

T. C.
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI İLİŞKİLER VE KÜRESELLEŞME ANABİLİM DALI

**POLİTİK İLGİ İLE POLİTİK KATILIM ARASINDAKİ İLİŞKİDE SİYASAL
AÇIDAN SOSYAL MEDYA ALGISININ ARACILIK ROLÜ: BELEDİYE
MECLİS ÜYELERİ ÜZERİNE MERSİN İLİNDE BİR ARAŞTIRMA**

TEZİ YAZAN

Fatma YEŞİLKUŞ

1. Danışman: Prof. Dr. Ali Engin OBA

2. Danışman: Prof. Dr. Esat ARSLAN

Jüri Üyesi: Prof. Dr. Harun ARIKAN (Çukurova Üniversitesi)

**Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Zeynep SABANCI (Adana Alparslan Türkeş Bilim
ve Teknoloji Üniversitesi)**

Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Saffet AKKAYA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MERSİN / ŞUBAT 2020

ONAY**T.C
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ' NE**

20185017 numaralı öğrencimiz olan **Fatma YEŞİLKUŞ** tarafından hazırlanan **“Politik İlgi ile Politik Katılım Arasındaki İlişkide Siyasal Açından Sosyal Medya Algısının Aracılık Rolü: Belediye Meclis Üyeleri Üzerine Mersin İlinde Bir Araştırma”** başlıklı bu tez çalışması jüri üyelerimiz tarafından **oy birliği** ile **Uluslararası İlişkiler ve Küreselleşme** Anabilim Dalında **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

(E-İmzalıdır)

Üniv. İçi Asıl Üye – 1. Tez Danışmanı - Jüri Başkanı: Prof. Dr. Ali Engin OBA

(E-İmzalıdır)

Üniv. İçi Asıl Jüri Üyesi – 2. Tez Danışmanı: Prof. Dr. Esat ARSLAN

(E-İmzalıdır)

Üniv. İçi – Asıl Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Saffet AKKAYA

(E-İmzalıdır)

Üniv. Dışı – Asıl Jüri Üyesi: Prof. Dr. Harun ARIKAN

(Çukurova Üniversitesi)

(E-İmzalıdır)

Üniv. Dışı - Asıl Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Zeynep SABANCI

(Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi)

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim elemanlarına ait olduklarını onaylarım.

(E-İmzalıdır)

03/02/2020

Doç. Dr. Murat KOÇ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Not: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 Sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndaki hükümlere tabidir.

ETİK BEYANI

Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

03/02/2020

Fatma YEŞİLKUŞ

TEŞEKKÜR

Tez sürecim boyunca engin bilgilerini benimle paylaşarak değerli vaktini bana ayıran, tecrübesi ve bilgi birikimi ile beni hep yönlendiren, bu süreçte beni destekleyerek bana güvenen, öğrencisi olma fırsatı elde ettiğim için gurur duyduğum çok kıymetli tez danışmanım Sayın Prof. Dr. Esat ARSLAN'a katkılarından dolayı sonsuz minnet ve teşekkürlerimi sunarım.

Hem nicel hem de nitel analiz yöntemlerini öğrenmemi sağlayan, veri toplama aşamasında anket formlarını belediye meclis üyelerine ulaştırmamda yardımcı olan ve yapıcı görüşlerini benimle paylaşarak büyük bir hoşgörü ile çalışmama yön veren çok değerli hocam Sayın Dr. Öğr. Üyesi Onur Başar ÖZBOZKURT ve ailesine teşekkürü bir borç bilirim.

Gerçekleştirmiş olduğum bu tez çalışması kapsamında, cevaplandırmış oldukları anket formu ile bilime katkı sağlamamda yardımcı olan ve ricamızı geri çevirmeyerek kıymetli vakitlerini bu tez çalışması için ayıran Mersin Büyükşehir Belediyesi ve İlçe Belediyeleri'nin Sayın Meclis Üyeleri'ne özellikle teşekkür ederim.

Son olarak, maddi manevi desteklerini benden esirgemeyerek eğitim hayatım boyunca her zaman arkamda olan ve bana hep inanan sevgili annem, babam, abilerim ile ablama ve koşulsuz sevgiyle yanımda olarak bu süreci hoşgörü ile karşılayan kuzenlerim Nesibe YEŞİLKUŞ ve Ayşegül ÇİÇEKDAĞ'a çok teşekkür ederim.

ÖZET

POLİTİK İLGİ İLE POLİTİK KATILIM ARASINDAKİ İLİŞKİDE SİYASAL AÇIDAN SOSYAL MEDYA ALGISININ ARACILIK ROLÜ: BELEDİYE MECLİS ÜYELERİ ÜZERİNE MERSİN İLİNDE BİR ARAŞTIRMA

Fatma YEŞİLKUŞ

Yüksek Lisans Tezi, Uluslararası İlişkiler ve Küreselleşme Anabilim Dalı

1. Tez Danışmanı: Prof. Dr. Ali Engin OBA

2. Tez Danışmanı: Prof. Dr. Esat ARSLAN

Şubat 2020, 106 sayfa

Bireylerin, devletlerarası ilişkilerin kurulması ve bu ilişkilerin yönetilmesinde ön plana çıkan politikadaki güncel gelişmeleri takip ederek politikaya dâhil olması, iyi bir yönetim alt yapısının oluşturulmasında önem arz etmektedir. Nitekim günümüzde, gerek yerel/bölgesel gerekse ulusal ve uluslararası düzlemde politikaya dâhil olma sürecinde kolayca erişilebilir, doğrudan, etkileşimli ve etkili bir aracı ifade eden sosyal medyanın kritik bir rol oynadığı görülmektedir. Diğer taraftan, çalışmanın odağında yer alan ve yerel siyasetin önemli birer dinamiği olan belediye meclislerinde merkezi role sahip belediye meclis üyeleri, Türkiye’de belediyeciliğin en önemli yapı taşlarından birisi olma niteliği taşımaktadır.

