallaşma ayağının radyo ve televizyon ile başladığı söylenmektedir. Aynı şekilde kişinin bilgilene, siyasal katılım ile ilgilenme ve siyasal katılım faaliyeti içerisine girmesinde radyo ve televizyonun büyük etkisinin bulunduğu kabul edilmektedir (Aziz, 1982, s. 56).

1.5.2 Sosyal Medya ve Siyasal Katılım

Siyasal davranışlar ve özelinde siyasal katılım davranışı, iletişim teknolojilerindeki artış ile birlikte yeni bir hal almıştır. Gazetelerden sonra radyonun, onun arkasından da televizyonun insanlar üzerindeki etkilerinden dolayı, söz konusu medya türü dördüncü güç olarak anılmakta idi. Bu iletişim teknolojilerinin toplum üzerindeki etkileri düşünüldüğünde yasama, yürütme ve yargıdan sonra medyanın dördüncü güç olduğunu söylemek mümkündür. Yine toplum üzerindeki etkileri düşünüldüğünde, yeni bir güç, her geçen gün ilerlemektedir. Beşinci güç denilen

internet, geleneksel medya gibi toplumu etkisi altına alırken, aynı zamanda geleneksel medyadan giderek farklılaşmaktadır (Özkaynar, Altunışık ve Yolcu, 2017, s. 99).

Kitle iletişim araçlarının önemli görevlerinden biri de demokratik süreçlerin işleminde üstlendikleri rollerdir. İçerisinde yaşadığımız zaman diliminde medya olarak da adlandırılan kitle iletişim araçlarının, dördüncü güç şeklinde adlandırılmalarının yanında, demokrasi kültürünü toplum içinde tekrardan şekillendirerek demokrasiyi güçlendirmesi ve siyasetin sivilleştirilerek daha güçlü bir zemine kavuşturulmasına da katkıda bulunması beklenmektedir (Dündar, 2018, s. 102). Siyasi aktörler ve kamuoyu arasında bir köprü görevi gören medya, demokratik toplumun vazgeçilmez bir unsurudur. Siyasi mesajlarını topluma aktarmak ve bu yolla seçmenlerin desteğini kazanmak isteyen siyasetçiler, kitle iletişim araçlarına başvurmaktadır. Seçim zamanlarında kişinin tercihlerini ve oyunu vereceği partiyi seçme noktasındaki davranışlarını belirleyen önemli bir araçtır medya. Bu mecrada yayınlanan araştırma, siyasal reklam ve propagandaların seçmenin davranışlarını etkilediği bilinmektedir (Çağlar ve Asıgbulmuş, 2017, s. 182).

Teknolojinin giderek artan bir şekilde hayatımızı sarması ve dijitalleşmenin hızlı gelişimi 'yeni medya' kavramını aynı hızla hayatlarımıza sokmuştur. Bu hızlı dönüşüm birbirinden farklı alanların dönüşümünü de beraberinde getirmiştir. Böylece yeni medya terimi gündelik, akademik, ekonomik, kültürel ve siyasal dilin bir parçası haline gelmiştir. İletişim tarihinin akışını değiştiren ilk kavram yeni medya olmasa da günümüz dünyasında iletişim alanında bir kırılma noktası oluşturmaktadır (Meriç, 2014, s. 1)

İnternet tabanlı mecraların önemli bir özelliği olan, bilginin anında dünyanın her tarafına iletilmesi, dikey bir iletişim sürecine imkan tanıyan ve tek taraflı sınırlı bir etkileşim imkanı sağlayan geleneksel medyaya ciddi bir alternatif olmuştur. Sanal bir kamusal alan haline dönüşen bu yeni iletişim ortamları, ulus devletlerin gücünü kırıp, sivil bir gücün oluşacağı kanaatinin olduğu savunulmakta, ve katılımcı, demokratik bir kamusal oluşturacağı fikri çeşitli tartışmaların doğmasına neden olmaktadır (Karagöz, 2013, s. 132).

Sosyal medyanın etkisinin giderek artması, insanların daha fazla siyasal katılım eyleminde bulunmasına yol açmaktadır. İnternet ve özelinde sosyal medya

araçları, insanların çevreleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olmalarına olanak tanımakta ve artan bilgi ile insanların iletişim araçları ile düşünce ve görüşlerini paylaşarak siyasal katılım göstermelerini sağlamaktadır. Medya yoluyla farklı toplumların birbirini tanımaları, etkileşim içinde bulunmaları ekonomik, siyasi, sosyal alanlarda işbirliği yapmalarında etkili olmaktadır (Bostancı, 2014, s. 7-8)

Sosyal medyanın siyasal iletişim ve siyasal katılıma etkisi bakımından çeşitli avantajlarının olduğu söylenebilir. Sosyal medyanın toplumun tamamı tarafından kullanılan ve yaygınlık kazanan bir alan halini alması, onu demokrasinin gelişmesi için alternatif bir mecra olarak görülmesine yol açmıştır. Bireylere sunduğu avantajlar sayesinde siyasal katılımı kolaylaştırdığı ve vatandaşların siyasal süreçlerdeki rolünün de daha aktif olacağı düşünülmektedir (Dündar, 2018, s. 102).

1.5.2.1 Siyasal Katılımda Sosyal Medyanın Rolü

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde önemli değişim ve dönüşümlerin yaşandığı günümüzde, eski dönemlere ait iletişim araçları ve iletişim etmenleri de köklü değişimlere uğramıştır. Siyasal katılım biçimlerinin de, yaşanan bu değişim ve dönüşümden nasibini aldıkları söylenebilir. Kitle iletişim araçlarının ulaştığı aşama, siyasal iletişimin de seyrini değiştirdiği ifade edilmektedir (Özer, 2014, s. 192).

İnternetin askeri kullanım alanından çıkartılıp sivil kullanıma açıldığı 90'lı yılların başından itibaren, internet kullanımının giderek yaygınlaşmasıyla birlikte, siyasal iletişimde bu yöne doğru kendisine yer bulmaya çalıştığı görülmektedir. Yaşanan bu süreç diğer alanlarda etkili olduğu gibi siyasal iletişim alanında da etkisini göstermiştir. Siyasal iletişimin yöneldiği bu yeni alanda alışkanlıkların, fikirlerin ve davranışların da yenileşmeye doğru gittiği, siyasetçi, parti ve grupların kesintisiz etkileşimli iletişim kanalları aramaya başladıkları ve bunun neticesinde aynı anda, video, fotoğraf, yazı ve sesin kullanıldığı pek çok içerik ve mecra ile yayılmaya başladıkları görülmektedir (Kurtuluş, 2018, s. 19-20).

Siyasal aktörler yalnızca seçim dönemlerinde değil, siyasal yaşamın her anında siyasal iletişime ihtiyaç duymaktadır. Bu siyasal aktörler, seçmenlerini/vatandaşlarını devamlı olarak bilgilendirmektedirler. Böylece onlardan aldıkları desteğin devam etmesini sağlamaktadırlar. Bu bağlamda seçmenleriyle

sürdürülebilir bir iletişim sürecini siyasal aktörlerin hayata geçirmeleri bir zorunluluk haline gelmektedir (Doğan ve Alptekin, 2018, s. 739).

Demokrasi, siyasal katılım ve siyasal iletişim içerisinde çoğulcu bir sistemin oluşmasına dönüktür. Bu anlamda medyanın, siyasal iletişimi geliştirmek ve yaygınlaştırmak amacıyla yaptığı çalışmalarla ile çoğulcu ve katılıma açık bir mekanizmanın oluşturulması aşamasında ciddi bir görev üstlenmektedir (Karaçor, 2009, s. 130).

Kitle iletişim araçlarıyla siyasal içerikli konuların işlenmesi, geniş bir kitlenin siyasal sisteme ilgi duymasına ve demokrasi konularında bilinçlenmesine katkı sağlamaktadır. Bu ilgi ve bilincin artması en yaygın siyasal katılma şekli olan “oy verme” davranışında etkili olmaktadır. Bu durumda demokrasinin daha anlamlı ve işlevsel olarak varlığını ortaya koymasını sağlamaktadır (Hülür, 2006, s. 117).

Siyaset ve medya ilişkisi günden güne artmaktadır. Bu ilişkiyi güçlendiren etken iletişim teknolojilerinin sürekli gelişmesidir. Sosyal medya ve siyaset arasındaki ilişkisinin güçlenmesi ile gelişmiş ülkeler, siyasi liderleri belirleyebilecek potansiyele sahip medya gücü oluşturmuşlardır. Sosyal medya gücünü elinde bulunduran veya medyaya hükmetmeyi başaran gruplar siyasi iradeyi de belirleyecek gücü kazanmaktadır. Sosyal medyayı özellikle genç ve orta yaş nüfus tarafından etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Bu nedenle sosyal medya bu mücadelenin yeni yeri haline gelmiştir. Günümüzde siyasetçiler sosyal medyayı düzenli olarak takip etmektedir. İletmek istedikleri mesajları doğrudan veya dolaylı olarak sosyal medya üzerinden ulaştırmaktadır (Özgün, 2014, s. 6).

Bugün geldiğimiz noktada kamusal alan ve siyasal katılım, yazılı ve görsel-ışitsel medyanın etkisinde şekillenmektedir. Radyo ve televizyon gibi tek yönlü iletişime imkan sağlayan araçlarla kıyaslandığında, bireylerin düşüncelerini rahatlıkla ifade edebilmelerine ve bilgilerin paylaşılmasına imkan sunan internet tabanlı mecralar, geleneksel medyaya oranla daha çoğulcu ve demokratik alanların oluşmasına imkan sağladığı düşünülmektedir (Kutlu, 2018, s. 94).

İnternet ve sosyal medyanın, siyasete katılım davranışına pozitif yönde bir etkisi bulunmaktadır. Eskiden evlere, arabalara veya ceket yakalarına rozet şeklinde parti sembolleri asılırken şimdi de profil sayfaları bu tip materyaller ile kişiselleştirilmekte ve bu görevi görmektedirler. Bireyler, sosyal medyada gün içinde

onlarca, yüzlerce defa siyasi mesajlara maruz kalmakta, kendileri de paylaşımları tekraren paylaşmaktadırlar. Başkalarının yaptığı paylaşımlara yorum yapma imkânı da siyasal katılım oranını doğal olarak yukarıya çekmektedir (Özkaynar, Altunışık ve Yolcu, 2017, s. 107).

Kitle iletişim araçları siyasal katılmayı, siyasal katılma ise kitle iletişimini arttırmaktadır. Kitle iletişim araçları, siyasal görüşleri ile siyasal örgütler arasındaki mesafeyi azalmaktadır (Yücekök, 1987, s. 27). Sosyal medya, seçmenleriyle iletişim kurma, onları yaptıkları hakkında bilgilendirmeyi amaçlayan siyasal aktörlerin önemli bir iletişim aracıdır. Ayrıca sosyal medya seçmenlerin kendilerine vermek istediği mesajları alabilecekleri bir platform olma özelliğine de sahiptir. Sosyal medya sayesinde siyasal aktörler ile seçmen arasında daha yoğun ve doğrudan iletişim/etkileşim imkânı ortaya çıkmıştır. Bu durum demokrasinin gelişmesini ve siyasal katılımın artmasını sağlamaktadır (Doğan ve Alptekin, 2018, s. 741).

Artan teknolojik imkânlar ile birlikte bilgi edinme, haberleşme ve örgütlenme olanaklarının arttığı ve bu durumun gençlerin siyasal yaşama katılım düzeylerine de etki ettiği görülmektedir (Gültekin, 2017, s. 1563). Sosyal medyanın insanların fikirlerini değiştirme, bir karmaşa ortamı çıkarma gibi etkileri bulunmaktadır. Bu nedenle de sosyal medyanın etkisi daha önceki yıllara oranla günümüzde oldukça fazladır. Dolayısıyla siyasal toplumsallaşma sürecini daha fazla etkilemektedir (Teke, 2016, s. 13).

Demokrasinin temelinde bireyler arasındaki iletişim yer almaktadır. Bireyler arasında iletişim sürecinin pozitif olması, siyasal katılımın yaygınlaşmasına imkan sunmaktadır. Bir toplumda, vatandaşlar kendileri gibi düşünenlerin ve kendileri gibi düşünmeyenlerin fikirlerine saygı duydukları müddetçe, toplumdaki demokrasi süreci gelişecektir. Vatandaşların siyasetin alacağı kararlara katılımı ise genel itibarıyla kitle iletişim araçlarının aracılığıyla olmaktadır. İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler neticesinde, farklı kültürlerden, farklı dillerden ve farklı etnik yapılardan insanların kendi aralarında kolay bir şekilde iletişim kurmalarını sağlamaktadır. Bu sayede siyasete ilgisi olmayan bireyler bile siyasete yönelmekte, siyasal katılımın artmasını ve demokrasinin gelişmesini sağlamaktadır (Karaçor, 2009, s. 131).

Sosyal medya araçlarıyla bir siyasal iletişim kampanyasının nasıl gerçekleştirildiğini Bayraktutan vd., (2012, s.7) şöyle açıklamaktadır:

- “Siyasi parti ve liderlere ilişkin enformasyonun yayılması ve bu enformasyonun sürekli güncellenmesi,
- Kullanıcıları gerek çevrimiçinde gerek çevrimdışında siyasi parti ve liderin yapıp eylediklerine dâhil olmaya/destek vermeye çağırma,
- Siyasi parti ve liderle kullanıcının sanal ortamda etkileşime girmesine olanak tanıma,
- Sosyal medya uygulamasını kullananlar üzerinden sosyal ağ oluşturma, çevrimiçi sanal topluluk yaratma ve bu sanal topluluk desteğini çevrimdışına belli koşullarda taşıyabilme,
- Hipermetinsellik özelliği nedeniyle siyasi parti ve liderinin söylemsel pratiklerinin yayılmasına olanak tanıma,
- Kullanıcı türevli içeriğin paylaşımına olanak sağlamadır”

Tüm bunların yanında kişisel etkileşim ağları olarak öne çıkmış olan sosyal medya, yoğun bir şekilde siyasal propaganda aracı olarak da kullanılmaktadır. Bu anlamda sosyal medya, siyasal katılım için yeni kanallar ortaya koyabilen bir yapıyı içermesine olanak tanımaktadır (Sağlam, 2016, s. 44).

İnternet mecrasının demokrasiye sağladığı yararların başında siyasal katılım düzeyini arttırmasının geldiği görülmektedir. Siyasal parti ve adayların çalışmalarını, projelerini internet mecralarından yayınlamaları ve vatandaşların bu mecralar üzerinden siyasetçilere ulaşabilmeleri, bireyleri internet mecraları üzerinden siyasal katılıma itmektir. Demokrasi ve demokratik kurumlar bakımından ayrılmaz bir kavram olan siyasal iletişim sisteminin iyi ve planlı bir şekilde işlediği devletlerde demokrasinin gelişmesi ve demokrasiye olan güven kolay olmaktadır. Bu sayede kamuoyu adına alınan kararların verilmesi sürecinde tüm vatandaşların katılımı söz konusu olmakta ve çatışmaların önüne geçildiği görülmektedir (Karaçor, 2009, s. 125).

1.5.3 Siyasal İletişim 2.0

Siyasal iletişim 2.0, sosyal medyanın verdiği imkanlar ile siyasal iletişim çalışmalarının sosyal medya araçları ile aktif olarak kullanılması süreci olarak belirtilebilir. Sosyal medya platformlarında sürekli gelişen içerikler ve etkileşimde

bulunma alışkanlığının artması, yeni bir dil oluşturmaya kadar ilerlemiştir. Bu öyle bir dil ki; önemli marka temsilcilerinden, siyasi liderlere kadar herkes bu dili konuşmak ve sosyal medya platformlarından tekil kullanıcılarla etkileşim içerisine girmek zorunda kalmıştır. Bunun nedeni, Web 2.0’ın teknolojisinin sosyal medya aracılığı ile gücünü kanıtlamasının ardından, çeşitli markaların veya siyasetçi/siyasi partilerin bu platformlarda etkileşime girmesinin kaçınılmaz olmasıdır. Ayrıca Web 2.0’ın doğası gereği gerçekleşen etkileşimler, birçok düşünürün ve siyasetçinin öngörülerinin aksine, farklı değişimlere imza atacak kadar güçlü bir araç haline gelmiş, hatta ulusal kanallardan bile daha büyük bir kitleyi harekete geçirme gücüne sahip olmuştur (Kurtuluş, 2018, s. 14).

Tablo 2. Siyasal İletişim ve Siyasal İletişim 2.0 Karşılaştırma Tablosu

Özellik	Siyasal İletişim	Siyasal İletişim 2.0
İletişim Aracı	Geleneksel medya	Sosyal medya
İletişim Türü	Kitle iletişimi	Hem kitle iletişimi, hem kişiler arası iletişim
İletişim Şekli	Propaganda, Tek yönlü iletişim, Monolog	İki yönlü iletişim, Diyalog
Mesaj	Kitlesel	Kitlesel, Bireysel
Geri Bildirim	Düşük	Yüksek
İletişim Maliyeti	Yüksek	Düşük

Kaynak: (Bostancı, 2014, s. 88)

“Siyasal iletişim ve siyasal iletişim 2.0 “iletişim” özellikleri itibariyle tablo 3’te karşılaştırılmıştır. Tabloya ilişkin bilgiler şu şekildedir:

- **İletişim Aracı:** Siyasal iletişim için geleneksel medya yani televizyon, gazete ve radyo stratejik bir öneme sahipken, siyasal iletişim 2.0 için sosyal

medya yani Facebook, Twitter, LinkedIn vb. ortamlar olarak ön plana çıkmaktadır.

- **İletişim Türü:** Siyasal iletişim kitle iletişimini daha sık kullanırken, siyasal iletişim 2.0 kitle iletişiminin yanında kişilerarası iletişimi de tercih etmektedir.
- **İletişim Şekli:** Siyasal iletişim’de propaganda, tek yönlü iletişim ve monolog yaygın kullanılırken, siyasal iletişim 2.0’de iki yönlü iletişim ve diyalog daha yaygın kullanılmaktadır.
- **Mesaj:** Mesaj siyasal iletişimde genelde kitleleri hedef alırken, siyasal iletişim 2.0 mesajı kitlelere, gruplara ve bireylere göre şekillendirebilme imkanı sunmaktadır.
- **Geri Bildirim:** Siyasal iletişim’de geri bildirim seviyesi ve imkanı düşükken, siyasal iletişim 2.0 geri bildirim kolaylığı sağlamakta ve geri bildirim seviyesi yüksek olmaktadır.
- **İletişim Maliyeti:** Siyasal iletişimde kampanya ve tanıtım maliyetleri yüksek iken, siyasal iletişim 2.0 maliyeti daha düşük hatta ücretsiz kampanya çözümleri sunmaktadır” (Bostancı, 2014, s. 88-89).