Buradan hareketle bu çalışma, vatandaşların yaşantılarına etki edecek, proje, yatırım ve problem alanlarına ilişkin kararların alındığı belediye meclislerindeki üyelerin politik ilgi düzeylerinin politik katılım ile arasındaki ilişkide sosyal medya gibi önem arz eden bir enstrümanın aracılık rolünün incelenmesine ilişkin literatürde açıkça görülen eksikliğin giderilmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda, kartopu örneklem yöntemiyle, Mersin ilindeki 141 belediye meclis üyesine anket uygulanarak, elde edilmiş olan veriler, “SPSS 26.0” programı ile analize tabi tutulmuştur.

Analiz sonucunda ise, politik ilginin politik katılım ile istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Dahası, siyasal açıdan sosyal medya algısının hem politik ilgi hem de politik katılım ile istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki içerisinde olduğu tespit edilmiştir. Ek olarak, politik ilginin politik katılım ile arasındaki

ilişkide, siyasal açıdan sosyal medya algısının aracılık rolüne sahip olduğu görülmüş ve bu hususlar doğrultusunda geleceğe yönelik çıkarımlarda bulunulmuştur.

Anahtar kelimeler: Belediye Meclis Üyeleri, Politika, Politik İlgi, Politik Katılım, Sosyal Medya.



ABSTRACT**THE MEDIATING ROLE OF THE POLITICAL PERCEPTION OF SOCIAL MEDIA WITHIN THE RELATIONSHIP BETWEEN POLITICAL INTEREST AND POLITICAL ENGAGEMENT: A RESEARCH ON MUNICIPAL ASSEMBLY MEMBERS IN MERSIN****Fatma YEŞİLKUŞ****Master Thesis, Department of International Relations and Globalization****1. Supervisor: Prof. Dr. Ali Engin OBA****2. Supervisor: Prof. Dr. Esat ARSLAN****February 2020, 106 pages**

The political engagement of individuals via following current changes in politics that stands out within the establishment and management of intergovernmental relations is noteworthy for setting up a good governance substructure. Indeed, it has been seen that social media that refers to an easily accessible, direct, interactive and effective tool has a critical role in the process of political engagement in both local/regional and national/international planes at present. On the other hand, members who have a pivotal role in the municipal assembly that signify a fundamental dynamic of local politics and center of this study is one of the significant milestones in Turkey's municipalism.

From this point of view, this study aims at being fulfilled a clear need of researches in the literature related to examination of mediating role of social media as an important instrument within the relationship between political interest and political engagement in the municipal assembly where decisions regarding project, investment and problem areas that affect the citizens' lives are being taken. In this respect, the questionnaire has been applied to 141 assembly members through the snowball sampling method in Mersin, and the data has been analyzed using "SPSS 26.0" program.

As a result of the analysis, it has been revealed that political interest has a statistically significant relationship with political engagement. Furthermore, it has been determined that the political perception of social media has a statistically significant relationship with both political interest and political engagement. Additionally, it has

been seen that the political perception of social media has a mediating role within the relationship between political interest and political engagement, and accordingly, future deductions have been made.

Keywords: Assembly Members, Politics, Political Interest, Political Engagement, Social Media.



İÇİNDEKİLER

KAPAK	I
ONAY	II
ETİK BEYANI	III
TEŞEKKÜR	IV
ÖZET	V
ABSTRACT	VII
İÇİNDEKİLER	IX
KISALTMALAR LİSTESİ	XIII
TABLolar LİSTESİ	XIV
ŞEKİLLER LİSTESİ	XV
EKLER LİSTESİ	XVI

BÖLÜM I**1. GİRİŞ**

1.1. Araştırmanın Arka Planı	1
1.2. Araştırmanın Amacı	3
1.3. Araştırmanın Problemi	3
1.4. Araştırmanın Önemi	4
1.5. Araştırmanın Hipotezleri	4
1.6. Araştırmanın Sayıltıları	5
1.7. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları	5
1.8. Tanımlar	6

BÖLÜM II**2. KURAMSAL AÇIKLAMALAR VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR**

2.1. Politika	7
2.2. Politik İlgi	9
2.3. Politik Katılım	10
2.3.1. Politik Katılım Boyutları	12

2.3.2. Politik Katılımı Etkileyen Değişkenler	15
2.3.2.1. Yaş Etmeni.....	15
2.3.2.2. Cinsiyet Etmeni	16
2.3.2.3. Eğitim Etmeni	17
2.3.2.4. Mesleki Deneyim Etmeni	18
2.3.3. Politik Katılım Yöntemleri	19
2.3.3.1. Seçimler	19
2.3.3.2. Referandum.....	22
2.3.3.3. Halk Denetimi	23
2.3.3.4. Halk Vetosu.....	24
2.3.3.5. Halk Girişimi (Halk Teşebbüsü)	25
2.4. Sosyal Medya.....	26
2.4.1. Sosyal Medyanın Dijital Mimarileri	29
2.4.2. Siyasal Açıdan Sosyal Medya	31
2.4.2.1. Sosyal Medyada Siyasal İletişim.....	33
2.4.2.2. Sosyal Medyada Fikir Özgürlüğü.....	34
2.4.2.3. Sosyal Medyada Siyasal Takip	34

BÖLÜM III

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı.....	36
3.2. Araştırmanın Modeli	36
3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	36
3.4. Araştırmanın Yapılışı.....	37
3.5. Veri Toplama Araçları	387
3.6. Verilerin Analizi	38

BÖLÜM IV

4. BULGULAR

4.1. Ölçeğe İlişkin Bulgular	39
4.2. Katılımcıların Demografik Değişkenlerine İlişkin Bulgular	40

4.3. Hipotezlere İlişkin Bulgular	44
4.3.1. Politik İlgi ve Politik Katılım	44
4.3.2. Siyasal Açıdan Sosyal Medya Algısı, Politik İlgi ve Politik Katılım	45
4.3.3. Politik İlgi ve Politik Katılım Arasındaki İlişkide Siyasal Açıdan Sosyal Medya Algısının Aracılık Rolü	46
4.4. Demografik Değişkenler ve Politik İlgi, Politik Katılım ve Siyasal Açıdan Sosyal Medya Algısı.....	48
4.4.1. Yaş Etmeni Bağlamında Politik İlgi, Politik Katılım ve Siyasal Açıdan Sosyal Medya Algısı.....	48
4.4.2. Cinsiyet Etmeni Bağlamında Politik İlgi, Politik Katılım ve Siyasal Açıdan Sosyal Medya Algısı.....	49
4.4.3. Medeni Durum Etmeni Bağlamında Politik İlgi, Politik Katılım ve Siyasal Açıdan Sosyal Medya Algısı.....	51
4.4.4. Eğitim Durumu Etmeni Bağlamında Politik İlgi, Politik Katılım ve Siyasal Açıdan Sosyal Medya Algısı.....	53
4.4.5. Siyasi Deneyim Etmeni Bağlamında Politik İlgi, Politik Katılım ve Siyasal Açıdan Sosyal Medya Algısı.....	55
4.4.6. En Sık Kullanılan Sosyal Medya Uygulaması Bağlamında Politik İlgi, Politik Katılım ve Siyasal Açıdan Sosyal Medya Algısı	58

BÖLÜM V

5. TARTIŞMA VE YORUM

5.1. Politik İlgi ve Politik Katılım	62
5.2. Siyasal Açıdan Sosyal Medya Algısı ve Politik İlgi	62
5.3. Siyasal Açıdan Sosyal Medya Algısı ve Politik Katılım.....	63
5.4. Politik İlgi ile Politik Katılım Arasındaki İlişkide Siyasal Açıdan Sosyal Medya Algısının Aracılık Rolü	64
5.5. Demografik Değişkenler ve İlgili Ölçekler	64

BÖLÜM VI

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

6.1. Sonuç.....	67
-----------------	----

6.2. Öneriler.....	70
7. KAYNAKÇA	71
8. EKLER	83
9. ÖZGEÇMİŞ.....	90



KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ANOVA	: Tek Yönlü Varyans
BİT	: Bilgi ve İletişim Teknolojileri
CHP	: Cumhuriyet Halk Partisi
KMO	: Kaiser-Meyer-Olkin
MHP	: Milliyetçi Hareket Partisi
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
YÖK	: Yükseköğretim Kurulu



TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.	Politik Katılım Boyutları	13
Tablo 2.	Kadın Bireylerin Dünya Genelinde Politik Katılım Oranı	17
Tablo 3.	Ölçek ve İlişkili Alt Boyutların Geçerlik ve Güvenirlik Katsayıları	39
Tablo 4.	Politik İlgi ile Politik Katılım Arasındaki İlişkiye Ait Korelasyon Analizi Sonuçları.....	44
Tablo 5.	Siyasal Açından Sosyal Medya Algısının Politik İlgi ve Politik Katılım ile Arasındaki İlişkiye Ait Korelasyon Analizi Sonuçları	45
Tablo 6.	Politik İlgi ile Politik Katılım Arasındaki İlişkide Siyasal Açından Sosyal Medya Algısının Aracılık Rolüne İlişkin Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları.....	47
Tablo 7.	Yaş Etmeninin Politik İlgi, Politik Katılım ve Siyasal Açından Sosyal Medya Algısı Üzerindeki Etkisine İlişkin ANOVA Analizi Sonuçları	48
Tablo 8.	Cinsiyet Etmeninin Politik İlgi, Politik Katılım ve Siyasal Açından Sosyal Medya Algısı Üzerindeki Etkisine İlişkin T Testi Sonuçları	50
Tablo 9.	Medeni Durum Etmeninin Politik İlgi, Politik Katılım ve Sosyal Medya Algısı Üzerindeki Etkisine İlişkin T Testi Sonuçları	52
Tablo 10.	Eğitim Durumu Etmeninin Politik İlgi, Politik Katılım ve Siyasal Açından Sosyal Medya Algısı Üzerindeki Etkisine İlişkin ANOVA Analizi Sonuçları.....	54
Tablo 11.	Siyasi Deneyim Etmeninin Politik İlgi, Politik Katılım ve Siyasal Açından Sosyal Medya Algısı Üzerindeki Etkisine İlişkin ANOVA Analizi Sonuçları.....	56
Tablo 12.	Siyasi Deneyim Dağılımı ve Politik Katılıma İlişkin Tukey Testi Sonuçları.....	57
Tablo 13.	En Sık Kullanılan Sosyal Medya Uygulamasının Politik İlgi, Politik Katılım ve Siyasal Açından Sosyal Medya Algısı Üzerindeki Etkisine İlişkin ANOVA Analizi Sonuçları.....	59
Tablo 14.	En Sık Kullanılan Sosyal Medya Uygulaması ve Tukey Testi Sonuçları.....	61

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Politik Katılımın Hiyerarşik Gösterimi	13
Şekil 2. Eğitim Ve Politik Katılım İlişkisinin Şematik Gösterimi.....	18
Şekil 3. Sosyal Medya İşlevsellik Modeli	28
Şekil 4. Sosyal Medya Araçlarının Aylık Aktif Kullanıcı Sayısı (Milyon)	30
Şekil 5. Türkiye’de Sosyal Medya Platformlarına Göre Kullanım Oranları (2018).....	31
Şekil 6. Araştırmanın Modeli	36
Şekil 7. Katılımcıların Yaş Dağılımı.....	41
Şekil 8. Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı.....	41
Şekil 9. Katılımcıların Medeni Durumu.....	42
Şekil 10. Katılımcıların Eğitim Durumu	42
Şekil 11. Katılımcıların Siyasi Deneyimi.....	43
Şekil 12. Katılımcıların Kullandığı Sosyal Medya Araçları	43

EKLER LİSTESİ

8.1. Etik Kurulu Onay Belgesi	83
8.2. Kişisel Bilgi Formu	86
8.3. Politik İlgı Ölçeği	87
8.4. Politik Katılım Ölçeği	88
8.5. Siyasal Açıdan Sosyal Medya Algısı Ölçeği	89



BÖLÜM I

1. GİRİŞ

Bu bölümde, gerçekleştirilen araştırmanın arka planı, amacı, problemi, önemi, hipotezleri, sayıtları, kapsam ve sınırlılıklarıyla birlikte son olarak araştırmada yer alan başlıca kavramlara ilişkin tanımlar yer almaktadır.