İnternet platformları, haber yazımında önemli kurallardan biri olan bilginin doğrulanması ve daha sonra yayınlanması sürecinin, internet mecrasında pek geçerliliğinin olmamasından dolayı güvenilirlik problemi yaşamasına rağmen, vatandaşların isteklerini ve düşüncelerini siyasal makamlara doğrudan ulaştırabildikleri en önemli mecra internet olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, internet tabanlı platformların siyasal katılım sürecini geliştirdiği ve siyasal makamları daha etkin kıldığını söylemek mümkün olmaktadır. Dolayısıyla internetin, temsili demokrasilerde bir aracı konumunda görülebilmektedir (Karaçor, 2009, s. 129).

1.5.3.1 Sosyal Medya ve Siberaktivizm

Yaşanılan dönemin modern olarak adlandırıldığı varsayılarak, bu dönem öncesinde de çeşitli kültür, medeniyet ve toplumlarda siyasal iktidarlara karşı toplumsal eylem ve karşı koyma hareketlerinin yaşandığı görülmektedir. Ancak içerisinde yaşadığımız günümüz alan yazın çalışmalarında bu kavram daha çok

modern dönemde yaşanan hareketler için kullanıldığı kabul edilmektedir. Günümüz toplumundan önce var olan toplumlarda yaşayan bireylerin toplumsal birikiminin farklı olması, yaşadığımız dönemdeki bireyin yeni bir hayat biçimini ortaya çıkarmış olması, toplumsal hareketlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu açıdan bakıldığında toplumsal hareketler, kendilerini oluşturan toplum ve bireylerin, ortaya konulan rasyonelleşmeye karşıt bir reaksiyon olarak var olduğu söylenmektedir (Babacan, 2015, s. 296).

Fransızca *activisme* kelimesinden gelen aktivizmi, Türk Dil Kurumu etkinsilik olarak tanımlamaktadır (www.tdk.gov.tr). Bir grubun, çeşitli kurum ve kuruluşlara baskı oluşturup, problemleri olarak baktıkları faaliyet, uygulama ve politikaları değiştirmek için yapılan baskı süreçlerini ifade etmektedir. Aktivizmin toplumda ortaya çıkışı ve yayılması, toplumdaki bireylerden bir kısmının, politikalarda bir problem görmeleri ile meydana gelmektedir. Problemleri görülen bir konu ile ilgili yapılan eylemler aktivizm olarak ifade edilirken, bu eylemlerde bulunan kişiler ise aktivist olarak tanımlanmaktadır (Yılmaz vd., 2015, s. 486).

Küreselleşme ve Küreselleşme ile birlikte İnternet tabanlı uygulamaların iletişim ve etkileşim sürecini dönüştürmesi, toplumsal hareketler ya da aktivist hareketlerin şeklinde de değişime yol açmıştır. Toplumsal hareketlerin ortak bir çıkar çizgisinde birlik olmaya ve içerisinde muhalif düşüncelerin var olmasına, canlı ve ortaklaşa bir tutum olmasına dikkat çekilmektedir (Karagöz, 2013, s. 139).

Türkiye’de internet kullanımı ve bu kullanıma bağlı olarak sosyal medya kullanımının arttığı görülürken, bu kullanımın ağırlıklı olarak genç nüfus arasında daha yoğun olarak yaşandığı görülmektedir. Oy kullanmak haricinde geleneksel siyasal katılım davranışlarının sosyal medyaya evrildiği ve gençlerin bu mecralarda siyasal katılım davranışlarında bulunması düşüncesi araştırmacıların kabul ettiği başlıklar arasında yer almaktadır (Göksu, 2016, s. 68)

Demokrasinin devamlılığı ve kalitesi bakımından sosyal hareketler ve protestolar önemli olarak görülmektedir. Meydana gelen bu sosyal hareketlerin, demokratik yollarla toplumun huzursuz olduğu konuları dile getirebilmesi ve azınlıkta kalan grupların seslerini duyurabilmeleri, farklı yapıların çözüm önerilerinin toplumun diğer bireyleri tarafından duyulabilmesi gibi demokrasi ile doğrudan ilişkili çeşitli amaçları bulunmaktadır. Günümüz demokrasi sistemi

içerisinde yaşanan bu tür hareketler normal bir siyasal katılım aracı olarak görülmektedir (Göksu, 2016, s. 69).

Siyaset ve sosyal medyanın beraber anılmasını sağlayan ve dünyada meydana gelen çeşitli olayların da etkisi ile sosyal medyanın geleneksel medya kadar siyasal iletişimin yaşandığı bir ortama evrildiği görülmektedir. Bu anlamda dünyada yaşanan dört önemli gelişmeye bakılmaktadır.

- ABD başkanı Barack Obama'nın sosyal medya temelli yürüttüğü seçim propagandası
- 2010 yılında başta Amerika olmak üzere pek çok devletin gizli yazışmalarının ortaya çıkmasına yol açan ve Wikileaks.org üzerinden belgelerin yayınlanması
- Tunus'ta başlayan ve birçok Ortadoğu devletine yayılan ve "Twitter Baharı" olarak da adlandırılan olaylar.
- Ülkemizde yaşanan Gezi Parkı olayları (Bostancı, 2015, s. 85-90).

1.5.3.2 Siyasal İletişim 2.0 ve Sosyal Ağlar

Siyasi partiler ya da adaylar, gerek seçim zamanı kampanya süreçlerinin yürütülmesi, gerek seçim sonrası sürecin tamamında internet tabanlı sosyal medya mecralarından yararlanmaktadırlar. Özellikle bütçe ve ekip anlamında zayıf kalan aday ve partilerin uygun bütçe ile kampanyalarını yürütme imkanları oluşmaktadır.

Günümüzde sosyal medyanın yayılması ile beraber siyasal katılım düzeyleri de hem artmış, hem de daha görünür olmuştur. Bir kullanıcının Facebook ya da Twitter hesabına baktığımızda neredeyse hemen herkesin siyasi görüşünü, siyasal olaylar karşısındaki fikirlerini öğrenmeniz mümkündür. Twitter'da sayfa akışı saniyeler içinde gerçekleşmekte, Facebook'ta ise bir günde milyarlarca paylaşım yapılmaktadır. Bir olay, bir haber, bir fotoğraf bile hızla yayılmakta hemen herkes bu konudaki fikrini beyan etmektedir. Başkaları ile etkileşime girilmekte, fikirler karşı tarafa aktarılmaya çalışılmaktadır. Normalde seçimden seçime sadece siyasi parti yönetimlerinin yaptığı vatandaşları ikna ve siyasi partiyi veya görüşü anlatma çalışmaları, günümüzde masa başında hemen her an her saniye sürdürülmektedir (Özkaynar, Altunışık ve Yolcu, 2017, s. 101).

Sosyal medya, duygu, düşünce, siyasi görüş, fikir, sitem, nefret gibi birçok konu üzerine insanların resim, ileti, video ve ses gibi içerikleri paylaştığı veya paylaşılan içerikleri tükettiği, belirli gruplara katıldığı, gideceği etkinlikleri bile mecra üzerinden aldığı davetler veya açtıkları etkinliklerle planladığı, çevresinde olanı biteni takip ettiği bir mecra haline gelmiştir. Siyasi haberlerden, doğal afet bildirimlerine kadar aktüel konular bu sitede içerik olarak bulunur ayrıca kişiselleştirilen ayarları sayesinde, kullanıcının ilgi alanına göre arkadaş, grup, etkinlik gibi öneriler bildirimleri alınır. Yine kişiselleştirilmiş ayarlar sayesinde ilgi alanı ve ihtiyacı olan ürünlerin reklamları Facebook sayfalarında yerini almaktadır (Kurtuluş, 2018, s. 17).

Sosyal medya, siyasal davranışların şekillenmesinde önemli etmenlerden biridir. Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal ağlarda paylaşılan fotoğraf, video veya yazılan siyasi içerikli konular bireyin siyaset alanına yönelik ilgi duymasını ve bu alanla ilgili bilgi sahibi olmasına olanak tanımaktadır. Bu bağlamda elde edilen bu bilgi üzerinden birey yeni bir siyasal davranış geliştirmekte veya var olan siyasal görüş ve davranışını düzenlemektedir (Dursunoğlu, 2017b, 1582).

Dünya liderlerinin önemli ölçüde kullandıkları sosyal medya Türkiye’de politika ve siyaset alanında da yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. İktidar partisinin veya diğer muhalif partilerin hepsinin sosyal medya hesaplarının da bulunduğu görülmektedir. Aynı zamanda mevcut iktidar parti ve muhalif parti liderlerinin hepsinin bir Twitter hesabı da bulunmaktadır (Görgülü, 2018, 52).

Blog, genellikle bireyler ya da gruplar tarafından, geniş izleyici kitlelerine ulaşmak için öneriler sunan sitelerdir. Blogların maliyeti web siteleri kadar yüksek değildir. Ayrıca teknolojik bilgi gerektiren internet araçları arasında da yer almazlar. Bilgisayar kullanma bilgisine sahip ve internete bağlanabilen herkes bir blog açabilmektedir (Kılıç, 2015, s. 50-51).

Facebook ve Twitter gibi sosyal ağlar da, oy oranını arttırabilmek için partilerin propaganda faaliyetlerini gerçekleştirdikleri önemli mecralar arasındadırlar. Ayrıca oy oranları düşük, siyasi güç olarak diğer partilere oranla gücü daha az olan ve geleneksel medyada kendilerine yer bulmakta zorlanan siyasi partilerin, düşük maliyetlerle ve eşik bekçiliğine takılmadan propagandalarını seçmenlerine

ulaştırabilecekleri bir alan olmaları da Facebook ve Twitter'ı çağımızın önemli bir kitle iletişim aracı haline getirmiştir (Balcı ve Sarıtaş, 2015, s. 518).

2009-2010 yıllarında Türkiye'de Twitter kullanımı yaygınlaşmaya başlamış ve özellikle dijital okuryazarlık seviyesinin yükselmesi sonucu genç milletvekillerinin Twitter hesapları üzerinden binlerce takipçi edinmelerine olanak tanımıştır. Özellikle genel seçimlerin yaklaştığı dönemlerde siyasi parti liderlerinin de Twitter'ı aktif olarak kullanmaya başladıkları görülmektedir (Bayraktutan vd., 2014, s. 67).

Twitter etkili bir siyasal platform görevi görmektedir. Bunu sağlayan paylaşım araçları ve kullanım şekilleridir. Doğası gereği fikir aktarımına uygun bir platform sağlar. Diğer mecralara oranla, düşünce beyan etme açısından ve bu beyan edilen düşüncenin paylaşılması açısından uygun bir muhteviyata sahiptir. Hem bireysel hem de kurumsal anlamda kendini ifade etmek, anlatmak ve araştırmak için kullanıcılara geniş olanaklar sağlar. Sonuç olarak Twitter sosyal medya mecralarında sesini duyurmak, tepki koymak, yardım istemek için en elverişli mecralardan biridir. Üstelik içerik bakımından diğer sosyal ağlara oranla daha fazla politik içeriğe sahip olduğundan siyasal iletişim için anahtar mecralardan biri haline geldiğinin de altını çizebiliriz (Kurtuluş, 2018, s. 18).

İnternetin bir iletişim alanı olarak düşüncecek olursak, normal bir kişinin pek çok kişi ile eş zamanlı veri paylaşımına girebilmesi demek olur. Bu sosyal medya mecralarının en önemli özelliği de bu çoklu paylaşım ve etkileşime olanak tanınmasıdır (Göker ve Doğan, 2011, s. 180).

Son dönemlerde ise canlı yayın yapma, uzun süreli video paylaşımlarında bulunma gibi özellikler eklenen Instagram, bu özellikleri nedeniyle geniş kitleler tarafından kullanılması, onun siyasal katılımında kullanılan bir araç olmasını da sağlamıştır. Birçok siyasi liderin Instagram hesabı bulunmakta ve aktif bir şekilde bu hesapları seçim faaliyetlerinde kullanmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA

2.1 Sosyal Medya Kavramı ve Gelişimi

İnsan ile başlayıp, insan ile süregelen bir kavram olan iletişim kavramı, insanların dünyada var olduğu günden bu zamana dek süregelen ve sözsüz, sözlü, görsel ve yazılı birtakım evrimlerden geçerek günümüze ismini vermiş bulunmaktadır (Güngör, 2018, s. 44). İnsanoğlunun yaratıldığı ve bir arada hayatını devam ettirmeye başladığı dönemden beri anlaşmak için iletişim önemli bir yoldur. Bu yola bakıldığı zaman daima gelişen ve geliştikçe bu yolda kullanılan araçların da değiştiği görülmektedir. İnsanların birlikte yaşamaya başlamasıyla beraber, kişiler arası iletişimin yanında kitle iletişim yöntemleri hayatın önemli bir gerekliliği konumuna gelmiştir. Son çeyrek yüzyılda yaşanan önemli gelişmeler kitlesel haberleşme yöntemlerini farklı bir evreye taşımış ve beraberinde toplumsal yaşamın alışkanlıklarını da değiştirmiştir (Göksu, 2016, s. 1).

Medya olarak da nitelendirilen kitle iletişim araçları, “mass media”, Latince araçlar anlamına gelen “media” ve İngilizce kitle anlamına gelen “mass” kelimeleri birleştirilerek türetilmiştir. Kamusal alanda bilgilenmek ve bu bilginin yayılmasını sağlama aşamasında bu araçlar önemli bir görev üstlenmektedir. Zaman içerisinde medya, iletişim alanında yaşanan teknolojilerdeki hızlı gelişmeler ve sundukları imkânlar sayesinde toplumsal hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelmişlerdir. Bu gelişme sürecinde internet tabanlı medyanın kullanımı genelleşmiştir (Binark, 2007, s. 122; Çağlar ve Köklü, 2017, s. 149).

Kitle iletişim araçları, bilgi, düşünce ve ifadelerin alışverişine imkan sağlayan, toplumsal örgütlenmeyi sağlamlaştırarak kamuoyunun meydana gelmesine katkı sunan, kişinin anlama, öğrenme ve anlatma gibi gereksinimlerini sağlayan, bireyler arası ilişkileri değiştirmekle kalmayıp aynı zamanda gelişmesini de sağlayarak yeni birtakım tutum ve davranışların oluşmasını ve yaygınlaşmasını sağlayan araçlar olarak tanımlanmaktadır (Ülkü ve Demir, 2013, s. 592). Teknolojinin ilerlemesi ile birlikte, üretilen her araç alt modellerine göre farklılıklar göstermektedir. Bu farklılıklar donanımsal ve işlevsellik ile alakalı olduklarından dolayı yeni olarak tabir edilmektedir (İşliyen, 2018, s. 137). Bu yenilikler toplumun

ve teknolojinin her alanında yaşandığı gibi medya alanında yaşanmaktadır. Bilgisayar ve internet alanında yaşanan değişimle beraber, geleneksel iletişim modellerinin çok yönlü dijital platformlara dönüşmesi sonucu ortaya çıkan etkileşimli medya yeni medya olarak tanımlanmaktadır (Misçi, 2006, s. 128). İletişim alanında yaşanan bu hızlı değişim ve dönüşümler yeni medyaya evrilme ve alışma sürecini de hızlandırmıştır.

Sürekli ilerleyen ve değişen teknolojiler, günümüz toplumlarının etkileşim alanlarının da değişmesini sağlamıştır. Özellikle son yıllarda adından hemen her yerde ve anda söz ettiren internet tabanlı uygulamalar; hayatımıza oldukça kısa bir süre önce girdiği halde neredeyse hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir (Dalaylı, 2018, s. 22).

Sosyal medyanın ortaya çıkışı ve gelişimine bakıldığında, internetin sivil kullanıma açılmasıyla sosyal medyadan bahsedilmeye başlandığı görülmektedir. Bu nedenle sosyal medya kavramına bakmadan önce internetin yaşadığı dönüşüme kısaca bakmakta yarar görülmektedir.

Sosyal medyanın altyapısını oluşturan internetin çeşitli süreçlerden geçtiği görülmektedir. Bu süreçler web 1.0, web 2.0 ve web 3.0 olarak ifade edilmektedir. Bu ifadelerden web 1.0; internetin sivil kullanıma açıldığı 1990'lı yıllardan web 2.0'in ortaya çıktığı 2000'li yılların başına kadar ki süreci ifade etmek için kullanılmaktadır. Bu dönemde kullanıcılar geleneksel medyada olduğu gibi tüketici-kullanıcı konumunda yer almaktadırlar. İnternet sitelerinden haber okumak, fotoğraflara bakmak gibi eylemlerde bulunmak üzere kullanılan süreçtir (Bostancı, 2015, s. 51).

2004'te yapılan bir konferansta Tim O'Reilly internette yaşanan yeni birtakım eğilimleri öncesinden ayırmak için web 2.0 kavramını ortaya atmıştır. Bu tarihte adını bulan ve etkileşime dayanan bu sürecin ardından, kullanıcılar artık sadece tüketici değil, aynı zamanda üretici konumuna geçmişlerdir (Bostancı, 2015, s. 51). İnternet mecrasında kullanıcıların etkileşim içerisinde kalmasını ve kullanıcıların birlikte üretip paylaştıkları ikinci nesill bir mecra olarak tanımlanan web 2.0 kavramı kullanıcıları tek yönlü ve pasif iletişim modelinden kurtarmıştır (Göksu, 2016, s. 14). İçerik üretmek için kodlama bilmenin gerekmediği sosyal medya mecrasında, içeriği tamamen bireyin kendisi belirlemektedir. İnsanlar bu uygulamalar ile devamlı olarak

birbirleri ile etkileşim halindedir. Özetle sosyal medya, zamandan ve mekândan bağımsız olarak paylaşımın, etkileşimin ve tartışmanın temel alındığı bir iletişim aracıdır. Teknoloji, iletişim ve sosyal iletişimin metin, fotoğraf ve video ve sesler ile oluşturulduğu bir şekilde sahiptir. Bireyler hikâyelerini ve tecrübelerini sosyal medya yolu ile paylaşmaktadırlar (Bostancı, 2010, s. 36)

2006 yılında New York Times’de yayınladığı makalesinde web 3.0 kavramını kullanan Jhon Markov ve sadece insanlar tarafından içeriğin üretilmeyeceği, aynı zamanda makinelerin de içerikleri yorumlayıp anlamlandırabildiği ve bu sayede insan ile insan arasındaki bir etkileşim sürecinden farklı olarak, makineden makineye ve makineden insana doğru bir etkileşim sürecinin olabileceğinden bahseden Tim Berners-Lee internetin geleceği konusunda fikir vermektedirler (Göksu, 2016, s. 16).