1.1. Araştırmanın Arka Planı

Siyaset, farklı bir ifadeyle politika, insanların topluluk olarak yaşadıkları her dönemde ve coğrafyada karşımıza çıkmakta olup; bu yönüyle evrensel bir olgu olma niteliği taşımakta ve siyasetin tek bir uygarlık ya da tek bir dönemle sınırlandırılmaması gerekmektedir (Yalçınkaya ve Ağaoğulları, 2013, s. 3). Bu bağlamda politika, toplumda yaşayan insanlar arasında bir çatışma, bir mücadele ve kavga olarak nitelendirilse de aynı zamanda bireylerin yönetim sürecindeki uzlaşması olarak da ifade edilmektedir (Kapani, 2007, ss. 17-20).

Yanı sıra, bireylerin uzlaşma sürecinde kamuoyu oluşturmasında ve politikaya katılımında içsel bir motivasyon olarak nitelendirilen politik ilgi, önem arz etmektedir (Shehata ve Amnå, 2017, s. 1). Bu çerçevede, bireyin siyasal sistemle kurmuş olduğu ilgi sonucu ortaya çıkan ilişkiler bütünü ve genel anlamda bu ilişkilerin, politik olay ve durumları izleyip bilgi edinerek politik faaliyetlerde bulunmayı ifade eden politik katılım dikkat çekmektedir (Örtlek ve Tekelioğlu, 2013, s. 279).

Politik katılım değişik düzeylerde ve çeşitli biçimlerde kendini gösterebilmekte (Kapani, 2007, s. 145) olup; “İlgi”, “Önemseme”, “Bilgi” ve “Eylem” olmak üzere dört temel boyutunun var olduğu ifade edilmektedir (Dahl, 1963, s. 57). Buna ek olarak, politik katılımın, politik sistem tarafından kabul gören ve görmeyen ile düşük ve yüksek düzeyde katılım olmak üzere dört ayrı boyutu içerdiği de görülmektedir (Çam, 2005, s. 175).

Politik katılım, toplumda tek başına bağımsız bir olgu olarak ele alınmamakla birlikte, bireylerin politik katılımına rejim, biyolojik etkenler, demografik değişkenler ve sosyo-ekonomik etmenler etki edebilmektedir (Uluç, 2007, s. 25). Etkilenen birey; referandum, seçimler, halk denetimi, halk girişimi, halk vetosu ve halk toplantıları gibi politik katılım yöntemleri vasıtasıyla politikaya katılabilmektedir (Aydın, 2019, s. 398).

Diğer taraftan, Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT) alanında yenilikler hızla gerçekleşmekte ve çok sayıda web sitesi ve sosyal medya uygulamalarının ortaya çıktığı görülmektedir (Abbas, Aman, Nurunnabi ve Bano, 2019, s. 1683). Bu açıdan, BİT'in dünyayı çarpıcı bir şekilde etkilediği, kişilerarası etkileşimde çevrimiçi kanallar kullanılarak yeni iletişim modeli ortaya koyduğu ve bireylerin sosyal ve politik tartışmalarını da şekillendirdiği düşünülmektedir (Ahmad, Alvi ve Ittefaq, 2019, s. 1). Bu kapsamda, özellikle pazarlama alanındaki araştırmalara konu olan sosyal medyanın, siyasal açıdan kullanımının giderek önem arz ettiği dikkat çekmektedir.

Dahası, bu çalışmanın, bir diğer ana odağı ve büyükşehir belediyesinin karar organı olan büyükşehir belediye meclisi, üye sayısının her ilçe için beşte biri alınmak suretiyle tespit edilecek toplam sayı kadar üyeden oluşmaktadır (Köken, 2016, s. 3512). 5393 sayılı Kanunu'nun 18. Maddesine göre "belediye meclisinin görev ve yetkileri" aşağıda yer almaktadır:

- Stratejik plân ile yatırım ve çalışma programlarını, belediye faaliyetlerinin ve personelinin performans ölçütlerini görüşmek ve kabul etmek,
- Bütçe ve kesin hesabı kabul etmek, bütçede kurumsal kodlama yapılan birimler ile fonksiyonel sınıflandırmanın birinci düzeyleri arasında aktarma yapmak,
- Borçlanmaya karar vermek,
- Şartlı bağışları kabul etmek,
- Belediye adına imtiyaz verilmesine ve belediye yatırımlarının yap-işlet veya yap-işlet-devret modeli ile yapılmasına; belediyeye ait şirket, işletme ve iştiraklerin özelleştirilmesine karar vermek,
- Meclis başkanlık divanını ve encümen üyeleri ile ihtisas komisyonları üyelerini seçmek,
- Belediye tarafından çıkarılacak yönetmelikleri kabul etmek,
- İmar plânlarına uygun şekilde hazırlanmış belediye imar programlarını görüşerek kabul etmek (marmara.gov.tr, 15.12.2019).

Ayrıca, Türkiye'de yerel siyaset incelendiğinde ise, Türkiye, 1940'ların sonlarında demokrasiye geçtiği için "üçüncü dalga" değil; "ikinci dalga" demokrasisi olmakla birlikte; Türk demokrasisi, askerî darbelerle üç kez kesintiye uğramış, üç kez demokrasisinin çökmesini ve üç kez de demokrasisinin onarılmasını tecrübe etmiştir.

Bununla birlikte, Türkiye, İslam dünyasının tek demokratik ve gerçek anlamda laik bir ülkesidir (Özbudun, 2000, s. 1). Açık bir ifadeyle, tüm ters dalgalara rağmen demokrasi mücadelesini sürdüren Türkiye, attığı her adımla bilinçlenen ve demokratik kişiliği güçlenen insanı sayesinde, bireysel ve sosyal anlamda da güçlü bir demokrasi kültürüne sahip olmuştur (Özdemir, 2018, ss. 28-29).

Buradan hareketle bu çalışmanın, Türkiye’de yerel siyasetin belirleyicileri olan belediye meclis üyelerinin politik ilgi ve politik katılım düzeylerinin incelenerek sosyal medyanın bu hususlar doğrultusunda etkin kullanımına ve ilgili literatürdeki eksikliğin giderilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Türkiye’de, il ve ilçe belediyelerindeki en önemli yapı taşlarından birisi olma niteliği taşıyan, temelde, vatandaşların yaşantılarına etki edecek, proje, yatırım ve problem alanlarına ilişkin çözümlerin üretildiği ve birçok kararın alındığı; bununla birlikte, belediyelerin karar alma organı olması sebebiyle yerel siyasetin önemli birer dinamiği olan belediye meclislerinde kritik roller üstlenen belediye meclis üyelerinin politik ilgi düzeylerinin politik katılım ile arasındaki ilişkide sosyal medya gibi önem arz eden bir enstrümanın aracılık rolünün incelenmesine istinaden literatürde açıkça görülen eksikliğin giderilmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir.

1.3. Araştırmanın Problemi

Politik ilginin bireylerin politik katılımları ile ilişkisi tüm dünyada önemli tartışmalara konu olmaktadır. Diğer taraftan, sosyal medyanın önemli bir araç niteliği olması sebebiyle politikanın sosyal paylaşım siteleri aracılığıyla çevrimiçi tartışmalara konu olduğu günümüzde, sosyal medya ile siyaset entegrasyonuna ilişkin özellikle yerel veya bölgesel düzeydeki araştırmalardaki belirsizliklerden hareketle aşağıda yer alan sorular, araştırma probleminin temel noktasını teşkil etmektedir:

- Politik ilgi ile politik katılım arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Yerel düzlemde siyaset açısından sosyal medya ile politik ilgi arasında bir ilişki var mıdır?
- Yerel düzlemde siyaset açısından sosyal medya ile politik katılım arasında bir ilişki var mıdır?

- Politik ilgi ile politik katılım arasındaki ilişkide siyasal açıdan sosyal medya algısı aracılık rolü oynamakta mıdır?
- Demografik değişkenler, politik ilgi politik katılım ve siyasal açıdan sosyal medya algı düzeyini etkilemekte midir?

1.4. Araştırmanın Önemi

Etkili bir yönetişimin sağlanması ve demokratik süreçlerin alt yapısını meydana getirmesiyle politik katılımın temelini oluşturan politik ilgi ve özellikle siyasi tutum, davranış ve kararların etkin bir şekilde ifade edilmesiyle ortaya çıkabilmekte olan politik katılım arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar küresel ölçekte dikkat çekmesine rağmen, Türkiye’de akademik açıdan yeterli ilgiyi görmemiş ve ilgili araştırmalar sınırlı kalmıştır. Bu çerçevede, Yükseköğretim Kurulu (YÖK) tez veri tabanında gerçekleştirilen detaylı araştırmada, politik ilgi ile politik katılım arasındaki ilişkiyi inceleyen lisansüstü düzeyde, Kaya (2013)’ya ait yalnızca bir adet doktora tez çalışmasının var olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte, alışlagelmiş, geleneksel yöntemleri değiştirerek politik aktörlerin her an siyasal iletişime geçebilmesi ya da gündeme ilişkin düşüncelerini kitlelere aktarabilmesi fırsatını sunmasıyla siyasetin dijital mimarisinin oluşturulması noktasında merkezi konumda yer alan sosyal medyanın aracılık etkisini araştıran “Uluslararası İlişkiler ve Küreselleşme Anabilim Dalı”nda herhangi bir bilimsel çalışmaya rastlanılmamıştır (<https://tez.yok.gov.tr>, Erişim Tarihi: 10.01.2020). Diğer taraftan, belediye meclislerinin, halk oyuyla; bir başka deyişle, seçimle iş başına geldikleri cihetle politik dağılımı yansıtması ve yerel güçleri temsil eden önemli bir yapı olması nedeniyle günümüzde, yerel stratejilerin oluşturulmasında önemli rolleri üstlenen belediye meclis üyeleri ile ilgili lisansüstü çalışmaların da sınırlı düzeyde (yalnızca iki adet) kalmasından hareketle bu çalışma, ilgili kavramları temel alan literatürde açıkça görülen eksikliğin giderilmesi ve bilime yeni bir perspektif ile katkı sağlaması noktasında önem arz etmektedir.

1.5. Araştırmanın Hipotezleri

Bu araştırmanın temelini oluşturan ve önceden belirlenmiş olan dört ana hipotez aşağıda yer almaktadır:

- H₁: Politik ilgi, politik katılıma göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H₂: Siyasal açıdan sosyal medya algısı, politik ilgiye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H₃: Siyasal açıdan sosyal medya algısı, politik katılıma göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H₄: Politik ilgi ile politik katılım arasındaki ilişkide siyasal açıdan sosyal medya algısının aracılık rolü bulunmaktadır.

1.6. Araştırmanın Sayıtları

- Araştırmada, katılımcıların kişisel bilgi formu ve ölçekleri samimi bir şekilde cevaplandıkları varsayılmıştır.
- Araştırmada kullanılan Politik İlgi Ölçeği, Politik Katılım Ölçeği ve Siyasal Açıdan Sosyal Medya Algısı Ölçeği'nin, belirlenen amaç ve alt amaçları ölçeceği varsayılmıştır.
- Araştırmada yer alan örneklemin, evreni temsil edeceği varsayılmıştır.

1.7. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Faaliyet bölgeleri içerisinde, il veya ilçelerin özellikle problem alanlarının tespiti ve proje ve yatırım gibi birçok hususa ilişkin çözüm arayışlarında kilit bir rol üstlenen belediye meclis üyelerinin politik ilgi düzeyinin politik katılımları ile ilişkisinde sosyal medyanın aracılık etkisinin incelenmesi kapsamında bu araştırma, 13 ilçesi ve belediye başkanları dahil toplamda 359 belediye meclis üyesine sahip olan Mersin (eski adı İçel)¹ ilinde gerçekleştirilmiştir. Bu anlamda, içerisinde belediye başkanlarının da bulunduğu, yerel siyasetin önemli birer parçası olan belediye meclis üyelerine ulaşmada yaşanmış olan güçlükler, araştırmanın en önemli kısıtını oluşturmaktadır. Diğer taraftan çalışmanın yalnızca bir ilde, Mersin'de, gerçekleştirilmiş olması ise diğer bir sınırlılığı ifade etmektedir.