Tablo 3: İnternetin Dönüşümü Tablosu

Web 1.0	Web2.0	(Yakın gelecek) Web 3.0
Sadece okunabilir web	Hem yazılabilir, hem okunabilir web	Yazılabilir, okunabilir ve programlanabilir, semantik web
Platforma tamamen bağlı	Platforma kısmen bağlı	Platformdan tamamen bağımsız
İçerik tek yerde	İçerik desteklenen her cihazda	İçerik her yerde
Etkileşim tek yönlü, HTML tabanlı	Etkileşim çok yönlü, yorum tabanlı	Etkileşim makineler arası ve makine-insan arası
Sınırlı hız	Hızlı	Talep edildiği anda, çok hızlı
Şirketler	Topluluklar	Şirketler ve topluluklar aynı anda bir arada
Hız endişesiyle kırılmış ara yüzü	Zenginleştirilmiş, etkileşimli ve dokunmatik ara yüzler	Yaşamla bütünleşik, duyuyla şekillenen ara yüzler
Google, Amazon popüler temsilcileri	Facebook ve Twitter gibi sosyal medya mecraları popüler temsilcileri	Öne çıkan bir temsilcisi henüz yok

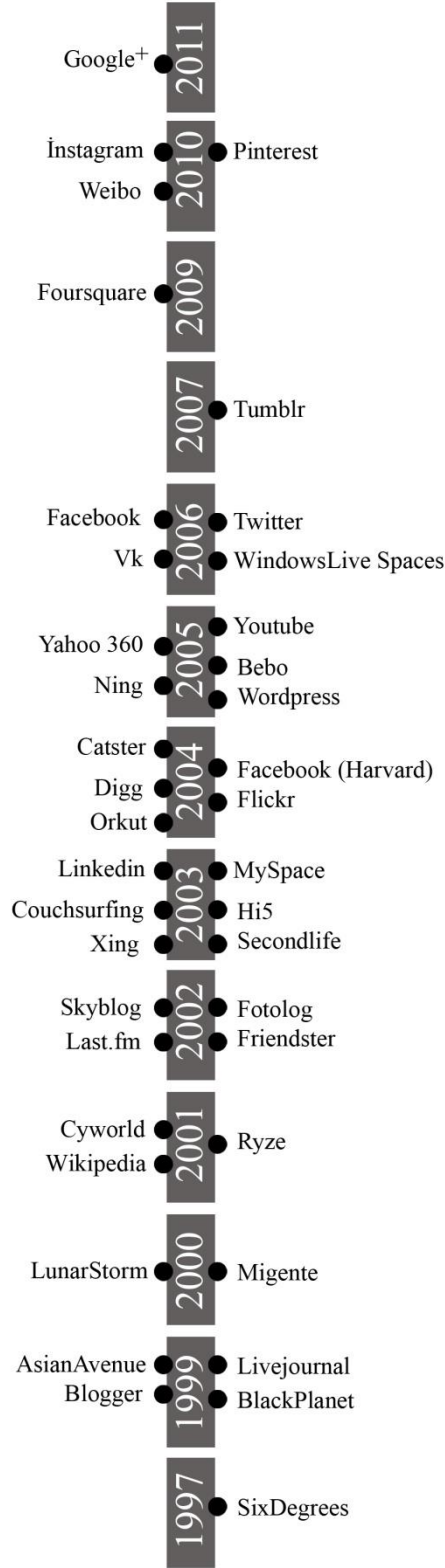
Kaynak: (Göksu, 2016, s. 17),

Yeni medya bağlamında ele alınan sosyal medya kavramına bakıldığı zaman, farklı tanımlarla karşılaşmak mümkündür. Kavramı anlamlandırmak için öncelikle kavramı meydana getiren sözcüklere bakılması gerektiğini belirten Kürkçü (2016, s. 64), “sözcüklere bakacak olursak, “sosyal” kavramı toplumla ilgili, toplumsal

anlamına gelmektedir. “Medya” kavramı ise iletişim kurmayı sağlayan ortamlar olarak ifade edilmektedir.”

Buna göre Köksal ve Özdemir (2013, s. 325), sosyal medyayı şu şekilde tanımlamaktadır: “Katılımcılarının online ortamlarda kendilerini ifade etme, iletişime geçme, gruplara katılma ve bu ortamlara fikir, yorum ve yayınlarıyla katkıda bulunma imkanı sağlayan sosyal içerikli web siteleri.”

Sosyal medyanın tarihsel süreç içerisinde yaşadığı gelişim ve değişim incelendiğinde araştırmacılar sosyal medyanın atasını, 1997 senesi yayına giren sixdegrees.com olarak kabul etmektedirler (Bostancı, 2015, s. 56). Sosyal medyanın günümüz anlamına kavuşması ise opendiary.com sitesinin kurulmasıyla olduğu kabul edilmektedir. 1998 yılında kurulan ve açık günlük anlamına bu site, çevrimiçi olarak günlük tutan kullanıcıları bir araya getirmesiyle blog kavramı ortaya çıkmıştır (Kaplan ve Haenlein, 2010, s. 61’den akt. Göksu, 2016, s. 20). Bu sitelerin ardından pek çok site kurulmuş ancak en büyük etkiyi 2001 yılında iş dünyasına hitap eden ve girişimcileri bir araya getirmeyi amaçlayan ryze.com sitesinin oluşturduğu görülmektedir. 2004 senesinde MySpace ve Facebook gibi sitelerin kurulmasıyla sosyal medya mecraları toplumda büyük ilgi ve kabul görmeye başlamıştır (Taydaş, 2018, s. 148).



Şekil 1: Sosyal Medya Araçlarının Tarihsel Sıralaması

Kaynak: (Bostancı, 2015, s. 57).

Sosyal medyanın diğer medya türlerinden ayrılan çeşitli özelliklerinin bulunduğu görülmektedir. Bu özellikler beş ana başlıkta toplanmaktadır.

- **Katılım:** Sosyal medyada bulunan bütün bireylerin katkıda bulunma ve geri dönüt sağlamaya özendirilir. Ortaya çıkan bu durum sonucunda içeriği üreten ile kullanan arasındaki sınır flulaşmaktadır (Göksu, 2016, s. 20).
- **Açıklık:** Sosyal medya araçlarının pek çoğu geri dönüt ve katılıma açıktır ve oylama ve yorum yapma gibi konulara özendirilir. Bu platformlarda nadiren kapalı içerik bulunmaktadır (Bostancı, 2015, s. 54).
- **Çift yönlü iletişim:** Geleneksel medyanın tek yönlü iletişimine karşın sosyal medya, kullanıcılara karşılıklı iletişim imkanı vermektedir. Kullanıcılar karşılıklı olarak duygularını, fikirlerini ve duygularını paylaşabilmektedir (Kürkçü, 2016, s. 74)
- **Topluluk:** Sosyal medya, kullanıcılara kısa bir süre içerisinde ilgili bir konu başlığı altında topluluklar oluşturmalarına imkan sağlamaktadır. Bu sayede ilgili konu ile ilgili karşılıklı olarak bilgilerini paylaşma fırsatı bulabilmektedirler (Kürkçü, 2016, s. 74).
- **Bağlantılılık:** Sosyal medya platformlarının çoğu, kullanıcılarına diğer herhangi bir internet mecrasına gitmek için link verebilme imkânı tanımaktadır (Göksu, 2016, s. 21).

Bunlardan yola çıkarak özetlendiğinde sosyal medya, internetin etkileşim imkanı sağladığı web 2.0 teknolojisinin ardından kullanıcıların, fotoğraf, yazı, video, ses gibi dosyaları ayrı ayrı ya da birlikte kullandığı, hem üretici hem de tüketici konumunda yer aldığı ve ürettiklerini başkalarıyla paylaşma ve başkalarının paylaştıklarına yorum ve eleştirilerle katkıda bulunabilme imkanı sağlayan, ortamlar olarak tanımlanabilir. Katılımcılarını pasif konumdan alarak üretici konumuna taşıyan ve aktif hale getiren sosyal medya, bu yönüyle kullanıcılarına büyük bir imkan tanımaktadır.

İçerisinde yaşadığımız zaman diliminde kişiler gündelik hayatlarının tüm alanlarında sosyal medyayı kullanmaktadırlar. Devletlerin ve özel sektör ülkelerin ve özel sektördeki şirketlerin gerekli altyapıları güçlendirmeleri ve kişilerin bilgisayar ve internete duydukları aşırı ilgiden dolayı bu artışların her geçen gün daha da yükseldiği görülmektedir (Köseoğlu ve Al, 2013, s. 110).

Sosyal medya ve yaygınlaşan internet kullanımı, kişilerin yaşamlarını ciddi oranlarda kolaylaştıran güçlü araçlardır. İnternet ve sosyal medya, özellikle gençlerin kolaylıkla erişebilecekleri uygunsuz içerikler ve gençleri kolaylıkla kandırabilecek kötü niyetli kişileri barındırmasından dolayı tehlikeli görülmele beraber, bilinçli kullanımı söz konusu olduğunda pek çok alanda fayda sağlamaktadır. Bu anlamda gençlere gerek dersleri gerekse de sosyal yaşamlarında pek çok başlıkta katkıda bulunabilmektedir (Demirel, Yörük ve Özkan, 2012, s. 66).

2.2 Sosyal Medya Araçları

Sosyal medyanın tanımlanmasında ortak bir görüşün ve sınırlamanın olmaması, sosyal medya araçları ile ilgili sınıflandırmayı da farklılaştırmaktadır. Bunda çok fazla sosyal medya aracının bulunuyor olmasının etkisi oldukça fazladır. Bir nevi çatı görevi gören bu kavramın altında bulunan araçların sayısı her geçen gün artarken, bu araçları tanımlayabilmek ve anlamlandırabilmek için çalışmada, bu araçların sınıflandırılmaları gerektiği düşünülmektedir. Bu sınıflandırılmada, aynı fonksiyonlara sahip araçlar bir başlık altında toplanacaktır.

2.2.1 Bloglar

Sayırsız okuyucuya erişebilme imkanına sahip olan bloglar, bazıları için çevrimiçi bir günlük, bazıları için geleneksel medyaya karşı kişisel bir medya sayfası, bazıları için ise kişisel fikir ve düşüncelerini yayınlama imkanına sahip alternatif bir yol olarak görülmektedir (İşliyen, 2018, s. 178).

Web 2.0 uygulamaları arasında en hızlı büyüme ve gelişme gösteren bloglar, sosyal medyanın en sık kullanılan uygulamaları arasında yer almaktadırlar. İlk olarak 1997 yılında kullanılmaya başlanan “Weblog” kavramı, çevrimiçi ağlar yolu ile kişisel günlük oluşturmak anlamına gelmektedir. Bireylerin ücretsiz olarak kendilerine ait bir sayfa açabilmeleri, pek çok farklı dil desteği vermesi ve kolaylıkla güncellenebilir olmaları gibi nedenler blogların tercih edilmesini sağlamaktadır (Elciyar, 2016, s. 43).

Bu tarz iletişime açık olan bloglar, siyasal alanın da ilgisini çekmeyi başarmıştır. Seçmenlere ulaşmada hızlı ve makul bir bütçe ile yapılabilir olması ve görsel ve işitsel bütün iletişim kanallarının bir arada kullanılabilir olması nedeniyle siyasal alanda yürütülen kampanyalarda ilk sıralarda yer almaktadır. 2008 yılı

Amerika Başkanlık seçimlerinde kullanılan kampanyada bloglardan yararlanılması en iyi örnek olarak gösterilmektedir (Aktan, 2017, s. 74).

Günümüzde kullanılan en yaygın örneğini Blogger olarak gösterebiliriz.

2.2.2 Mikrobloglar

Bir blog türü olan mikrobloglar, bireysel blogların aksine bireylerin anlık bildirimlerde ve paylaşımlarda bulunmasına imkan sağlayan ortamlar olarak değerlendirilmektedir (Utku ve Çal, 2012, s. 2). Bunun yanında bloglardan ayrılan en temel özelliklerinden biri de metin karakter sayısının sınırlı olmasıdır.

Düşüncelerini uzun uzun yazmak istemeyen, ya da düzenli bir şekilde blog tutmamakta zorlanan ve bu nedenle de blog kullanmayan bireyler açısından bakıldığında mikroblogların daha avantajlı hale geldiği görülmektedir. Bu anlamda bunun en iyi örneğini Twitter oluşturmaktadır.

2.2.3 Wikiler

Wiki adının esinlendiği nokta, Hawaii dilindeki çabuk anlamında kullanılan wikiwiki kelimesidir. En kısa haliyle wiki, bireylerin, web sayfalarını istedikleri gibi düzenlemesine imkan sağlayan bilgi sayfaları olarak tanımlanmaktadır. Bu sayede bireyler kolay bir şekilde kapsamlı dosyalar oluşturabilir ve bu dosyalar arasındaki versiyon farklılıklarını takip edebilmektedirler. Sayfaların arasında bağlantılar olması ve sayfaların şekillendirilmeleri sistem tarafından kendiliğinden yapılandırıldığı için bilgiye erişip bunu belgelemek oldukça kolaylaşmaktadır (Aytekin, 2011, s. 9).

İnterneti kullanan tüm bireylerin sayfalarda düzenleme yapabilmesine imkan tanıyan wikilerde, tüm okuyucular aynı zamanda yazar konumunda yer almaktadırlar. Arkasında yer alan temel fikir, pek çok kullanıcı tarafından okunup, düzeltilmesi ve bu sayede eksik ve yanlışların giderilmesi mantığına dayanmaktadır. Yayın itibarıyla bloglarla benzerlikleri olsa da, birden çok yazara sahip olması ve metinde değişiklik yapabilmeleri wikileri farklı kılmaktadır (Elciyar, 2016, s. 46).

Link aracılığıyla ifadeleri birbirine bağlayan wikiler, bilgiye ulaşmayı oldukça kolaylaştırmaktadır. Sayı anlamında pek çok çeşidi bulunan wikilerin tanınan örneklerine baktığımızda, Wikipedia, Wikileaks, Wikia, Wikihow ve Wikinews'i gösterebilmek mümkündür. Ülkemizde birebir aynı olmasa da benzerlik

gösteren İtü Sözlük, Ekşi Sözlük gibi siteleri gösterebilmekteyiz (Yazıcı, 2014, s. 56).

2.2.4 Forumlar

Forumlar, kullanıcının herhangi bir konu ve ilgilendiği alan ile ilgili başka kullanıcılarla fikir alışverişinde bulunabildikleri, öneriler ya da eleştiri ve şikayetlerde bulunarak ya da herhangi bir ürünün üzerine yaşadıkları deneyimlerden yararlanabildikleri sosyal medya mecraları olarak değerlendirilmektedir (İşliyen, 2018, s. 195). Kullanıcılar, öncesinde açılmış bir başlık üzerinde tartışmalara dahil olabildikleri gibi, yeni bir başlık açarak da tartışma başlatabilmektedirler.

Sosyal medya araçlarının en eskilerinden sayılan forumlar, gerçek ya da bir takma ad ile platformda yer alıp, aynı anda ya da yorumunu yazdıktan birkaç sonra cevap alabileceği şekilde sohbet ortamlarının olduğu bir meca olarak kabul edilmektedir. Bu platformlarda genellikle yapılan yorum bir admin aracılığıyla sürekli denetimden geçmektedir. Yaşantılarında başlarına gelen durumları paylaştıkları ve başkalarının bundan dersler çıkarmasını sağlamaları nedeni empati oluşmasını sağlayan mecralar arasında sayılmaktadır (Aktan, 2017, s. 83-84).

2.2.5 Sosyal Ağlar

Sosyal medyanın internet mecrasındaki gelişimine etki eden web 2.0 teknolojisi, bireyler arasında iki yönlü iletişim ve etkileşime imkan sağlayan bir protokoldür. Bu platformlarda İçerik, platformu kullananlar tarafından oluşturulmaktadır. Ortaya çıkışlarıyla birlikte ciddi bir kullanıcı sayısına ulaşan internet tabanlı sosyal paylaşım siteleri ile ünlenmişlerdir. İnternet kullanıcıları; arkadaşlarıyla iletişime geçmek, yeni arkadaşlıklar edinmek, kendileri ya da kendileri dışındakilerle fotoğraf, video, metin ve ses dosyaları gibi materyalleri paylaşmak gibi çeşitli etkileşim faaliyetlerde bulunmak için bu çevrimiçi platformları kullanmaktadırlar (Metin, 2016, s. 225).

90'lı yılların sonlarında var olmaya başlayan sosyal ağlar, birbirinden farklı şekillerde online toplulukları içerisinde barındıran web sitelerine verilen isim olarak tanımlanmaktadır. Başlarda bireysel etkileşimi arttırmak amacıyla kullanılan bu sitelerde, kullanıcılar ağlarını kendileri oluşturup, etkileşimlerinin kendileri tarafından sağlandığı görülmektedir (Aktan, 2017, s. 84).

Kişilerin belli sınırlar çerçevesindeki sistem içerisinde yarı ya da açık profil oluşturmalarına, eklemiş oldukları ya da takip ettikleri diğer bireylerin listelerini görmelerine ve onların sistemde yer alan bağlantılarını görüp gezabilmelerine izin veren web tabanlı mecraların hepsine birden sosyal ağ denilmektedir. Bu ağların ilk oluşum evresinde profillerine ekledikleri kişilerin genellikle yakın çevrelerinden insanlar oldukları ancak daha sonra arkadaşlarının arkadaşlarını yani tanımadıkları insanları profillerine arkadaş olarak ekledikleri ya da takip ettikleri görülmektedir. Bireyler isterlerse profillerini kapatma ya da açma özgürlüğüne sahiptir. İnternetin etkileşim mecrasına dönmesini sağlayan web 2.0 ile birlikte her gün daha da gelişen sosyal ağlar, gerek iletişim gerekse de etkileşimi arttırması ile büyük bir güç konuma gelmiş bulunmaktadır (Büyükşener, 2009, s. 19).

Birbirinden birçok farklı içerik ve özellikleri bulunan sosyal ağ siteleri şöyle gruplandırılmaktadır (Dawley, 2009, s. 11'den akt. Aktan, 2017, s. 88):

- Sosyal Siteler : MySpace, Facebook, Twitter
- Fotoğraf Paylaşım Siteleri: Flickr, Photobucket.
- Video Paylaşım : Youtube.
- Profesyonel Ağ Siteleri : LinkedIn, Ning
- Bloglar : Blogger.com, Wordpress
- Wikiler : Wetpaint, PBWiki
- İçerik Etiketleme : MERLOT, SLoog.
- Sanal Kelime : SV, Aktiveworlds, There , Whyville, Clup, Penguin, HiPiHi

2.2.5.1 Facebook

2004 yılında, yılında Zuckerberg tarafından yalnızca Harvard Üniversitesinde okuyan öğrenciler tarafından kullanılabilir şekilde yayınlanan Facebook, daha sonra Ekim 2005 yılında dünyada yaşayan tüm bireylerin kayıt olabileceği bir platforma dönüşmüştür. Bununla birlikte, bireylerin profillerini arkadaş olarak eklemedikleri insanlara kapatma özelliği sayesinde herkes herkesin profiline ulaşmamaktadır. Gizlilik ayarları Facebook'u önemli kılan başka bir faktör olmuştur. Diğer sosyal medya platformlarından farklı olarak Facebook, yazılıma ayrı bir destek vermiş ve bu sayede yeni yeni özellikler ile ağını güçlendirerek kullanıcılarının karşısına çıkmıştır (Dilmen ve Öğüt, 2010, s. 240).