¹ Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin 21.Dönem 4.Yasama Yılı 116. Birleşiminde kabul edilmesini takiben, T.C. Cumhurbaşkanı tarafından onaylanan, 4764 sayılı "20.5.1933 Tarihli ve 2197 Sayılı Kanun'un 1 inci Maddesinde Yer Alan İçel Adının Mersin Olarak Değiştirilmesi Hakkında Kanun"un 28/06/2002'de resmî gazetede yayınlanmasıyla öncesinde İçel olarak adlandırılan il, resmen Mersin ismini almıştır (www.tbmm.gov.tr, Erişim Tarihi: 12.01.2020).

1.8. Tanımlar

Politika: Bir devlette gerek bireyler gerek gruplar arasındaki iktidar çatışması olarak tanımlanmakta ve talep ve hedefleri olan herhangi bir grubun taleplerini karşılmasına ek olarak, kolektif konularla ilgilenen bir husus olma niteliği taşımaktadır (Duverger, 1972, s. 16). Dolayısıyla politika, bu sistematikte, devletin etkinliklerini; amaç, yöntem ve içerik olarak düzenleme ve gerçekleştirme esasının bütünü olarak tanımlanabilmektedir.

İlgi: Bireyin, çevresindeki olayları merak ederek onları izleme ve takip etme faaliyeti olarak ifade edilmektedir (Dahl, 1963, s.57).

Katılım: Bireylerin, çevresindeki olaylara ilgi duyarak tutum, davranış ve kararlarını bu yönde şekillendirmesini betimlemektedir (Kapani, 2007, s. 144).

Sosyal medya: Mobil ve web tabanlı teknolojiler kullanılarak, kullanıcılar tarafından oluşturulan içeriğin paylaşıldığı, tartışıldığı ve değiştirildiği yüksek etkileşimli platformlar olarak açıklanmaktadır (Kietzmann, Hermkens, McCarthy ve Silvestre, 2011, s. 241).

BÖLÜM II

2. KURAMSAL AÇIKLAMALAR VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Bu bölümde, politika kavramına ilave olarak politik ilgi ve politik katılım hususları ifade edilmiştir. Ayrıca, politik katılım boyutları, politik katılımı etkileyen değişkenler ve politik katılım yöntemleri detaylı bir şekilde incelenmiştir. Son olarak, sosyal medya, sosyal medyanın dijital mimarileri ve siyasal açıdan sosyal medya kullanımını da bu bölümde detaylı olarak araştırılmıştır.

2.1. Politika

Politika (siyaset), insanların topluluk olarak yaşadıkları her dönemde ve her coğrafya parçasında karşımıza çıkmaktadır. Bu yanı sıra siyaset evrensel bir olgu olma niteliği taşımakta ve siyasetin, tek bir uygarlık veya tek bir dönemle sınırlandırılması mümkün olmamaktadır (Yalçınkaya ve Ağaoğulları, 2013, s. 3). Siyaset sözcüğü Arapça'dan Türkçe'ye geçen bir kelime olup, bu dilde “siyâsa” olarak kullanılmakta ve “yönetmek, eğitmek, yetiştirmek” anlamlarına gelmektedir (Dursun, Bayram, Söğütü, Bingöl, Çaha, Demirel & Beriş, 2013, s. 4). Benzer bir ifadeyle Daver (1976, s. 3), Arapça bir kelime olan siyasetin, kökeni itibarıyla “at talimi, at eğitimi, at bakıcılığı”nı tanımladığına ve devlet yönetimi ile ilgili bir kavram olduğuna dikkat çekmektedir.

Yanı sıra, Batı siyasal düşüncesinin tarihi söz konusu olduğunda başlangıç noktası olarak Antik Yunan akla gelmekte (Yalçınkaya ve Ağaoğulları, 2013, s. 3) ve siyaset kelimesinin yerine kullanılan politika kelimesi, Antik Yunan'da şehir devletlerini niteleyen “polis”in; yurttaş için kullanılan “politis”; devlet yapısı, siyasal rejim ve anayasa anlamında kullanılan “politeia”; vatandaşlık hakkına ilişkin şeyler, devlet yapısını ve egemenlik hakkını ilgilendiren her şey anlamındaki “politica” ile politika sanatı anlamındaki “politiké” kelimeleriyle aynı kökten türediği görülmektedir (Dursun vd., 2013, s. 4). Açık bir ifadeyle, asıl kökü itibarıyla Yunanca bir kelime olan politika kavramının, dilimize batı dillerinden özellikle İtalyanca “Politica” kelimesinden geçtiği düşünülmektedir. Bu bağlamda, politika kelimesi ile ilgili eski Yunanca kelimelere aşağıda yer verilmiştir:

- **Polis:** Devlet,
- **Politeia:** Devlet, anayasa yahut cumhuriyet,
- **Politiké:** Siyaset sanatı,
- **Politika:** Siyasal işler, siyasal şeyler,
- **Politis:** Vatandaş (Daver, 1976, s. 5).

Aristoteles'in şehir devletleri, örgütlenmeleri ve anayasalarını incelediği "Politika" adlı kitabında görüldüğü üzere, "politeia" ve "politica" kelimelerinin tanımlanmasının gerekliliğinden hareketle (Aristoteles, çev. 1975, s. 69), Platon, "Devlet" adlı kitabında, politikayı, devletle ilgili konularda pratik bilginin edinilmesi olarak vurgulamaktadır (Platon, çev. 2005; ss. 269). Dahası, politika, kelimenin temel anlamıyla, bir çatışma yaşamı ve bireylerin, çevresiyle aktif ilişki içerisinde olması olarak tanımlanmaktadır (Lasswell, 1950, s. 411). Benzer bir ifadeyle, politika, çatışma ve iş birliği olgularıyla karmaşık bir ilişkiye sahip olmaktadır. Bu kapsamda, bir taraftan, rakip fikirlerin, farklı isteklerin, rekabet eden ihtiyaçların ve çatışan çıkarların varlığı, insanların beraberce tâbi oldukları kurallar hakkında hemfikir olmamalarını beraberinde getirmekte; diğer taraftan, insanların bu kurallar üzerinde etkili olmak veya onların yürürlükte kalmasını sağlamak için birlikte çalışmasına zemin hazırlamaktadır (Heywood, 1997/2017, s. 24).

Duverger (1972, s. 16) politikayı hem bireyler hem de gruplar arasındaki iktidar çatışması olarak açıklamakta olup; politikanın, talep ve hedefleri olan herhangi bir grubun taleplerini karşılamasına ek olarak, kolektif konularla ilgilenen bir husus olduğunu vurgulamaktadır. Kapani (2007, ss. 17-20)'ye göre ise bireyler arasında yaşanan bir çatışma, mücadele ve kavga olarak betimlenen politika, yalnızca bir çatışma değil, aynı zamanda bir uzlaşma olarak nitelendirilmektedir.

Akyüz (2009, s. 94) politikayı, devlet işlerinin yürütülmesi, ülkenin yönetilmesi, devletlerarası ilişkilerin kurulması ve bu ilişkilerin yönetilmesi olarak ifade etmekte; izlenen ve takip edilen yol ve yöntem olarak tanımlamaktadır. Milbrath ve Goel (1977, ss. 1-2), politikayı, geniş ölçüde, birbirine bağımlı bir ilişki içerisinde olmaya çalışan bireylerin uyum çabaları olarak ifade etmekle birlikte, politikanın, hükümet sonuçlarıyla ilgili kararların alınma süreci olarak ortaya çıktığına dikkat çekmektedir. Burkhart, Eisenstein, Fleming ve Kendrick (1973, s. 39)'e göre politika, zamanını ve enerjisini

veren ve politik süreç içerisinde fırsatları değerlendirebilen bireylerin oynamış olduğu devasa bir kumar olma niteliği taşımaktadır.

Althusius (1964, s. 12) politikayı, bireyler arasında sosyal yaşamı kurmak, geliştirmek ve korumak amacıyla ittifak oluşturma (*consociation*) sanatı olarak açıklamakta ve bireylerin, ortak yaşamlarında (*symbiotic*) ahenkli bir şekilde uygulanabilmesi noktasında gerekli olan bileşenlerin açık ve örtük bir anlaşmaya tabî tutulması olarak ifade etmektedir. Tarrow (2013, s. 1)'a göre ise politika, kamusal ve kolektif etkileşim olarak nitelendirilmekte ve hak talebinde bulunan bireylerinin siyasal mücadele içerisinde aktif olmasıyla gerçekleşmektedir. Ayrıca, politika, toplumsal hareketleri içermekte ve aynı zamanda süreklilik arz eden devrimler, demokratikleşme, seçimler gibi bileşenleri içermektedir.

2.2. Politik İlgi

Politik ilgi, bireylerin kamuoyu oluşturmada ve politikaya katılımında önemli bireysel belirleyici olarak dikkat çekmektedir (Shehata ve Amnå, 2017, s. 1). Benzer olarak, bireylerin politikada aktif olarak dâhil olmaları ve politik hedeflerini gerçekleştirebilmek için ana motivasyon unsuru olarak kabul edilmektedir (Sánchez-Vitores, 2018, s. 4). Diğer bir ifadeyle, politik ilgi, politikayı yakından takip etmek ve politikaya dâhil olmak için içsel bir özendirme olarak düşünülmekte ve dışsal faktörlerin baskısıyla değil, aksine bireysel memnuniyet ile ön plana çıkmakta (Shani, 2009, s. 2) ve politik ilgi canlandırılmadan, politik katılımın yükseltilmesi neredeyse olanaksız olabilmektedir.

Bu kapsamda, politik ilgi, siyasal olayları, siyasal sistemin işleyişini ve siyasal kararların alınmasını sürekli ve düzenli olarak bireyin izleme eğiliminde olması olarak tanımlanmaktadır (Uluç, 2007, s. 183). Pontes, Henn ve Griffiths (2018, s. 4)' e göre politik ilgi, politikaya yönelik aktif bir eylemde bulunmadan ilgi duymayı, politik meselelerle ilgili bilgi, öngörü ve yorum getirmeyi ifade etmektedir. Dahası, bireylerin, davranışsal olarak politikaya katılım göstermese dahi, bilişsel ve duygusal olarak politika ile meşgul olmasını ifade etmektedir. Shapland (2015, ss. 2-4)' a göre bireylerin politik ilgisi, demokratik yapılanma ve demokratikleşme yolunda çaba sarf eden ülkelerin geleceği için kritik bir önem arz etmekte ve sivil toplumun bir yapı taşı olarak nitelendirilmekte olup; politik ilginin, iyi yönetim (*good governance*) için gerekli bir bileşen olduğu dikkat çekmektedir.

Szabó ve Oross (2017, s. 12)'a göre politik ilgi, politik davranış ve inançların ve siyasi motivasyon için anahtar bir unsur olma niteliği taşımakta ve demokratik sürece katılım için şart olmaktadır. Benzer bir ifadeyle, Lupia ve Philpot (2005, s. 1122), politika ile ilgilenen bireylerin iyi işleyen bir demokrasi sonucu ortaya çıktığını ve politik ilginin bireylerin siyasi olaylara dikkat etmeye istekli olduğunu nitelemektedir. Dostie-Goulet (2009, s. 406)' e göre politik ilgi, bireyin, kamu politikası, insan hakları veya seçimler gibi toplu kaygılarla bağlantılı olarak bir ya da daha fazla konuya dikkat etmesini ifade etmektedir. Diğer bir ifadeyle, Aktan (2017, s. 31), politik ilginin, politik bilgi edinilmesinde güçlü bir unsur olma niteliği taşıdığına ve bireylerin siyasal toplumsallaşma süreci ile yakından ilgili olduğuna dikkat çekmektedir.