Kullanıcı sayısı bakımından dünyanın büyük devletlerinin nüfusu ile yarışan Facebook, sosyal ağlar arasında ilk akla gelen platform olarak da karşımıza çıkmaktadır. Bütün yaş gruplarındaki bireylere hitap eden Facebook, sayfa ve gruplar aracılığıyla da ortak insanları bir araya getirmektedir (Bostancı, 2015, s. 67).

2.2.5.2 Twitter

İlk çıktığı 2006 yılında 140 karakter sınırlamasıyla kullanıcılarına hizmet vermeye başlayan Twitter, 2017 yılında karakter sayısını arttırarak 280 karakter ile kullanıcılarına hizmet vermeye devam etmektedir (Kürkçü, 2016, s. 87).

Hashtag, mention, retweet gibi çeşitli kavramları içerisinde bulunduran Twitter, yazı, fotoğraf, link ve video gibi görsel ve işitsel araçların tamamını aynı anda kullanabilme imkanı da tanımaktadır. Sosyalleşme ve etkileşim sahasının haricinde, Ortadoğu devletlerinin çoğunda yaşanan olaylarda da, sivil eylemlerin aracısı olma özelliğiyle önemli bir konumdadır. Sanat ve siyasal alanda pek çok kullanıcısı bulunan Twitter, popüler isimlerin geleneksel medyayı kullanmadan takipçilerine doğrudan ulaşabilme imkanı tanımaktadır (Bostancı, 2015, s. 63). Denilebilir ki geleneksel medyada çalışan gazeteciler, Twitter'da popüler insanların yapmış oldukları paylaşım ve açıklamaları alıp haberleştirmektedirler. Bu da sosyal medyanın geleneksel medyayı getirdiği durum açısından oldukça önemlidir.

2.2.5.3 İnstagram

Anlık anlama gelen “İnstant” ve telgraf anlamına gelen “telegram” kelimelerinin bir araya getirilmesi ile meydana gelen İnstagram, fotoşop benzeri özellikleri içerisinde barındırması ve kullanıcıların paylaşmadan önce fotoğraflarında düzeltmeler yapabilmeleri, beğeni yorum alabilmeleri, hikâye ve canlı yayın gibi özellikleri onu popüler bir konuma taşımıştır. 2010 yılında kurulduktan iki yıl sonra Facebook tarafından satın alınan İnstagram, fotoğraf ve video paylaşım mecrası olarak görünse de, paylaşımın altına diğer mecralarda olduğu gibi metin yazılabilmekte ve doğrudan mesaj yoluyla da mesajlaşma imkânı sunmaktadır (Yeniçifti, 2016, s. 95).

2.2.5.4 Youtube

2005 senesi kurulan ve 2006 senesinde Google tarafından satın alınan Youtube, profesyonel ve amatör içerik oluşturucuları tarafından en çok kullanılan video paylaşım mecralarından biri olarak kabul edilmektedir. Sadece video yükleme

ve izleme gibi eğlence platformu olarak değil, aynı zamanda geleneksel medyaya alternatif büyük bir tanıtım mecrası olarak karşımızda durmaktadır (Bostancı, 2015, s. 69).

Kullanıcıların hem üretici hem de tüketici konumunda yer aldığı Youtube, içerik bakımından, geleneksel medyadan gelen görüntüler olduğu gibi içerik oluşturucular tarafından yüklenen yeni içeriklerle de etki sahasını genişletmektedir. Eğitim, film, dizi, klip gibi akla gelen pek çok başlıkta içerik bulunan Youtube, Geleneksel medyanın televizyonuna alternatif bir mecra olarak karşımızda durmaktadır (Aktan, 2017, s. 97).

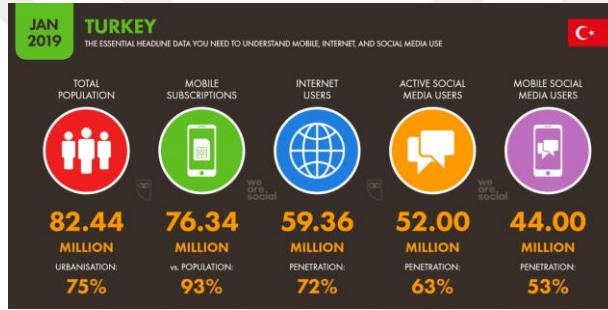
Son zamanlarda Youtube sayesinde bilinirliği artan ve fenomen hale gelen bireylerin çıkması da göstermektedir ki, Youtube artık kendi ünlülerini oluşturmakta ve geleneksel medyaya pazarlamaktadır.

2.3 Türkiye'nin İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı İstatistikleri

Yukarıda özellikleri ve türleri verilen ve hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelen sosyal ağların insanlar tarafın ne sıklıkta ve hangi türlerinin tercih edildiği noktasında kesin bir bilgiye erişebilmek adına Türkiye'deki durumu kısaca incelemekte yarar görülmektedir.

Türkiye'nin sosyal medya ve internet kullanımına ilişkin verilere baktığımızda, Türkiye'de toplam 82,4 milyon nüfusun bulunduğu ve bunların;

- 59,36 milyon internet kullanıcısı
- 52 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı
- 44 milyon aktif mobil sosyal medya kullanıcısının olduğu görülmektedir.



Şekil 2: Türkiye'nin Sosyal Medya ve İnternet ve Mobil Kullanıcı İstatistikleri

Kaynak: <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>

Türkiye'nin yıllık dijital değişim istatistiklerini incelediğimizde;

- İnternet kullanıcı sayısında 5 milyonluk bir artış görülmektedir.
- Aktif sosyal medya kullanıcı sayısında 2 milyonluk bir artış görülmektedir
- Aktif mobil sosyal medya kullanıcı sayısına baktığımızda ise herhangi bir artışın yaşanmadığı görülmektedir.

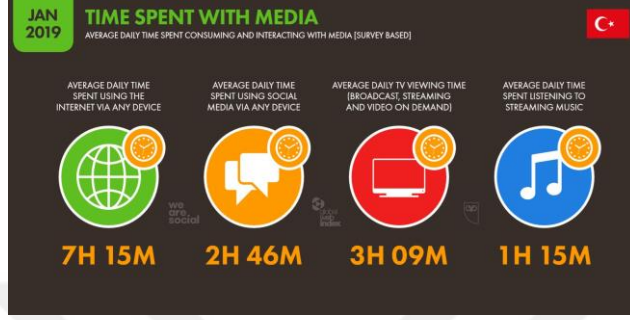


Şekil 3: Türkiye'nin Yıllık Dijital Değişim İstatistikleri

Kaynak: <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>

İnsanların İnternete ayırdıkları zamana baktığımızda; Türkiye’de insanlar günde 7 saat internete girdikleri görülmektedir. Bu zamanın;

- 2 saat 46 dakikası sosyal medyada
- 3 saat 9 dakikasını televizyon başında ve 1 saat 15 dakikasını da müzik dinlemeye ayırdıkları görülmektedir.

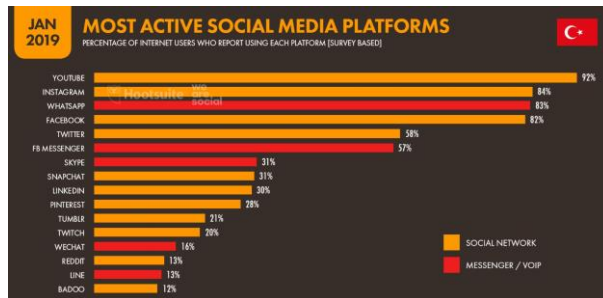


Şekil 4: Medyaya Harcanan Zaman İstatistikleri

Kaynak: <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>

Türkiye’de sosyal medya kullanım istatistiklerine baktığımızda;

- En aktif platform Youtube olarak görülmektedir. Bunu sırasıyla İnstagram ve ardından Facebook’un takip ettiğini görüyoruz. İnstagram’ın Facebook’u geçmiş olması önemli bir ayrıntı olarak durmaktadır.
- İlk üç platformu sırasıyla Twitter, Snapchat ve LinkedIn takip ediyor.

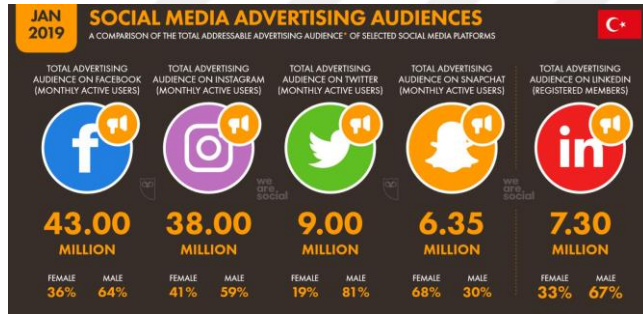


Şekil 5: En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları İstatistikleri

Kaynak: <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>

Türkiye’de en sık kullanılan sosyal medya mecralarının kullanıcı sayısı ve cinsiyet oranına baktığımızda;

- Facebook’un yüzde 2,3’lük bir azalma yaşadığı ve 43 milyon kullanıcılarının olduğu görülmektedir. Erkek kullanıcı sayısının daha fazla olması dikkat çekmektedir.
- Instagram’ın yüzde 2,7’lik bir artış yaşadığı ve 38 milyon kullanıcılarının olduğu görülmektedir. Facebook gibi Instagram’ın da Erkek kullanıcı sayısının daha fazla olduğu görülüyor.
- Twitter’ın yüzde 1,9’luk bir artış yaşadığı ve 9 milyonluk kullanıcı sayısının her 10 kişiden 8’nin erkek olduğu görülmektedir.
- Snapchat’in yüzde 26’lık ciddi bir azalma yaşadığı ve 6,3 milyonluk kullanıcılarının çoğunluğunun kadınlardan oluştuğu görülmektedir.
- LinkedIn’in ise yüzde 5,8’lik bir artış yaşadığı ve 7,3 milyonluk kullanıcılarının ağırlığının erkeklerden oluştuğu görülmektedir.



Şekil 6: Sosyal Medya Kullanıcı Sayıları İstatistikleri

Kaynak: <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

METODOLOJİ

Araştırmanın bu bölümünde, araştırma modeli, çalışmanın amacı, önemi, evren ve örneklem seçimi, verilerin toplanması, verilerin analizi ve yorumlanması, kullanılan testler ile araştırma soru ve hipotezleri ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

3.1 Araştırma Modeli

Üniversite öğrencilerinin siyasal katılımında sosyal medyanın rolü, siyasal görüşlerini, sosyal medyada paylaşım, sosyal medyada siyasi konulara katılım, sosyal medyada siyasi içerik üretimi, sosyal medyada siyasi konularda aktivistlik ve sosyal medya yolu ile siyasi iletişim durumları ile çeşitli değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla hazırlanan bu çalışma betimleyici bir alan çalışmasıdır. Çalışmada ankete dayalı alan araştırması tekniği uygulanmaktadır.

3.2 Araştırmanın Amacı

Bireylerin siyaset ile ilişkileri, insanlık tarihi ile eşdeğer bir geçmişe sahiptir. Her toplum içerisinde yaşadığı dönemin şartları ve kurallarına göre bir şekilde siyaset ile bağlantılı bir çizgide yaşamını sürdürmüştür. Yunan şehir devletlerinin doğrudan demokrasi modeli günümüz modern uygarlığında uygulanamadığından, vatandaşın oy yoluyla seçtiği siyasetçilere kendisini temsil görevi verdiği temsili demokrasi modeli uygulanmaktadır. Bu modelde siyasal katılım, oy kullanmak, çeşitli sivil toplum kuruluşlarına üye olmak, siyasi partilere üye olmak ve bu partilerin çeşitli kollarında görev almak, meşru protesto ve eylemlere katılmak gibi davranışlarla görülmektedir. Vatandaşlar ile siyasetçiler arasında doğrudan bir iletişim kanalının bulunmaması bir yerden sonra onları siyasal katılım ve siyasetten uzaklaştırmıştır. Bu modelin, vatandaşın siyasal katılımını kısıtlaması, krizleri de beraberinde getirmiştir.

İnternetin gelişmesi ve özelinde sosyal medyanın tüm vatandaşlar arasında yaygınlaşması neticesinde, siyasal iletişim ve siyasal katılım alanında çalışan araştırmacılar, sosyal medyayı yeni bir kamusal alan olarak görmeye başlamışlardır. Bu alanın doğrudan siyasal katılım biçimini desteklemesi ve sosyal medya uygulamalarının etkileşime dayalı yapısının vatandaşları siyasal katılıma teşvik ettiği savunulmaktadır.

Araştırmada, geleceğin mimarı ve emanetçisi olarak görülen gençliğin ve özelinde Türkiye'nin en üst eğitim kurumu olan üniversite öğrencilerinin siyasal katılım davranışlarında, sosyal medyanın ne şekilde rol aldığının tespit edilmesi amaçlanmaktadır.

3.3 Araştırmanın Önemi

Çalışma, üç ayrı şehirde okuyan üniversite öğrencilerinin siyasal katılım davranışlarında sosyal medyanın etkisini ortaya koyması bakımından önemlidir. Üniversitelerde okuyan öğrencilerin farklı illerden gelerek üniversite çatısı altında bir araya geliyor olmaları, Türkiye'nin çok sayıdaki ilinden öğrenciye ulaşılması anlamına gelmektedir.

Sosyal medyanın, siyasal katılımın aktivist yönü olarak tanımlanıyor olması (Balcı vd., 2013, s. 107), toplumsal hareketlerin de bu mecraya taşındığı düşünülmektedir. Öğrencilerin sosyal medyadaki siyasal katılımlarında, Siberaktivizmin durumunu sorgulaması bakımından önemlidir.

Ayrıca öğrencilerin sosyal medyada siyasal katılım davranışlarında bulunurken kendilerine engel olarak gördükleri durumların tespiti de, gençlerin siyasal katılım davranışlarına önem veren siyasi parti/adaylara yol göstermesi bakımından önemlidir.

3.4 Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Öğrencilerin siyasal katılımında sosyal medya araçlarının rolünü ele alan bu çalışmanın evrenini, 2019 yılı Konya Selçuk Üniversitesi, Uşak Üniversitesi ve Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi'nde eğitim görmekte olan üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Evren içinden rastgele olarak seçilen 450 öğrenci, örneklemi oluşturmaktadır.

Araştırmanın örnekleme giren öğrencilerin cinsiyet ve yaş dağılımları tablo 4 ve tablo 5'te gösterilmiştir.

3.5 Verilerin Toplanması

Verilerin toplanmasında, üniversite öğrencilerinin siyasal katılımında daha önceki araştırmada kullanılan Kemal Elciyar'ın geliştirdiği anket formu (2016, s. 115-118) kullanılmıştır. Anket formu Ek 1'de verilmiştir.

Araştırmanın amacına uygun olarak 4 bölümden ve toplam 46 sorudan oluşan kodlama formunda;

- 1- İlk bölümde demografik değişkenleri inceleyen 4 soru,
- 2- İkinci bölümde internet kullanım erişimi ve sıklığını inceleyen 3 soru,
- 3- Üçüncü bölümde bazı siyasal demografik özellikleri inceleyen 3 soru,
- 4- Dördüncü bölümde siyasal katılım etkinliklerini inceleyen 3 soru,
- 5- Beşinci bölümde katılımcıların kullandıkları sosyal medya araçlarını inceleyen 1 soru,
- 6- Altıncı bölümde siyasal konulara ulaşım yolunu inceleyen 2 soru,
- 7- Yedinci bölümde siyasi katılımda sosyal medyanın rolünü inceleyen 46 soru yer almaktadır.

3.6 Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler

Üniversite Öğrencilerinin Siyasal Katılımında Sosyal Medyanın Rolü isimli araştırmanın saha araştırması 03.01.2019-18.01.2019 tarihleri arasında Isparta, Konya ve Uşak illerinde bulunan üç devlet üniversitesinde okuyan öğrenciler ile yüz yüze anket yöntemi ile gerçekleştirildi.

Veri toplama aracı olarak kullanılan anket formlarının öğrenciler tarafından cevaplanmasının ardından anketler gerekli kontrolden geçirilerek, önceden hazırlanan SPSS formuna anket formlarındaki bilgiler kaydedilmiştir.

Araştırma ölçekleri güvenirlik testine tabi tutulmuş ve Cronbach's Alpha Katsayısı (α) 0,974 olarak bulunmuştur. Ölçeğin güvenirliliğini düşürecek ters soru olmadığı saptanmıştır. Ölçekte yer alan soruların genel ortalaması 1,867 ve alt-üst değerleri sırasıyla 1,464-2,529 arasında değişmektedir. Anova ile birlikte Tukey Nonadditivity sonuçlarına göre ölçekteki sorulara verilen cevaplar arasında değişkenlik olduğu yani sorular arasında güvenirliliğin sağlandığı görülmektedir ($p<0,05$). Aynı zamanda ölçeğin toplanabilir özellikte olup-olmadığı incelenmiş ve toplanabilir özellikte olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p<0,05$). Hotelling's T-Squared testinde soru ortalamaları arasında farklılık olup olmadığı incelenmiş ve farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p<0,05$).

Değişkenler için öncelikle normallik varsayımı sağlanıp sağlanmadığı incelenmiştir. Normallik varsayımı demografik değişkenlerin hiç biri için sağlanmamaktadır ($p>0,05$).

Anket formundaki soruların yedinci bölümdeki sorular 5'li likert tipte, diğer bölümlerde değişim göstermektedir. Bu likert tipli bölüm için öğrencinin verdiği cevaplara daha önce güvenilirliği kanıtlanmış ve belirlenmiş faktörlere göre toplam skor puanları elde edilerek yorumlanmıştır.

Bu puanlar şöyledir: 0-1,5 = Asla, 1,5-2,5 = Nadiren, 2,5-3,5 = Ara sıra,
3,5-4,5 = Sıklıkla, 4,5-5 = Her Zaman

Verilerin çözümlenmesi ve değerlendirilmesinde çeşitli testlerden yararlanılmıştır. Demografik verilerin ve paylaşım, iletişim, katılım ve üretim başlıklarındaki beşli likert tipi ölçeklerin değerlendirilmesinde frekanslar kullanılmıştır.

Katılımcıların siyasal katılım etkinliklerinin siyasal katılıma teşvikine ilişkin düşüncelerine ait dağılımı ortaya koymak için, değişkenlerin birbiri ile ilişkisinin belirlenmesinde ki-kare testinden yararlanılmıştır.

Dağılımın normallik varsayımının sağlanmadığı cinsiyet, yaş, siber aktivist, sosyal medyanın siyasal katılım teşvikine ilişkin değişkenler için Mann-Whitney U testi,

Normallik varsayımının sağlanmadığı okudukları üniversitelere göre farklılıkların incelenmesinde ise Kruskal-Wallis testi uygulanmıştır.

3.7 Bulgular ve Yorumlar

Bu bölümde elde edilen verilerin bilgisayarda yapılan analizlerine ve yorumlarına yer verilmektedir.

3.7.1 Katılımcıların Demografik Özellikleri

Tablo 4: Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet	f	Yüzde
Erkek	247	54,9
Kadın	203	45,1

Araştırma kapsamında üç ayrı ilde bulunan devlet üniversitelerinde okuyan 450 öğrenciye ulaşılmıştır. Tablo 4'e bakıldığında katılımcıların 247'sinin erkek ve 203'ünün kadın olduğu görülmektedir. Siyasal katılımı etkileyen sosyal faktörlerin alt başlığında yer alan cinsiyet başlığı incelendiğinde Dengeli bir dağılımın olduğu görülmektedir.

Tablo 5: Katılımcıların Yaşa Göre Dağılımı

Yaş	f	Yüzde
17,00	1	0,2
18,00	7	1,6
19,00	35	7,8
20,00	59	13,1
21,00	100	22,2
22,00	90	20
23,00	77	17,1
24,00	43	9,6
25,00	21	4,7
26,00	8	1,8
27,00	3	0,7
28,00	3	0,7
29,00	1	0,2
38,00	1	0,2
48,00	1	0,2

Katılımcıların yaşlarına göre dağılımı tablo 5'te yer almaktadır. İlerleyen bölümlerde yaşlar iki gruba ayrılmış ve 17-21 yaş aralığı ile 22-48 yaş aralığı farklılıklar bakımından incelenmiştir. Bu gruplamaya göre tabloda da görüleceği üzere öğrencilerin %44,9'u 17-21 yaş aralığında ve %55,1'i 22-48 yaş aralığındadır. Türkiye'de ortalama 17-19 yaş aralığında üniversiteye geçişin olduğu varsayıldığında yaş dağılımlarında bir denge bulunmaktadır. 28 yaş üstü katılımcıların lisansüstü ve doktora öğrencileri olabileceği tahmin edilmektedir.

3.7.2 Katılımcıların İnternet Erişim Dağılımları

Tablo 6: Katılımcıların Her An İnternete Erişimine Göre Dağılımı

İnternete Her An Erişim	f	Yüzde
Erişimi Olan	407	90,4
Erişimi Olmayan	43	9,6

Araştırmaya katılan öğrencilerin yüzde doksanın günün her saatinde internete erişiminin olduğu görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında bu katılımcıların gün içerisinde diledikleri vakitte internetten siyasal katılım davranışlarına ulaşabilmektedirler.

Tablo 7: Katılımcıların Evlerinde İnternet Erişimine Göre Dağılımı

İnternete Evde Erişim	f	Yüzde
Erişimi Olan	393	87,3
Erişimi Olmayan	57	12,7

Katılımcıların %87,3'ünün evinde internet erişimi olduğu ve yalnızca %12,7'sinin evinde internet erişimi olmadığı görülmektedir. Bakıldığı zaman tablo 6 ile bir çelişki varmış gibi görünse de, aslında tablo 8'de de görüleceği üzere mobil bağlantının yaygınlaşmış olması bu çelişkinin sebebini açıklamaktadır.

Tablo 8: Katılımcıların Cep Telefonundan İnternete Erişimlerine Göre Dağılımı

İnternete Mobil Erişim	f	Yüzde
Erişimi Olan	435	96,7
Erişimi Olmayan	15	3,3

Araştırmaya katılan katılımcıların %96,7'sinin mobil cihazlarından internete erişimleri varken yalnızca %3,3'ünün olmadığı görülmektedir. Bu derece büyük bir oranda mobil erişime sahip olunması, en azından gençler arasında siyasal katılımı teknolojik uçurumun olmadığı sonucunu vermektedir.

3.7.3 İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Süresi Dağılımı

Tablo 9: İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Süresinin Dağılımı

		Sosyal Medya Kullanımı					p
İnternet Kullanım Süresi		%0-%10	%20-%30	%40-%50	%60-%70	%80 ve Üzeri	
0-1 Saat	f	5	3	4	0	0	0,000
	Yüzde	0,42	0,25	0,33	0,00	0,00	
2-3 Saat	f	8	26	30	22	10	0,10
	Yüzde	0,08	0,27	0,31	0,23	0,10	
4-5 Saat	f	8	34	63	60	23	0,12
	Yüzde	0,04	0,18	0,34	0,32	0,12	
6-7 Saat	f	3	4	27	37	10	0,12
	Yüzde	0,04	0,05	0,33	0,46	0,12	
8 saat ve üzeri	f	3	9	21	21	19	0,26
	Yüzde	0,04	0,12	0,29	0,29	0,26	

Katılımcıların günlük internet kullanımları ile günlük internet kullanımlarında sosyal medya araçlarının kullanımına ayırdıkları süre arasındaki ilişki incelenmiştir. Katılımcıların günlük internet kullanımları ile sosyal medya kullanımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre katılımcıların günlük internet kullanım süreleri arttıkça bu sürenin daha fazlasını sosyal medyaya ayırmaktadırlar.

3.7.4 Oy Kullanım Dağılımları

Tablo 10: Son Seçimde Oy Kullanımlarına Göre Dağılımı

Oy Kullanma Durumu	f	Yüzde
Evet	390	86,7
Hayır	60	13,3

Siyasal katılımın geleneksel katılım davranışlarından olan oy verme davranışının, önceki seçim olan 24 Haziran Genel Seçimlerinde vatandaş katılımı yüzde 86'ydı. Araştırmaya katılan katılımcıların bu oranı geçtiği -yüzde 86,7- görülmektedir.

Tablo 11: Bir Sonraki Seçimde Oy Kullanım Düşüncelerine Göre Dağılımı

Oy Kullanma Düşüncesi	f	Yüzde
Evet	392	87,1
Hayır	58	12,9

Katılımcıların %87,1'i bir sonraki seçimde oy kullanmayı planlamaktadır. Oy vermeyi düşünenlerin tablo 10'daki verilerin üzerinde çıkmasında yaşı ilk kez oy kullanmaya ulaşan -18- öğrencilerin olabileceği ihtimali göz ardı edilmemelidir.

3.7.5 Katılımcıların Kullandıkları Sosyal Medya Araçlarına Göre Dağılımı

Tablo 12: Kullandıkları Sosyal Medya Araçlarına Göre Dağılımları

Sosyal Medya	Kullananların Sayısı	Yüzde
Facebook	239	0,14
Twitter	280	0,16
Youtube	407	0,24
İnstagram	409	0,24
Linkedin	47	0,03
Pinteres	68	0,04
Google	240	0,14
Tumblr	28	0,02
Vine	8	0,01
Diğer	2	0,001

Katılımcıların kullandıkları sosyal medya araçlarına ait dağılım tablo 12’de verilmiştir. Tablo incelendiğinde katılımcıların çoğunlukta %24’ünün Youtube, %24’ünün Instagram, %16’sının Twitter, %14’ünün Facebook ve %14’ünün Google kullandığı görülmektedir. Buradaki veriler, We are social ve hootsuit’in 2019 Türkiye internet ve sosyal medya raporundaki verilerle örtüşmektedir. Facebook’un Türkiye’deki tahtını Instagram, Youtube ve Twitter’a kaptırdığı görülmektedir.

3.7.6 Katılımcıların Sosyal Medya Katılım Etkinliklerinin Geleneksel Katılma Teşvikine İlişkin Düşüncelerine Ait Dağılım

Tablo 13: Siyasal Katılım Etkinliklerinin Siyasal Katılım Teşvikine Dağılımı

Siyasal Katılım Etkinliklerinin Teşvik Ettiğini Düşünme	f	Yüzde
Evet	214	47,6
Hayır	236	52,4

Bireylerin sosyal medyadaki siyasal katılım davranışlarının çevrelerinden ve sosyal medyadaki siyasi parti/adayların paylaşımlarının baskısı ile kendisinin geleneksel siyasal katılıma yönlendireceği, teşvik edeceği düşünülmektedir. Tablo 13’e bakıldığında katılımcıların %47,6’sı sosyal medyadaki siyasal katılım etkinliklerinin geleneksel siyasal katılımına teşvik ettiğini, %52,4’ü teşvik etmediği düşüncesini paylaşmıştır. Aradaki farkın az olması kesin bir cümle kurmayı engellemektedir.

3.7.7 Katılımcıların Sosyal Medyadaki Siyasal Katılım Etkinliklerinin Karar Alıcılar Üzerindeki Etkisine Yönelik Düşüncelerine Ait Dağılımı

Tablo 14: Katılımcıların Sosyal Medya Siyasal Katılım Etkinliklerinin Karar Alıcılar Üzerindeki Etkisine Yönelik Düşüncelerine Ait Dağılımı

Siyasal Katılım Etkinliklerine Karar Alıcıların Etkisinin Olduğunu Düşünme	f	Yüzde
Evet	252	56
Hayır	198	44

Siyasi parti/aday ya da siyasetçiler mesaj ve projelerini vatandaşa doğrudan iletebilmek ve seçmeni küstürmemek, oy kaybı gerekçelerle neredeyse tüm siyasetçiler sosyal medyada yer almaktadır. Bu kayıp ya da küslüğün oluşmaması

için, sosyal medyadan örgütlenen gruplar karar alıcılar üzerinde etkili olup alacakları kararları değiştirebilmektedir. Araştırmaya katılan katılımcıların bu anlamdaki görüşlerine bakıldığında, katılımcıların %56'sı sosyal medya siyasal katılım etkinliklerine katılımı karar alıcılar üzerinde etkili olduğunu düşünürken, %44'ü etkisinin olmadığını düşünmektedir. Bu anlamda aradaki yüzde 12'lik fark göstermektedir ki, gençler sosyal medyadaki siyasal katılım davranışlarının, siyasetçilerin alacağı kararlar üzerinde etkili olduğunu düşünmektedirler.

3.7.8 Katılımcıların Habere Hızlı Ulaşımında Tercih Ettikleri Araçlara Göre Dağılımı

Tablo 15: Habere Hızlı Ulaşımında Tercih Edilen Araçların Dağılımı

Haber Aracı	f	Yüzde
Radyo	8	1,8
Televizyon	39	8,7
Gazete	20	4,4
Sosyal Medya	356	79,1
Diğer	27	6

İnternetin hızlı gelişimi ve yayılması, pek çok alanı değiştirdiği gibi geleneksel medya araçlarını da değişime zorlamıştır. Gazete, radyo ve televizyonun, açtıkları sosyal medya hesaplarından gün içerisinde yaşanan olayları paylaştıkları ve link aracılığıyla sosyal medyada dolaşan bireyleri kendi internet sitelerine çekmeye çalıştıkları bilinmektedir. Tablo 15'te de detayları verilen araştırma sonuçları da gösteriyor ki, katılımcıların habere ulaşımında tercih ettikleri en yaygın araç %79,1'lik bir oranla sosyal medyadır. Bunu takiben %8,7'lik oranla televizyon ve %4,4'lük oranla gazete ve yüzde 1,8 oranla radyo gelmektedir.

3.7.9 Katılımcıların Siyasal Haberleri Öğrendikten Sonraki Tutumlarına Göre Dağılımı

Tablo 16: Siyasal Haberleri Öğrendikten Sonraki Tutumlarına Göre Dağılımı

Tutumlar	f	Yüzde
Gazeteye Bakarım	85	18,9
İmza Kampanyası Başlatırım	20	4,4
Web'de Tartışmaya Katılırım	36	8
Sosyal Medyada Takip Ederim	266	59,1
Yüz Yüze Tartışırım	36	8
Diğer	7	1,6

Bireylerin haberleri sosyal medyadan takip ettiklerini önceki tablo 15'te görmüştük. Ancak Tablo 16 bize gösteriyor ki bireyler, meydana gelen herhangi bir siyasal olayın durumunun takibini de yine sosyal medyadan yapmaktadır. Tabloya baktığımızda katılımcıların %59,1'inin ilgili siyasi haberi sosyal medyadan takip ettiği, %18,9'unun gazeteyi incelediği, %8'inin internette tartışmalara katıldığı ve %8'inin yüz yüze başkaları ile konuştuğu görülmektedir.

3.7.10 Katılımcıların Sosyal Medya Siyasal Katılım Etkinliklerine Katılımlarındaki Engellere Göre Dağılımı

Tablo 17: Sosyal Medya Siyasal Katılım Etkinliklerine Katılımlarındaki Engellere Göre Dağılımı

Engeller	f	Yüzde
İnternet Fiyatlarının Yüksek Olması	185	0,19
İnternetin Yavaş Olması	246	0,25
Mobil Aygıtlar İçin Pahalı Tarifeler	182	0,18
İnternet Filtrelemeleri/Sansürleri	170	0,17
Veri Kaydı ve Gözetim Endişesi	181	0,18
Diğer	10	0,01

İnternet tabanlı çevrimiçi mecralarda siyasal katılım davranışlarında bulunmanın önünde bir takım teknik, siyasi ve hukuki ya da ekonomik engeller

olabilmektedir. Araştırmaya katılan katılımcıların sosyal medyada siyasal katılım faaliyetlerinin önünde engel olarak gördükleri başlıkların ilk üç sırasında %25’lik oranla internetin yavaş olması, %19’luk oranla internet fiyatlarının yüksek olması, %18’lik oranla mobil aygıtlar için tarifelerin pahalı olması gelmektedir. Gözetim endişesi ve sansürler ise son sırada yer almaktadır. Siyasal katılımı etkileyen sosyal faktörlerin alt başlığında yer alan ekonomik gelir ve statü burada oldukça önem kazanmaktadır. Ekonomik özgürlüğü olmayan ve geliri sınırlı olan üniversite öğrencileri için sosyal medyada siyasal katılımında bulunmanın önündeki engellerin ilk sırasında ekonomik engeller gelmektedir. Veri kaydı ve gözetim endişesinin oranı %18 ve internet sansürlerinin oranı %17’dir.

3.7.11 Katılımcıların Okudukları Üniversitelere Göre Dağılımı

Tablo 18: Katılımcıların Okudukları Üniversitelere Göre Dağılımı

Okudukları Üniversite	f	Yüzde
Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi	119	26,4
Konya Selçuk Üniversitesi	181	40,2
Uşak Üniversitesi	150	33,3

Çalışma üç farklı üniversitede uygulanmış ve dağılımı tablo 18’de verilmiştir. Tüm üniversitelerde eşit sayıda anket uygulanmış, ancak yarım bırakılan ya da güvenilirliğinden şüphe duyulan anketler çıkartılmış, kalanlar analize tabi tutulmuştur.

3.7.12 Katılımcıların Paylaşım Davranışları Genel Puan Dağılımı

Tablo 19: Katılımcıların Paylaşım Davranışları Genel Puan Dağılımı

Paylaşım Davranışları	Ortalama	S.S.
Bir siyasal konu hakkında görüşlerimi çevrimiçi olarak paylaşırım	2,38	1,15
Sosyal medya sayfasında siyasal yorum paylaşırım	2,03	1,07
Bir sosyal medya sitesinde siyasal konular hakkında link (bağlantı) paylaşırım	1,96	1,09
Savunduğum gruplara destek olmak amacıyla kanıt olarak görülen unsurları paylaşırım	2,24	1,15
Siyasal konular hakkında durum güncellemesi paylaşırım	2,03	1,10
Sosyal ağlarda bir siyasal etkinliğe katıldığımı belirtirim	1,83	1,09
Bir siyasal konunun yayılması için sosyal ağlarda paylaşım yaparım	2,12	1,21
Sosyal ağlarda oy verdiğim partiyi paylaşırım	1,80	1,16
Sosyal medya hesap ismimi siyasi görüşümü belirten eklemeler yaparak paylaşırım (TC Arzu Şenay, AK Tunç Çetin gibi)	1,50	0,98
Sosyal medya üzerinden karşıt görüşler hakkında olumsuz içerik paylaşırım	1,70	1,02
Sosyal medya üzerinden karşıt görüşler hakkında olumsuz söylemler paylaşırım	1,66	1,03

Katılımcıların paylaşım davranışlarını temsil eden sorular için vermiş oldukları cevapların genel dağılımı tablo 19’da verilmiştir. Her bölüm için sorulara verilebilecek en yüksek puan 5 ve en düşük puan 1’dir. Tablo incelendiğinde ortalamaların 2,50’nin altında ve 1,50’nin üstünde olduğu görülmektedir. Paylaşım davranışları için katılımcıların genel olarak “nadiren” fikrinde olduğu görülmektedir. Bu sonuca baktığımızda sosyal medyaya yüklenen büyük önemin çok da geçerli olmadığı görülmektedir. Katılımcıların çevrimiçi siyasal katılım davranışlarından olan paylaşım puanlarına bakıldığında, katılımcıların tüm siyasal katılım davranışlarından en az birini bir kez yaptığı ancak araştırmacıların sosyal medyaya yüklediği büyük önemin görülmediği ortaya çıkmaktadır.

3.7.13 Katılımcıların İletişim Davranışları Genel Puan Dağılımı

Tablo 20: Katılımcıların İletişim Davranışları Genel Puan Dağılımı

İletişim Davranışları	Ortalama	S.S.
Bir eylemci (aktivist) veya siyasal grubun sosyal medya hesabını ziyaret ederim	2,53	1,26
Bir eylemci veya siyasal grupla sosyal medya üzerinden iletişime geçerim	1,82	1,12
Seçilmiş bir yetkiliyle (milletvekili vb.) sosyal medya üzerinden iletişime geçerim (mesaj, tweet)	1,94	1,12
Siyasal bir olay karşısında ana akım medyada görev yapan gazetecilere sosyal medya üzerinden erişirim	1,99	1,16
Bir siyasal parti veya siyasetçinin sayfasını beğenirim	2,31	1,24
Bir siyasal parti veya siyasetçiyi arkadaş olarak eklerim, takip ederim	2,39	1,30
Bir devlet kurumuna mail yollarım	2,29	1,21
Sosyal ağlardan benzer görüşe sahip diğer kullanıcıları takip ederim, arkadaş eklerim	2,22	1,21
Sosyal ağlardan zıt görüşe sahip diğer kullanıcıları takip ederim, arkadaş eklerim	2,21	1,24
Siyasal olaylar sonucunda karar alıcılara erişerek çevrimiçi yollarla baskı altına almaya çalışırım	1,67	1,08
Çevrimiçi ortamlarda iz bırakmamak için internete anonim olarak bağlanırım	1,82	1,16
Bir siyasal olay sonucu insanları bir ürün veya gruba yönelik çevrimiçi ortamlarda boykota çağırırım	1,59	1,04
Siyasal olaylar doğrultusunda insanları sosyal medya aracılığıyla harekete geçiririm	1,69	1,11

Katılımcıların iletişim davranışlarını temsil eden sorular için vermiş oldukları cevapların genel dağılımı tablo 20’de verilmiştir. Her bölüm için sorulara verilebilecek en yüksek puan 5 ve en düşük puan 1’dir. Tablo incelendiğinde ortalamaların 2,50’nin altında ve 1,50’nin üstünde olduğu görülmektedir. İletişim davranışları için katılımcıların genel olarak “nadiren” fikrinde olduğu görülmektedir. Çevrimiçi Siyasal Katılım başlıklarından olan iletişim başlığına baktığımızda, paylaşım başlığındaki gibi ortaya çıkan cevabın nadiren çıkıyor olması bireylerin sosyal medyada siyasal katılımı çok da aktif kullanmadıklarını göstermektedir. Fakat burada kişilerin “bir aktivistin sayfasını ziyaret ederim” sorusuna cevapları “ara sıra” olduğu göze çarpmaktadır. Bu sonuca göre siyasal katılımda sosyal medyanın iletişim davranışlarındaki rolünün çok etkin olduğu söylenemez ve katılımcılar

sosyal medyada daha çok takip ve izleme boyutunda bulunan basit katılım davranışlarında bulunmaktadırlar.

3.7.14 Katılımcıların Katılım Davranışları Genel Puan Dağılımı

Tablo 21: Katılımcıların Katılım Davranışları Genel Puan Dağılımı

Katılım Davranışları	Ortalama	S.S.
Siyasal amaçlı çevrimiçi dilekçe-imza kampanyalarına katılım (change.org vb.)	2,02	1,18
Siyasi nitelikli bir çevrimiçi tartışmaya katılım	1,79	1,02
Sosyal medya üzerinden örgütlenen bir gösteriye katılım	1,71	1,07
Hashtag aktivizmine katılım (#2015Secim vb.)	2,12	1,24
Bir siyasi parti veya siyasetçi için çevrimiçi bağış kampanyasına katılım	1,68	1,08
Sosyal medya üzerinden gönüllü toplama sürecine katılım	1,80	1,06
Sosyal medyada karşı propaganda etkinliklerine katılım	1,67	1,04
Oluşturduğum trol hesaplarla siyasi süreçlere katılım	1,49	0,96
Profil resmimi siyasi olaylara uygun olarak değiştirme eylemlerine katılım (Şehitler sonrası bayrak, 10 Kasım'da Atatürk vb)	1,98	1,24
Bir siyasi olay sonrası profil karartma etkinliğine katılım	1,94	1,23
Siyasal davranışı belirtmek için konum paylaşımına katılım (Swarm vb)	1,54	0,96
Bir siyasi örgüt veya oluşumun ürettiği ürünleri çevrimiçi olarak satın almaya katılım	1,52	0,91

Katılımcıların, katılım davranışlarını temsil eden sorular için vermiş oldukları cevapların genel dağılımı tablo 21'de verilmiştir. Her bölüm için sorulara verilebilecek en yüksek puan 5 ve en düşük puan 1'dir. Tablo incelendiğinde ortalamaların 2,50'nin altında ve 1,50'nin üstünde olduğu görülmektedir. Katılım davranışları için katılımcıların genel olarak "nadiren" fikrinde olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre çevrimiçi siyasi katılımı, katılım davranışına baktığımızda yine katılımcıların hemen hemen tamamı en az bir davranışı bir defa yapmış ancak yoğun bir katılımdan bahsedebileceğimiz bir davranış söz konusu değildir. Bu nedenle siyasi katılımı sosyal medyanın katılım davranışlarındaki rolünün çok etkin olduğu söylenemez.

3.7.15 Katılımcıların Üretim Davranışları Genel Puanı

Tablo 22: Katılımcıların Üretim Davranışları Genel Puanı

Üretim Davranışları	Ortalama	S.S.
Siyasal amaçlı çevrimiçi yayın yaparım	1,46	0,91
Siyasal konular hakkında sosyal medyada yazı-not yazarım	1,92	1,07
Sosyal medyada paylaşmak için siyasal içerik üretirim	1,65	1,03
Siyasal konular hakkında blog yazarım	1,61	1,08
Siyasal başlıklar hakkında internet haberlerine yorum yazarım	1,78	1,04
Siyasal içerikli mizah unsurları üretirim (caps, montaj, gif)	1,86	1,13
Wiki, sözlük gibi sitelerde entry (başlık) açarım	1,65	1,03
Sosyal medya üzerinden seçim güvenliği için çalışmalar üretirim	1,75	1,13
Bir ideolojiyi, siyasal oluşumu savunmak için grup veya sayfa açarım	1,54	1,03
Katılımda bulunanların siyasal sayısal yeteneklerini geliştirmeye çalışırım	1,68	1,07

Katılımcıların üretim davranışlarını temsil eden sorular için vermiş oldukları cevapların genel dağılımı tablo 22’de verilmiştir. Her bölüm için sorulara verilebilecek en yüksek puan 5 ve en düşük puan 1’dir. Tablo incelendiğinde ortalamaların 2,50’nin altında ve 1,50’nin üstünde olduğu görülmektedir. Üretim davranışları için katılımcıların genel olarak “nadiren” fikrinde olduğu görülmektedir. Fakat burada kişilerin “siyasi amaçlı çevrim içi yayın yaparım” sorusuna cevaplarının “asla” olduğu göze çarpmaktadır. Bu sonuca göre siyasi katılımı sosyal medyanın üretim davranışlarındaki rolünün çok etkin olduğu söylenemez ve katılımcıların siyasi içerikli çevrim içi yayın yapma davranışlarının olmadığı görülmektedir.

3.7.16 Katılımcıların Yaşlarına Göre Farklılıkların İncelenmesi

Tablo 23: Katılımcıların Yaşlarına Göre Farklılıkların İncelenmesi

Mann-Whitney U Test (Ölçek)						
Yaş	n	min	max	Median	IQR	p
17-22 Yaş Arası	292	46	230	77	47,50	0,326
23-48 Yaş Arası	158	46	177	74,5	49,25	

Mann-Whitney U Test (Paylaşım Davranışları)						
Yaş	n	min	max	Median	IQR	p
17-22 Yaş Arası	292	11	55	20	14	0,383
23-48 Yaş Arası	158	11	50	19	12	

Mann-Whitney U Test (İletişim Davranışları)						
Yaş	n	min	max	Median	IQR	p
17-22 Yaş Arası	292	13	65	24	16,75	0,463
23-48 Yaş Arası	158	13	54	26,5	16	

Mann-Whitney U Test (Katılım Davranışları)						
Yaş	n	min	max	Median	IQR	p
17-22 Yaş Arası	292	12	60	18	12,75	0,152
23-48 Yaş Arası	158	12	49	17	11,25	

Mann-Whitney U Test (Üretim Davranışları)						
Yaş	n	min	max	Median	IQR	p
17-22 Yaş Arası	292	10	50	14	12	0,700
23-48 Yaş Arası	158	10	41	13	12	

Katılımcıların yaşlarına göre siyasal katılımı sosyal medyanın rolünün alt davranış türleri ve genel davranış türleri için farklılıkları incelenmiştir. Tablo 23 incelendiğinde siyasal katılımı sosyal medyanın rolünün yaşlara göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği görülmektedir ($p>0,05$). Bu sonuç doğrultusunda 17-48 yaş aralığındaki tüm katılımcılar siyasal katılımı sosyal medyanın rolü için aynı düşünceyi taşımaktadır.

3.7.17 Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Farklılıkların İncelenmesi

Tablo 24: Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Farklılıklarının İncelenmesi

Mann-Whitney U Test (Ölçek)						
Cinsiyet	n	min	max	Median	IQ R	p
Erkek	247	46	230	80	56	0,000
Kadın	203	46	208	68	35	

Mann-Whitney U Test (Paylaşım Davranışları)						
Cinsiyet	n	min	max	Median	IQ R	p
Erkek	247	11	55	22	14	0,000
Kadın	203	11	52	17	11	

Mann-Whitney U Test (İletişim Davranışları)						
Cinsiyet	n	min	max	Median	IQ R	p
Erkek	247	13	65	26	18	0,000
Kadın	203	13	62	22	12	

Mann-Whitney U Test (Katılım Davranışları)						
Cinsiyet	n	min	max	Median	IQ R	p
Erkek	247	12	60	19	13	0,000
Kadın	203	12	51	17	10	

Mann-Whitney U Test (Üretim Davranışları)						
Cinsiyet	n	min	max	Median	IQ R	p
Erkek	247	10	50	15	13	0,000
Kadın	203	10	50	12	6	

Katılımcıların cinsiyetlerine göre siyasal katılımda sosyal medyanın rolünün alt davranış türleri ve genel davranış türleri için farklılıkları incelenmiştir. Tablo 24 incelendiğinde siyasal katılımda sosyal medyanın rolünün cinsiyetlere göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmektedir ($p < 0,05$). Erkeklerde siyasal katılımda sosyal medyanın etkisi olduğu düşüncesinin kadınlardan daha fazla olduğu görülmektedir. Bu sonuç bizlere siyasal katılımda sosyal medyanın rolü için erkek ve kadınların aynı düşünceyi taşımadıklarını göstermektedir.

3.7.18 Katılımcıların Kendilerini Siberaktivist Olarak Görme Düşüncelerine Göre Farklılıkların İncelenmesi

Tablo 25: Katılımcıların Kendilerini Siberaktivist Olarak Görme Düşüncelerine Göre Farklılıkların İncelenmesi

Mann-Whitney U Test (Ölçek)						
Siber Aktivist Görme	n	min	max	Median	IQR	p
Evet	158	46	213	90,50	53,50	0,000
Hayır	292	46	230	69	33,75	

Mann-Whitney U Test (Paylaşım Davranışları)						
Siber Aktivist Görme	n	min	max	Median	IQR	p
Evet	158	11	55	23	13	0,000
Hayır	292	11	55	16,5	11	

Mann-Whitney U Test (İletişim Davranışları)						
Siber Aktivist Görme	n	min	max	Median	IQR	p
Evet	158	13	62	29	16,5	0,000
Hayır	292	13	65	22	13	

Mann-Whitney U Test (Katılım Davranışları)						
Siber Aktivist Görme	n	min	max	Median	IQR	p
Evet	158	12	56	22	16	0,000
Hayır	292	12	60	17	8	

Mann-Whitney U Test (Üretim Davranışları)						
Siber Aktivist Görme	n	min	max	Median	IQR	p
Evet	158	10	47	17,5	16	0,000
Hayır	292	10	50	12	6	

Katılımcıların kendilerini siberaktivist olarak tanımlamalarına göre siyasal katılımda sosyal medyanın rolünün alt davranış türleri ve genel davranış türleri için farklılıkları incelenmiştir. Tablo 25 incelendiğinde, siyasal katılımda sosyal medyanın rolünün katılımcıların kendilerini siberaktivist olarak görmelerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmektedir ($p < 0,05$). Kendini

siberaktivist olarak tanımlayan katılımcılarda, siyasal katılımı sosyal medyanın etkisi olduğu düşüncesi, siberaktivist olarak tanımlamayanlardan daha fazla olduğu görülmektedir. Bu sonuç bizlere siyasal katılımı sosyal medyanın rolü için kendilerini siberaktivist olarak görenlerle görmeyenlerin aynı düşüncüyü taşımadıklarını göstermektedir. Bu da göstermektedir ki, bireylerin siyasal katılımında sosyal medya siberaktivizm boyutunda önemli bir rol oynamaktadır.

3.7.19 Katılımcıların Sosyal Medyanın Siyasal Katılıma Teşvik Düşüncelerine Göre Farklılıkların İncelenmesi

Tablo: 26: Katılımcıların Sosyal Medyanın Siyasal Katılıma Teşvik Düşüncelerine Göre Farklılıkların İncelenmesi

Mann-Whitney U Test (Ölçek)						
Sosyal Medyanın Siyasal Katılıma Teşvigi	n	min	max	Median	IQR	p
Evet	214	46	213	82	58,25	0,000
Hayır	236	46	230	6,5	39	
Mann-Whitney U Test (Paylaşım Davranışları)						
Sosyal Medyanın Siyasal Katılıma Teşvigi	n	min	max	Median	IQR	p
Evet	214	11	55	21,5	13	0,000
Hayır	236	11	55	17	12,75	
Mann-Whitney U Test (İletişim Davranışları)						
Sosyal Medyanın Siyasal Katılıma Teşvigi	n	min	max	Median	IQR	p
Evet	214	13	62	27	17	0,000
Hayır	236	13	65	22	14,75	
Mann-Whitney U Test (Katılım Davranışları)						
Sosyal Medyanın Siyasal Katılıma Teşvigi	n	min	max	Median	IQR	p
Evet	214	12	56	21	15	0,000
Hayır	236	12	60	16	8	
Mann-Whitney U Test (Üretim Davranışları)						
Sosyal Medyanın Siyasal Katılıma Teşvigi	n	min	max	Median	IQR	p
Evet	214	10	50	15	15	0,000
Hayır	236	10	50	12	7	

Katılımcıların sosyal medyayı siyasal katılıma teşvik etme düşüncesine göre, siyasal katılımı sosyal medyanın rolünün alt davranış türleri ve genel davranış türleri için farklılıkları incelenmiştir. Tablo 26 incelendiğinde siyasal katılımı sosyal medyanın rolünün, katılımcıların sosyal medyayı siyasal katılıma teşvik etme düşüncesine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmektedir ($p<0,05$). Sosyal medyanın siyasal katılıma teşvik ettiği düşüncesini taşıyan katılımcılarda, siyasal katılımı sosyal medyanın etkisinin olduğu düşüncesi, teşvik etmediğini düşünenlerden daha fazladır.



3.7.20 Katılımcıların Okudukları Üniversitelere Göre Farklılıkların İncelenmesi

Tablo 27: Okudukları Üniversitelere Göre Farklılıklarının incelenmesi

Krusal-Wallis Test (Ölçek)						
Üniversite	n	min	max	Median	IQR	p
Isparta Süleyman Demirel Ün.	119	11	95	31	18 ^a	0,000
Konya Selçuk Ün.	181	14	108	36	21 ^b	
Uşak Ün.	150	14	120	47	36,25 ^b	

Krusal-Wallis Test (Paylaşım Davranışları)						
Üniversite	n	min	max	Median	IQR	p
Isparta Süleyman Demirel Ün.	119	11	50	15	10 ^a	0,000
Konya Selçuk Ün.	181	11	52	20	12 ^b	
Uşak Ün.	150	11	55	22	14,25 ^a	

Krusal-Wallis Test (İletişim Davranışları)						
Üniversite	n	min	max	Median	IQR	p
Isparta Süleyman Demirel Ün.	119	13	52	21	12 ^a	0,000
Konya Selçuk Ün.	181	13	62	25	14 ^b	
Uşak Ün.	150	13	65	27,5	19 ^b	

Krusal-Wallis Test (Katılım Davranışları)						
Üniversite	n	min	max	Median	IQR	p
Isparta Süleyman Demirel Ün.	119	12	47	15	17 ^a	0,000
Konya Selçuk Ün.	181	12	52	17	11 ^b	
Uşak Ün.	150	12	60	22	17,25 ^a	

Krusal-Wallis Test (Üretim Davranışları)						
Üniversite	n	min	max	Median	IQR	p
Isparta Süleyman Demirel Ün.	119	10	41	11	5 ^a	0,000
Konya Selçuk Ün.	181	10	50	14	10 ^b	
Uşak Ün.	150	10	50	16	17 ^c	

Katılımcıların okudukları üniversitelere göre siyasal katılımı sosyal medyanın rolünün alt davranış türleri ve genel davranış türleri için farklılıkları incelenmiştir. Tablo 27 incelendiğinde siyasal katılımı sosyal medyanın rolünün üniversitelere göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmektedir ($p<0,05$).

Düşüncelerde farklılık olan üniversiteler incelendiğinde, ölçeğin geneli için Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi öğrencilerinin diğer üniversitedeki öğrencilerden farklı düşüncede olduğu ve diğer iki üniversite öğrencilerine göre siyasal katılımı sosyal medyanın rolünün daha az olduğu düşüncesine sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Paylaşım davranışları için Konya Selçuk Üniversitesi öğrencilerinin diğer üniversitedeki öğrencilerden farklı düşüncede olduğu ve diğer iki üniversite öğrencilerine göre siyasal katılımı sosyal medyanın paylaşım davranışlarındaki rolünün daha az olduğu düşüncesine sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

İletişim davranışları için Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi öğrencilerinin diğer üniversitedeki öğrencilerden farklı düşüncede olduğu ve diğer iki üniversite öğrencilerine göre siyasal katılımı sosyal medyanın iletişim davranışlarındaki rolünün daha az olduğu düşüncesine sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Katılım davranışları için Konya Selçuk Üniversitesi öğrencilerinin diğer üniversitedeki öğrencilerden farklı düşüncede olduğu ve diğer iki üniversite öğrencilerine göre siyasal katılımı sosyal medyanın, katılım davranışlarındaki rolünün daha az olduğu düşüncesine sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Üretim davranışları için her üniversitedeki öğrencilerin fikirlerinin birbirinden farklı olduğu görülmektedir. Siyasal katılımı sosyal medyanın üretim davranışlarındaki rolünün en fazla olduğunu düşünen en az olduğunu düşünen üniversitelere göre sıralaması şöyledir: Uşak Üniversitesi, Konya Selçuk Üniversitesi ve Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi.

3.7.21 Siyasal Katılıma Sosyal Medyanın Etkisi Ölçeği Genel İstatistikleri

Tablo 28: Siyasal Katılıma Sosyal Medyanın Etkisi Ölçeği Genel İstatistikleri

N	Ortalama	Stand. Sap.	Minimum	Maksimum
450	85,89	34,35	46	230

Siyasal katılıma sosyal medyanın etkisinin araştırıldığı ölçek 46 sorudan oluşmaktadır ve en düşük 1, en yüksek 5 puan verilebilmektedir. Puanlamada düşük puan seviyesi sosyal medyanın etkisinin az olduğu düşüncesini temsil etmektedir. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 46 ve en yüksek puan 230'dur. Tablo 25'de verilen veriler incelendiğinde ölçekte ortalama puanın 85,89 ve standart sapmanın 34,35 olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar bizlere siyasal katılımı sosyal medyanın etkisinin düşük olduğunu göstermektedir.

SONUÇ

Günümüz insanı, sosyal medya vasıtasıyla kendi yaşamına dair söz söyleyebilme fırsatına sahiptir. Bundan 15 yıl öncesine gittiğimizde, insanlar televizyon gazete ve radyonun dikey, tek taraflı iletişim bombardımanı altında bir yaşamın içindeydi. Bu dikey toplumsallaşmanın neticesinde siyasal katılma da sınırlı bir miktarda olmaktaydı. Günümüz çağına adını veren iletişim ve dijitalliğin hızlı gelişimi, yayılması ve kabul görmesi ile kimliklerimiz açık ve insanlar hayatlarını olabildiği kadar kendi başına planlamak istiyor (Babacan, 2017, s. 88).

Üniversite öğrencilerinin siyasal katılımında sosyal medyanın rolünün incelendiği çalışmada, Konya Selçuk Üniversitesi, Uşak Üniversitesi ve Isparta Süleyman Demirel Üniversitelerinde okuyan 17-48 yaş arasındaki öğrencilere 03.01.2019-18.01.2019 tarihleri arasında yüz yüze anketler yapıldı. Yapılan inceleme ve kontrolün ardından 450 anket değerlendirme için uygun bulundu ve analiz edildi.

Yapılan analizlerde, katılımcıların paylaşım, iletişim, üretim ve katılım gibi çevrimiçi siyasal katılım biçimleri ile yaş, cinsiyet, evde, mobil ve her an internete erişebilme gibi oy kullanma, kendisini siberaktivist olarak görme, internet ve sosyal medya kullanım süreleri ile habere ulaşmak için hangi araçları kullandıkları, sosyal medyada siyasal katılım davranışında bulunurken karşılaştıkları engeller frekans ve yüzdeleri verilerek sunulmuştur.

Araştırmaya katılan katılımcıların yüzde 90,4'ünün günün her saati internete erişimlerinin olduğu, yüzde 97,3'ünün evinde internet erişiminin olduğu ve yüzde 96,7'sinin mobil internet erişiminin bulunduğu görülmüştür. Bu da bize göstermektedir ki kullanıcıların internete erişim ve dijital cihazları kullanma konusunda herhangi bir engelleri bulunmamaktadır.

Araştırmanın sonuçlarına baktığımızda, internet kullanım süresi ile sosyal medya arasında anlamlı bir fark görülmektedir. Yani internet kullanım süresi arttıkça sosyal medyaya ayrılan sürenin de arttığı gözlemlenmiştir. We are social 2019 verilerine baktığımızda da Türkiye'de internet kullanım ve sosyal medya kullanım seviyelerinin oldukça yüksek olduğu görülmektedir. We are soocialin Ocak 2019 verilerine göre, 82,44 milyonluk Türkiye nüfusunun 59,36 milyonunun internet abonesi olduğu ve bunların 52 milyonunun aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu

görülmektedir. Araştırmada elde edilen veriler ile we are socialin verileri bu anlamda örtüşmektedir.

Katılımcılar, bir önceki seçimde -24 Haziran 2018- yüzde 86,7 oranında oy kullandıklarını ve yüzde 87,1 oranında gelecek seçimde-31 Mart 2019- oy kullanacaklarını belirtmektedirler. Burada, siyasal katılımın geleneksel davranışlarından olan oy kullanımının öğrenciler arasındaki yaygınlığı önemlidir. Bu anlamda öğrencilerin siyasal bilinç seviyelerinin yüksek olduğu görülmektedir.

Katılımcıların en çok kullandıkları sosyal medya araçlarına baktığımızda başlıca Youtube, Instagram ve Twitter'ın çektiğini, popüleritesinin Türkiye'de zayıfladığı görülen Facebook ve diğer platformların ise bu uygulamaların gerisinden geldikleri görülmektedir.

Katılımcıların sosyal medya çevrimiçi siyasal davranışlarının kendilerini geleneksel siyasal davranışlarına teşvik edip etmediğinin sorulduğu soruya baktığımızda, katılımcıların bu soruya çok yakın cevap verdikleri görülmektedir. Ancak sosyal medya çevrimiçi siyasal katılım davranışlarının kendilerini geleneksel çevrimdışı siyasal katılım davranışlarına teşvik etmediğini düşünenlerin oranının azda olsa daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu soruya evet yanıtını verenlerin oranı ile hayır yanıtını verenlerin oranı arasındaki yaklaşık yüzde 5'lik oran her ne kadar azımsanamayacak derecede olsa da, büyük bir farkın çıkmamış olması kesin bir yorum yapılmasını engellemektedir.

Yine katılımcıların sosyal medya siyasal katılım davranışlarının karar verenler üzerinde bir etkisinin olduğunu düşünüyor musunuz? Sorusuna katılımcıların büyük bir kısmının evet yanıtını verdikleri ve etkisinin olmadığını düşünenlere oranla yüzde 12'lik bir fark olduğu görülmektedir. Bu anlamda siyasetçilerin mevcut seçmenlerini kendilerine küstürmemek ve diğer seçmenlerin de yaptıkları politikalara destek vermelerini sağlamak için sosyal medya mecralarını kullanmaktadırlar. Bireyler, sosyal medyadan bir araya gelerek, alınacak bir karar üzerinde siyasetçileri ve karar alıcıları etkileyebildiklerini düşünmektedirler.

Katılımcılara, meydana gelen bir siyasal olay ile ilgili bilgi almak için medya araçlarından ilk olarak hangisine baktıklarının sorulduğu araştırmada, katılımcıların yüzde 79,1'lik kısmının sosyal medya cevabını verdikleri ve olay ile ilgili gelişmelerin takibini de yine yüzde 59,1'lik bir oranla sosyal medyadan yaptıkları

görülmektedir. Bu anlamda sosyal medyanın geleneksel medyayı da dönüştürdüğü ve geleneksel medya araçlarının da artık haberlerini kendi sosyal medya hesaplarından verdikleri görülmektedir.

Katılımcıların sosyal medyadan siyasal katılım etkinliklerine katılırken en çok karşılaştıkları engeller olarak, internetin yavaş olması, internet fiyatlarının yüksek olması ve mobil tarifelerin pahalı olması olduğunu söylemektedirler. Veri kaydı ve gözetim endişesi ile internet sansürlerini ise son sırada görmekteyiz. Siyasal katılımı etkileyen sosyal faktörlerin alt başlıklarından olan ekonomik durum ve statünün siyasal katılıma etki düzeyi burada görülmektedir. Öğrencilerin gelirinin düşüklüğünden kaynaklı olarak kullandıkları internet fiyatlarının bütçelerini aşabildiği ve bunun da sosyal medyadan siyasal katılıma engel oluşturduğu görülmektedir.

Katılımcıların paylaşım, iletişim, katılım ve üretim başlıklarındaki çevrimiçi siyasal katılım davranışları incelendiğinde ortalamanın nadiren cevabı olduğu görülmektedir. Buradan, sosyal medyanın siyasal katılım için gerekli her türlü altyapısı bulunsa da, bundan yaralanan kişi sayısı sınırlıdır. Başka bir ifade ile özetlemek gerekirse, çevrimdışı siyasal katılım davranışlarında bulunanlar, sosyal medyadan da siyasal katılımda bulunmaktadır. Çevrimdışı siyasal katılım davranışı diyebileceğimiz oy verme, siyasi partiye üye olma, miting ve eylemlere katılma gibi davranışlarda bulunanlar, sosyal medyadan da siyasal katılım davranışı göstermekte, bulunmayan ya da ilgisiz olanlar ise sosyal medyadan da çevrimiçi siyasal katılım davranışında bulunmamaktadır.

Katılımcıların yaşlarına göre siyasal katılımda sosyal medyanın rolünün alt davranış türleri ve genel davranış türleri için farklılıkları incelendiğinde yaşa göre anlamlı bir farklılığın bulunmadığı görülmektedir. Bu anlamda araştırmaya katılan katılımcıların tamamının siyasal katılımda sosyal medyanın rolü için aynı düşüncede oldukları görülmektedir.

Katılımcıların cinsiyetlerine göre siyasal katılımda sosyal medyanın rolünün alt davranış türleri ve genel davranış türleri incelendiğinde ise anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Erkeklerde siyasal katılımda sosyal medyanın etkisinin olduğu düşüncesi, kadınlara oranla daha fazla görülmektedir.

Katılımcıların kendilerini siberaktivist olarak tanımlamalarına göre siyasal katılımı sosyal medyanın rolünün alt davranış türleri ve genel davranış türleri için farklılıkları incelenmiştir. Buna göre, siyasal katılımı sosyal medyanın rolünün katılımcıların kendilerini siberaktivist olarak görmelerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmektedir. ($p < 0,05$). Kendini siberaktivist olarak tanımlayan katılımcılarda, siyasal katılımı sosyal medyanın etkisi olduğu düşüncesi, siberaktivist olarak tanımlamayanlardan daha fazla olduğu görülmektedir. Bu sonuç bizlere siyasal katılımı sosyal medyanın rolü için, kendilerini siberaktivist olarak görenlerle görmeyenlerin aynı düşüncüyü taşımadıklarını göstermektedir.

Katılımcıların sosyal medyayı siyasal katılımı teşvik etme düşüncesine göre siyasal katılımı sosyal medyanın rolünün alt davranış türleri ve genel davranış türleri için farklılıkları incelenmiştir. Katılımcıların, sosyal medyayı siyasal katılımı teşvik etme düşüncesine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmektedir ($p < 0,05$). Sosyal medyanın siyasal katılımı teşvik ettiği düşüncesini taşıyan katılımcılarda, siyasal katılımı sosyal medyanın etkisi olduğu düşüncesi, teşvik etmediğini düşünenlerden daha fazladır.

Katılımcıların okudukları üniversitelere göre siyasal katılımı sosyal medyanın rolünün alt davranış türleri ve genel davranış türleri için farklılıkları incelenmiştir. Siyasal katılımı sosyal medyanın rolünün üniversitelere göre anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmektedir.

Düşüncelerde farklılık olan üniversiteler incelendiğinde ölçeğin geneli için Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi öğrencilerinin diğer üniversitedeki öğrencilerden farklı düşüncede olduğu ve diğer iki üniversite öğrencilerine göre siyasal katılımı sosyal medyanın rolünün daha az olduğu düşüncesine sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Paylaşım davranışları için Konya Selçuk Üniversitesi öğrencilerinin diğer üniversitedeki öğrencilerden farklı düşüncede olduğu ve diğer iki üniversite öğrencilerine göre siyasal katılımı sosyal medyanın paylaşım davranışlarındaki rolünün daha az olduğu düşüncesine sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

İletişim davranışları için Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi öğrencilerinin diğer üniversitedeki öğrencilerden farklı düşüncede olduğu ve diğer iki üniversite öğrencilerine göre siyasal katılımı sosyal medyanın iletişim

davranışlarında rolünün daha az olduğu düşüncesine sahip oldukları sonucuna ulaşmıştır.

Katılım davranışları için Konya Selçuk Üniversitesi öğrencilerinin diğer üniversitedeki öğrencilerden farklı düşüncede olduğu ve diğer iki üniversite öğrencilerine göre siyasal katılımda sosyal medyanın katılım davranışlarında rolünün daha az olduğu düşüncesine sahip oldukları sonucuna ulaşmıştır.

Üretim davranışları için her üniversitedeki öğrencilerin fikirlerinin birbirinden farklı olduğu ve siyasal katılımda sosyal medyanın üretim davranışlarındaki rolünün en fazla olduğunu düşünen en az olduğunu düşünen üniversiteler sırasıyla; Uşak Üniversitesi, Konya Selçuk Üniversitesi ve Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi'dir.

Sonuç itibarıyla, Üniversite öğrencilerinin siyasal katılımında sosyal medyanın rolünün araştırıldığı bu çalışmanın neticesine bakıldığında, katılımcıların tamamının sosyal medyada en az bir kere bir siyasal katılım davranışında bulunduğu, ancak yoğun bir katılımın söz konusu olmadığı görülmektedir. Siyasal katılımda alternatif bir mecra olarak karşımıza çıkan ve bazı araştırmacıların yeni kamusal alan olarak nitelendirdiği sosyal medyanın, geleneksel siyasal katılım davranışı gösteren bireyler tarafından yoğun bir şekilde kullanıldığı, geleneksel siyasal katılım davranışlarında bulunmayan veya siyaset ile ilgilenmeyen bireylerin sosyal medyada da siyasal katılım davranışlarına yönelmediği görülmektedir.

EKLER

EK 1: ANKET FORMU

Sayın katılımcı, Bu çalışma yapılmakta olan bir yüksek lisans tezi kapsamında veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Üniversite öğrencilerinin siyasal katılımında sosyal medyanın rolünü inceleyen bu ölçekte kişisel bilgiler de dahil olmak üzere 62 soru bulunmaktadır. Araştırmaya katılım gönüllülük esasına dayalıdır. Çalışma yaklaşık olarak 5 dakikanızı alacaktır. Toplanan veriler herhangi bir şekilde paylaşılmayacak ve tümüyle gizli tutulacaktır. Bu nedenle adınız sorulmamaktadır. Analizlerin tamamlanmasından sonra da imha edilecektir. Anket sorularını samimiyetle yanıtlamanız, çalışmanın ortaya koyacağı sonuçların güvenilirliği açısından büyük önem taşımaktadır. Göstereceğiniz ilgi ve ayıracağınız zaman için şimdiden teşekkür ederim.

Mübarek Yüceel

Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı

mubarekyuceel@gmail.com

* Gerekli

1- Yaş* :

2- Cinsiyet*: Erkek Kadın

3- Günün her saati internete erişim olanağına sahip misiniz? * Evet Hayır

4- Evinizde internet bağlantısı var mı? * Evet Hayır

5- Günde ortalama kaç saat internet kullanmaktasınız? *

0-1 Saat 2-3 Saat 4-5 Saat 6-7 Saat 8 ve üzeri

6- Günde internete ayırdığınız zamanın ortalama yüzde kaçını sosyal medyaya ayırmaktasınız? *

%0-%10 %20-%30 %40-%50 %60-%70
 %80 ve üzeri

7- Cep telefonunuzdan internete erişim yapabiliyor musunuz? * Evet Hayır

8- Kendinizi bir siber aktivist (internet eylemcisi) olarak görüyor musunuz? * Evet Hayır

9- Son seçimde oy kullandınız mı? * Evet Hayır

10- Bir sonraki seçimde oy kullanmayı düşünüyor musunuz? * Evet Hayır

11- Sayısal ortamlarda siyasal katılım etkinliklerine katılırken yaşadığınız en önemli sorun hangisidir?*

(Birden fazla seçebilirsiniz)

- İnternet fiyatlarının yüksek olması
- İnternetin yavaş olması
- Mobil aygıtlar için tarifelerin pahalı olması
- İnternet filtrelemeleri/engellemeleri/sansürleri
- Veri kaydı ve gözetim endişesi

Diğer:

12- Hangi sosyal medya uygulamalarını kullanmaktasınız? *(Birden fazla seçebilirsiniz)

- Facebook Twitter Youtube İstagram
- LinkedIn Pinterest Google+ Tumbler
- Vine

Diğer:

13- Sosyal medyadaki siyasal katılım etkinliklerinizin sizi siyasal katılım davranışlarına teşvik ettiğini düşünüyor musunuz? *(Oy kullanmak gibi)

- Evet Hayır

14- Söz konusu katılım davranışlarının karar alıcılar (yöneticiler) üzerinde etkili olduğunu düşünüyor musunuz? *

- Evet Hayır

15- Bir habere hızlı bir şekilde ulaşmak istediğinizde ilk olarak hangisine yönelirsiniz? *

- Radyo Televizyon Gazete Sosyal medya

Diğer:

16- Bir siyasal olaydan haberdar olduğunuzda ilk ne yaparsınız? *

- Daha fazla bilgi için gazeteye bakarım
- Bir çevrimiçi imza kampanyasına katılırım
- Forumlarda/web sitelerinde tartışmaya katılırım
- Sosyal medyadan olayla ilgili gelişmeleri takip ederim
- Konuyu başkalarıyla yüz yüze tartışırım

Diğer:



Bu aşamadan sonraki sorular davranışlarınızı derecelendirmeye yöneliktir. Bu nedenle size en yakın dereceyi belirten rakamı işaretleyebilirsiniz. Söz konusu derecelendirmede 1 “asla”, 2 “nadiren”, 3 “ara sıra”, 4 “sıklıkla”, 5 “her zaman” şeklindedir. İşaretlemelerinizi seçtiğiniz kutuya “X” yazarak yapabilirsiniz.

DEĞERLENDİRİLECEK SİYASAL KATILIM DAVRANIŞLARI	Asla	Nadiren	Ara sıra	Sıklıkla	Her zaman
17. Bir siyasi konu hakkında görüşlerimi çevrimiçi olarak paylaşırım	1	2	3	4	5
18. Bir sosyal medya sayfasında siyasi yorum paylaşırım	1	2	3	4	5
19. Bir sosyal medya sitesinde siyasi konular hakkında link (bağlantı) paylaşırım	1	2	3	4	5
20. Savunduğum gruplara destek olmak amacıyla kanıt olarak görülen unsurları paylaşırım	1	2	3	4	5
21. Siyasi konular hakkında durum güncellemesi paylaşırım	1	2	3	4	5
22. Sosyal ağlarda bir siyasi etkinliğe katıldığımı belirtirim	1	2	3	4	5
23. Bir siyasi konunun yayılması için sosyal ağlarda paylaşım yaparım	1	2	3	4	5
24. Sosyal ağlarda oy verdiğim partiyi paylaşırım	1	2	3	4	5
25. Sosyal medya hesap ismimi siyasi görüşümü belirten eklemeler yaparak paylaşırım (TC Arzu Şenay, AK Tunç Çetin gibi)	1	2	3	4	5
26. Sosyal medya üzerinden karşıt görüşler hakkında olumsuz içerik paylaşırım	1	2	3	4	5
27. Sosyal medya üzerinden karşıt görüşler hakkında olumsuz söylemler paylaşırım	1	2	3	4	5
28. Siyasi amaçlı çevrimiçi dilekçe-imza kampanyalarına katılırım (change.org vb.)	1	2	3	4	5
29. Siyasi nitelikli bir çevrimiçi tartışmaya katılırım	1	2	3	4	5
30. Sosyal medya üzerinden örgütlenen bir gösteriye katılırım	1	2	3	4	5
31. Hashtag aktivizmine katılırım (#2015Secim vb.)	1	2	3	4	5
32. Bir siyasi parti veya siyasetçi için çevrimiçi bağış kampanyasına katılırım	1	2	3	4	5
33. Sosyal medya üzerinden gönüllü toplama sürecine katılırım	1	2	3	4	5
34. Sosyal medyada karşı propaganda faaliyetlerine katılırım	1	2	3	4	5
35. Oluşturduğum trol hesaplarla siyasi süreçlere katılırım	1	2	3	4	5
36. Profil resmimi siyasi olaylara uygun olarak değiştirme eylemlerine katılırım (Şehitler sonrası bayrak, 10 Kasım'da Atatürk vb)	1	2	3	4	5
37. Bir siyasi olay sonrası profil karartma etkinliğine katılırım	1	2	3	4	5

DEĞERLENDİRİLECEK SİYASAL KATILIM DAVRANIŞLARI	Asla	Nadiren	Ara sıra	Sıklıkla	Her zaman
38. Siyasal davranışı belirtmek için konum paylaşımına katılırım (Swarm vb)	1	2	3	4	5
39. Bir siyasal örgüt veya oluşumun ürettiği ürünleri çevrimiçi olarak satın almaya katılırım	1	2	3	4	5
40. Siyasal amaçlı çevrimiçi yayın yaparım	1	2	3	4	5
41. Siyasal konular hakkında sosyal medyada yazı-not yazarım	1	2	3	4	5
42. Sosyal medyada paylaşmak için siyasal içerik üretimim	1	2	3	4	5
43. Siyasal konular hakkında blog yazarım	1	2	3	4	5
44. Siyasal başlıklar hakkında internet haberlerine yorum yazarım	1	2	3	4	5
45. Siyasal içerikli mizah unsurları üretimim (caps, montaj, gif)	1	2	3	4	5
46. Wiki, sözlük gibi sitelerde entry (başlık) açarım	1	2	3	4	5
47. Sosyal medya üzerinden seçim güvenliği için çalışmalar üretimim	1	2	3	4	5
48. Bir ideolojiyi, siyasal oluşumu savunmak için grup veya sayfa açarım	1	2	3	4	5
49. Katılımda bulunanların siyasal sayısal yeteneklerini geliştirmeye çalışırım	1	2	3	4	5
50. Bir eylemci (aktivist) veya siyasal grubun sosyal medya hesabını ziyaret ederim	1	2	3	4	5
51. Bir eylemci veya siyasal grupla sosyal medya üzerinden iletişime geçerim	1	2	3	4	5
52. Seçilmiş bir yetkiliyle (milletvekili vb.) sosyal medya üzerinden iletişime geçerim (mesaj, tweet)	1	2	3	4	5
53. Siyasal bir olay karşısında ana akım medyada görev yapan gazetecilere sosyal medya üzerinden erişirim	1	2	3	4	5
54. Bir siyasal parti veya siyasetçinin sayfasını beğenirim	1	2	3	4	5
55. Bir siyasal parti veya siyasetçiyi arkadaş olarak eklerim, takip ederim	1	2	3	4	5
56. Bir devlet kurumuna mail yollarım	1	2	3	4	5
57. Sosyal ağlardan benzer görüşe sahip diğer kullanıcıları takip ederim, arkadaş eklerim	1	2	3	4	5
58. Sosyal ağlardan zıt görüşe sahip diğer kullanıcıları takip ederim, arkadaş eklerim	1	2	3	4	5
59. Siyasal olaylar sonucunda karar alıcılara erişerek çevrimiçi yollarla baskı altına almaya çalışırım	1	2	3	4	5
60. Çevrimiçi ortamlarda iz bırakmamak için internete anonim olarak bağlanırım	1	2	3	4	5
61. Bir siyasal olay sonucu insanları bir ürün veya gruba yönelik çevrimiçi ortamlarda boykota çağırırım	1	2	3	4	5
62. Siyasal olaylar doğrultusunda insanları sosyal medya aracılığıyla harekete geçiririm	1	2	3	4	5

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı, Soyadı : Mübarek Yüceel

Uyruğu : Türkiye

E – mail : ubarekyuceel@gmail.com

EĞİTİM

DERECE	KURUM	MEZUNİYET TARİHİ
Yüksek Lisans	UÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü	2019
Üniversite	AÜ İletişim Fakültesi Gazetecilik	2011
Lise	Yunus Emre Lisesi	2007

KAYNAKÇA

- Ağırbaş, E. D. (2008). *Avrupa Birliği ve Türkiye’de Alan Kullanım Kararlarında Yerel Yönetimlerin Rolü: Gaziemir rneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. İzmir.
- Akıncı, S. (2014). Siyasal Katılım Düzeyleri zerine Bir İnceleme. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7, 33-46.
- Aktan, E. (2017). *Sosyal Medya ve Siyasal Katılım*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Akyüz, . (2009). Siyaset ve Ahlak. *Yasama Dergisi*, 11, 93-129.
- Arıbaş, K. ve şimşek, . (2014). *Sosyal Bilgiler ğretmenliği İçin Siyaset Bilimine Giriş*. Ankara: izgi Kitapevi.
- Aytekin, . (2011). Wiki Uygulamalarına İletişimsel Yaklaşım İle Bir Model nerisi. *Online Academic Journal of Information Technology*, Vol:2 Num:5 ss. 7-17.
- Aziz, A. (1982). *Toplumsallaşma ve Kitlesele İletişim*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basım Yayın Yüksek Okulları Yayınları.
- Babacan, M. E. (2015). Yeni Medya Bağlamında Toplumsal Hareketler Ve Yeni İnsanın Karakter Analizi, *Folklor, Edebiyat Dergisi*, Cilt:21 Sayı, 83, ss. 295-307
- Babacan, M. E. (2017). *Sosyal Medya ve Gençlik*. İstanbul: Bir Yayıncılık.
- Balcı, ř. (2016). Siyasal Karar Sürecinde İletişim Araç ve Yöntemlerinin Etki Düzeyleri: “7 Haziran 2015 Genel Seçimleri rneği. Balcı, ř. (Ed.), *7 Haziran’dan 1 Kasım’a Türkiye’de Siyasal İletişim Uygulamaları* (ss. 71-108). Konya: Literatürk Academia.
- Balcı, ř. Tarhan, A. Ve Bal, E. (2013). *Medya ve Siyasal Katılım*. Konya: Literatürk Academia.
- Balcı, ř. ve Sarıtaş, H. (2015). Facebook ve Siyasal Katılım: 2014 Yerel Seçimleri Araştırması, *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 37, 511-535.
- Baltacı, C. Eser, B. ve Tekin, N. (2009). Tarihsel Süreç İçinde Türkiye’de Kadınların Siyasal Haklarını Elde Etmesi ve Siyasete Katılımı. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF, Kamu Yönetimi Bölümü*. (s.1-22).

Baykal, D. (1970). *Siyasal Katılma Bir Davranış İncelemesi*. Ankara: Ankara Üniversitesi.

Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Doğu, B., İslamoğlu, G., Aydemir, A. T. (2012). Sosyal Medyada 2011 Genel Seçimleri: Nicel-Nitel Arayüzey İncelemesi. *Selçuk İletişim Dergisi, Cilt 7, Sayı 3*, ss. 5-29.

Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Doğu, B., İslamoğlu, G., Aydemir, A. T. (2014). Siyasal İletişim Sürecinde Sosyal Medya ve Türkiye’de 2011 Genel Seçimlerinde Twitter Kullanımı. *Bilig/Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, (68), 59-96.

Bektaş, A. (2013). *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık

Bostancı, M. (2010). *Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Kayseri.

Bostancı, M. (2014). Siyasal İletişim 2.0. *Erciyes İletişim Dergisi*. 3 (3), 84-96.

Bostancı, M. (2015). *Sosyal Medya ve Siyaset*. Konya: Palet Yayınları.

Bozkurt, A. (2013). Siyasiler Sosyal Medya Rüzgarının Farkında. *Bilişim Dergisi*, 51, 127

Büyükşener, E. (2009). Türkiye’de Sosyal Ağların Yeri ve Sosyal Medyaya Bakış, *Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri*, ss. 19-23, 12-13 Aralık, Bilgi Üniversitesi, İstanbul

Çağlar, N. ve Asıgbulmuş, H. (2017). X ve Y Kuşaklarının Siyasal Davranışında Sosyal Medyanın Etkisi: Gaziosmanpaşa İlçesinde Bir Araştırma. *Journal of Suleyman Demirel University Institute of Social Sciences*, 29(4), 85-112.

Çağlar, N. ve Köklü, P. H. (2017). Yeni medyanın siyasal iletişim aracı olarak kullanımı: Siyasal partilerin resmi web sitelerine yönelik bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1), 148-173.

Çakmak, D. (2011). *Öğretmen adaylarının siyasal katılımı ve siyasal katılıma ilişkin tutumları*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Burdur.

Çukurçayır, M. A. (2000). *Siyasal Katılma ve Yerel Demokrasi*. Ankara: Yargı Yayınevi.

Dalaylı, F. Ü. (2018). *Orta Yaş Üstü Bireylerin Dijital Çağda İletişim Kurma Pratikleri: Sosyal Medya Bağımlılığı Ve Sosyal İzolasyon*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Demirel, M. Yörük, M. ve Özkan, O. (2012). Çocuklar için güvenli internet: güvenli internet hizmeti ve ebeveyn görüşleri üzerine bir araştırma-safe internet for children: a study on safe internet service and parental views. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(7), 54-68.

Devran, Y. (2004). *Mesaj, Strateji ve Taktikler. Siyasal Kampanya Yönetimi*. İstanbul: Odak İletişim.

Devran, Y. Seçkin, G. (2011). Kamusal İnsan Medya ve Siyaset. Devran Y. (Ed.), *Seçim Kampanyalarında Geleneksel Medya, İnternet ve Sosyal Medyanın Kullanımı* (ss. 15-44). İstanbul: Başlık Yayın Grubu

Dilber, F. (2011). *Siyasal Katılımda Kitle İletişim Araçlarının Seçmenler Üzerine Etkisi; Karaman İli Seçmenleri Üzerine Bir Alan Araştırması*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Dilmen, N. E. ve Öğüt, S. (2010) Sosyalleşmenin Yeni Yüzü: Sosyal Paylaşım Ağları. *Yeni Medya ve Etkileşim Konferansı*, ss. 237-242

Doğan, A. ve Alptekin, G. (2018). Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya: “TBMM Üyelerinin Twitter Kullanım Pratikleri Üzerine İnceleme”. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 737-756.

Dursun, D. (2004). *Siyaset Bilimi*. İstanbul: Beta Basın Yayın Dağıtım

Dursunoğlu, İ. (2017a). *Siyasal Davranış Üzerine Bir Karşılaştırma: Bayburt Örneği*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.

Dursunoğlu, İ. (2017b). Sosyal Medya ve Siyasal Davranış İlişkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. (22),1579-1585.

Dündar, L. (2018). Yeni Medya ve Siyasal Katılım: 15 Temmuz Örneği. *Gazi Akademik Bakış*, 11 (22), 101-115.

Elciyar, K. (2016). *Sosyal Medyanın Üniversite Öğrencilerinin Siyasal Katılım Davranışlarına Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Geçgin, E. (2009). Türkiye’de Kadınların Siyasal Katılımı: Ankara’da AKP’li ve CHP’li Kadın Karşılaştırması. *VI. Ulusal Sosyoloji Kongresi, Toplumsal Dönüşümler ve Sosyolojik Yaklaşımlar*, .(s.623-651).

Göker, G. ve Doğan, A. (2011). Ağ Toplumunda Örgütlenme: Facebook'ta Çevrimiçi Tekel Eylemi. *Balikesir University Journal of Social Sciences Institute*, 14 (25), 175-203.

Göksu, V. (2016) *Kamusal Alan ve Siyasal Katılma Mecrası Olarak Sosyal Medya*. Konya: Çizgi Kitabevi.

Göktaş, M. (2009). *Türkiye’de Siyasal Kültür ve Anayasa Yapım Sürecine Yansımaları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.

Görgülü, B. (2018). *Gençlerin Siyasal Katılım Sürecinde Sosyal Medyanın Rolü*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Güler, A. B. (2016). *Siyasal İletişimde Sosyal Medyanın Yeri: Twitter Bağlamında 2014 Türkiye Cumhurbaşkanlığı Seçim Sürecinde Adayların Sosyal Medya Kullanımı*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Gültekin, M. C. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Siyasal Yaşama Katılım Boyutlarının İncelenmesi: Mardin Örneği. *Hitit Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2, 1559-1580.

Güngör, N. (2018). *İletişim Kuramları, Yaklaşımları*. Ankara: Siyasal Kitabevi

Hobikoğlu, E. H. (2004). *Türkiye’de Sosyo-Kültürel Yapı ve Siyasal Elitlerin Siyasal Davranışlarına Etkileri: Parlementer Elitler Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Hurma, H. (2004). *Türkiye’de Kentleşme ve Göç Olgusunun Siyasal Katılıma Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

Hülür, A. B. (2006). *Kitle İletişim Araçları, Demokratikleşme ve Siyasal Katılım*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

İşliyen, M. (2018). *Siyasal Katılım ve Sosyal Medya*. Konya: Literatürk Academia

Kalaycıoğlu, E. (1983). *Karşılaştırmalı Siyasal Katılma*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları

Kalaycıoğlu, E. (2013). Siyasal Katılmanın Anatomisi, *Bilim Akademisi Derneği*, 34, 179-248.

Kapani, M. (2007). *Politika Bilimine Giriş*. (19. Baskı). Ankara: Bilgi Yayınevi

Karaçor, S. (2009). Yeni iletişim teknolojileri, siyasal katılım, demokrasi. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 121-131.

Karagöz, K. (2013). Yeni medya çağında dönüşen toplumsal hareketler ve dijital aktivizm hareketleri. *İletişim ve diplomasi*, 1(1), 131-156.

Kılıç, Ç. (2015). *Gündem Belirleme Kuramı Çerçevesinde Siyasal Karar Verme Sürecine Sosyal Medya Etkisinin İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Kışlalı, A. T. (1998). *Siyasal Sistemler - Siyasal Çatışma ve Uzlaşma* (4. Baskı). Ankara: İmge Kitapevi

Koçak A. (2002). Siyasal Davranış ve Kamuoyu, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademi Dergisi*, 2(3), 96-103.

Korkmaz, G. (2005). *Siyasal Katılma ve Üniversite Gençliği Bilkent, Başkent, Ankara ve Gazi Üniversitesi Örnekleri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Köksal, Y. Ve Özdemir, Ş. (2013). Bir İletişim aracı Olarak Sosyal Medyanın Tutundurma Karması İçerisindeki Yeri Üzerine Bir İnceleme, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18 (1) , ss. 323,337.

Kurtuluş, S. B. (2018). *Siyasal İletişimde Yeni Medyanın Kullanımı ve Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Kutlu, A. (2018). Dönüşen Medya Çağında Siyasal Katılım: İstanbul'da Yaşayan 18-22 Yaş Seçmen Örneği. *Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 5(3), 90-106.

Kürkcü, D. D. (2016). *Yeni Medya ve Gençlik*. İstanbul: Kriter Yayınevi

Meriç, Ö. (2014). *Dijital Demokrasi: Türkiye'de Yeni Medya ve Siyasal Katılım*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Mişçi, S. (2006). Yeni Medya Kullanımının Organizasyon Yapısı Üzerindeki Etkileri. *Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiri Kitapçığı*, ss. 128-137. İstanbul.

Oruç, T. ve Bayrakçı, E. (2018). Yerel Siyasette Temsil ve Katılım: Kadın Aktörler. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(2), 463- 480.

Özer, İ. (1996). Siyasal Kültür, Demokrasi ve Demokratik Değerler. *Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11 (1), 71 – 98.

Özer, M. (2014). Siyasal İletişimin Etkinliğinde Algılama Yönetiminin Rolü. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 3(7), 166-197.

Özgün, G. (2014). *Sosyal Medyada Siyasal İletişim: 2011 Genel Seçimlerinde İktidar ve Anamuhalefet Partilerinin Sosyal Medya Stratejileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Özkaynar, K. Altunışık, R. ve Yolcu, T. (2017). Facebook ve Twitter Kullanıcılarının Siyasal Katılım Eğilimlerinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 5(5), 99-109.

Özyurt, C. (2010). Üniversite Öğrencilerinin Siyasal Katılım Davranışları: 29 Mart 2009 Yerel Seçimleri Balıkesir Örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(33), 289-320.

Sağlam, B. (2016). *7 Haziran ve 1 Kasım 2015 Genel Seçimlerinde Ak Parti'nin Siyasal İletişim Kampanyasında Sosyal Medyanın Yeri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.

Sarıbay, Ali Yaşar (1998). *Siyasal Sosyoloji*, İstanbul: Der Yayınları

Sezen, S. (2000) *Seçim ve Demokrasi*. (2. Basım). Ankara: Gündoğan Yayınları

Şahin, Y. (2018). *Yeni İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya Canlı Yayın Araçlarının Kullanım Alışkanlıkları ve Motivasyonları*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uşak

Taydaş, O. (2018). *Siyasal Karar ve Katılım Sürecinde Sosyal Medyanın Etkinliği*. Konya: Literatürk Academia

Teke, H. K. (2016). *Üniversite Gençliği ve Siyasal Katılım Selçuk Üniversitesi Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Tekin, G. (2015). *Gençlerin Siyasal Katılımında Kitle İletişim Araçlarının Rolü*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Tokgöz, O. (2010). *Seçimler, Siyasal Reklamlar ve Siyasal İletişim*, Ankara: İmge Kitabevi

Tunaya, T. Z. (1982). *Siyasal kurumlar ve anayasa hukuku* (5.basım). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi.

Turan E. ve Temizel M. (2015), *Türkiye'de Seçmen Davranışları*. Konya: Kömen Yayınları

Turan, İ. (1986). *Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış*, (3. Basım). İstanbul: Der Yayınları

Uluç, A. V. (2007). *Güneydoğu Anadolu Bölgesinin Toplumsal ve Siyasal Yapısı: Mardin Örneğinde Siyasal Katılım*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul

Utku, K. Ve Çal, Ö. (2012). Web 2.0 Servislerinin Sosyolojik Değerlendirmesi, *Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, ss. 1-8, Uşak

Uysal, B. (1984). *Siyasal Katılma ve Katılma Davranışında Ailenin Etkisi*. Ankara: Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları

Uysal, B. (1996). Siyasal Katılma ve Katılma Davranışı Üzerinde Ailelerin Etkisi, *Amme İdaresi, Dergisi*, 17(4), 109-110.

Ülkü, E. Ç. Ve Demir, M. K. (2013). Kitle İletişim Araçlarının Öğrencilerin Sınıf İçi Davranışlarına Etkisi. *International Journal of Social Science, Volume 6*. ss. 587-608.

Yazıcı, G. (2014). *İnternette Pazarlamada Yeni Bir Boyut: Sosyal Medyanın Tüketicilerin Marka Tercihlerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Yerlikaya Şaşmaz, O. (2015). *Türkiye’de Siyasî Partilerin Gençlik Kollarında ve Bağlı Yan Kuruluşlarında Faaliyet Gösteren Gençlerin Siyasî Katılımlarına İlişkin Algıları*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.

Yıldız, M. M. (2014). *Gençlik ve Siyasal Katılım: Diyarbakır Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Diyarbakır.

Yılmaz, V. ve Oy, B. (2014). *Türkiye’de Gençler ve Siyasal Katılım: Sosyo-Ekonomik Statü Fark Yaratıyor mu?*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları

Yılmaz, B., DüNDAR, G. ve Oskay, T. (2015). Dijital Ortamda Aktivizm: Online İmza Kampanyalarına Katılım Davranışlarının İncelenmesi (Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma). *E-Journal of Intermedia*, ss. 481-504

Yolcu, N. (2017). Siyasal Katılım Düzeyi ve Siyasal Toplumsallaşma Araçlarına Yönelik Güven Ölçümü: Kocaeli İli Üzerine Ampirik Bir Çalışma. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(1).40-58.

Yücekök, A. N. (1987), *Siyaset'in Toplumsal Tabanı: Siyaset Sosyolojisi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