Kroh ve Könnecke (2014, s. 6) politik ilgiyi, politik olarak meşgul olmaya istekli olmanın temel bir göstergesi ve konvansiyonel politik faaliyetlerin ana odağı olarak betimlemektedir. Beyers, Eising ve Maloney (2008, s. 1106) ise politik ilgiyi, bireylerin, politik sonuçları etkilemeye yönelik girişimlerinin temel bileşeni olarak kabul etmekte ve genel bir siyasi fikir adına, kamu politikasını yönlendirmeyi ifade eden savunuculuk olarak öngörmektedir. Dahası, Prior (2010, s. 747) politik ilgiyi, demokrasinin işleyişini sağlayan politik davranışların en güçlü göstergesi olarak tanımlamaktadır.

Prior ve Bougher (2018, s. 825) politik ilginin, davranışsal ve bilişsel politik katılımın güçlü bir göstergesi ve siyasi katılımın en güçlü belirleyicisi olduğunu nitelemektedir. Benzer bir ifadeyle, Rebenstorf (2004, s. 89), politik ilginin, demokratik bir siyasi kimliğin oluşmasında ve ortaya çıkmasında önemli rol oynadığını ve bireylerin siyasal kimlik kazanmasına ve siyasi süreç, sistem ve pozisyonlardaki görevliler hakkında değerlendirme yapabilmesine imkân sağladığını vurgulamaktadır. Ek olarak, politik ilgi, politik eylemlere ve politik seçimlere katılımın ortaya çıkmasında vazgeçilmez bir unsur olmakta ve politik çevrenin bilinçlenmesinde temel faktör olarak varsayılmaktadır (Szabó ve Oross, 2017, s. 14).

2.3. Politik Katılım

Günümüz ulus-devletleri Eski Yunan'daki site devletlerinin boyutlarını aşan büyüklük ve karmaşıklıkta olması nedeniyle, halkın doğrudan yönetime katılarak talep ve tepkilerini ifade etmeleri noktasında politikaya katılımları, demokratik sistemin işleyişi bakımından önem arz etmektedir (Uluç, 2007, s. 25). Bu kapsamda, politik

katılım kavramı, siyaset biliminin günümüzde en çok tartışılan ve üzerinde düşünülen başlıca kavramlardan birisi olarak nitelendirilmekte olup; özellikle demokratik rejimlerin hâkimiyet gücünün artmasıyla, politik katılım ve bağlantılı kavramların ön plana çıktığı dikkat çekmektedir (Aydın, 2019, s. 396). Bu açıdan, politik katılım basit bir davranış olmamakta ve düşünsel süreçlerin etkisi altında oluşan özgür ve özgün iradeye dayalı bireysel bir eylemi ifade etmektedir (Kalaycıoğlu, 2013, s. 1).

Politik katılım, bireyin siyasal sistemle kurmuş olduğu ilgi sonucu ortaya çıkan ilişkiler bütünü olmakta ve genel anlamda bu ilişkilerin, politik olay ve durumları izleyip bilgi edinmek, politik faaliyetlerde bulunmak, oy vermek, siyasal karar mekanizmalarında yer almak gibi unsurlardan oluştuğu görülmektedir (Örtlek ve Tekelioğlu, 2013, s. 279). Benzer şekilde, politik katılım karmaşık bir olgu olarak nitelendirilmekte ve sosyal, kültürel, ekonomik, politik ve dini faktörlerin etkileşimi olarak kabul edilmektedir. Ek olarak, demokrasinin önemli bir bileşeni olarak düşünülen politik katılım, bireyin; oy kullanması, lobicilik faaliyetinde bulunması, protesto etmesi ve düşüncelerini paylaşmasıyla meydana gelmektedir (Ahmad, 2017, ss. 16-17). Ayrıca, politik katılım, bireylerin, siyasal sisteme ilgi duyarak siyasal çevrede tutum, davranış ve kararlarını etkin bir şekilde ifade etmesiyle ortaya çıkmaktadır (Kapani, 2007, s. 144).

Güldiken (2004, s. 105)' e göre politik katılım, yurttaş olgusu temelinde anlam kazanan bir husus olarak tanımlanmakta ve katılımın ediniminde yer alan bireylerin donanımlarıyla doğrudan ilgili olmaktadır. Verba ve Nie (1987, s. 2) politik katılımı, vatandaşların, siyasi elitlerin seçiminde ve/veya gerçekleştirdikleri eylemlerde doğrudan ya da dolaylı olarak katılımıyla ortaya çıkan bir kavram olarak betimlemektedir. Diğer bir ifadeyle politik katılım, vatandaşların, hükümet kararlarını etkilemeyi amaçlayan eylemlerde etkili olmaktadır. Benzer olarak, Conge (1988, s. 246)' ye göre politik katılım, bireyin kolektif sisteme entegre olmasıyla, herhangi bir eyleme (*veya eylemsizliğe*) ya da hükümetin bazı özelliklerine kasten veya kasıtsız olarak itiraz etmesi, desteklemesi veya değiştirmesini ifade etmektedir.

Van Deth (2001, ss. 4-5) politik katılımı, bireylerin, siyasi kararları etkilemeyi amaçlayan faaliyetleri olarak tanımlamaktadır. Ayrıca, politik katılımın politikacı veya memurun katılımı ile değil, vatandaşların katılımı ile gerçekleştiğini; bir eylem ve aktivite bütününden meydana geldiğini ve vatandaşların, politik katılım sürecinde yasa ve kural zorunluluğu olmadan gönüllü olması suretiyle ortaya çıktığını öngörmektedir. Dahası, Gest (2016, s. 33)' e göre politik katılım, bireylerin aracı kanallar yoluyla gerek

demokratik sisteme gerekse hükümetin benimsemiş olduğu sisteme katkıda bulunma, karşı gelme ve sistemden çekilmesiyle meydana gelmektedir.

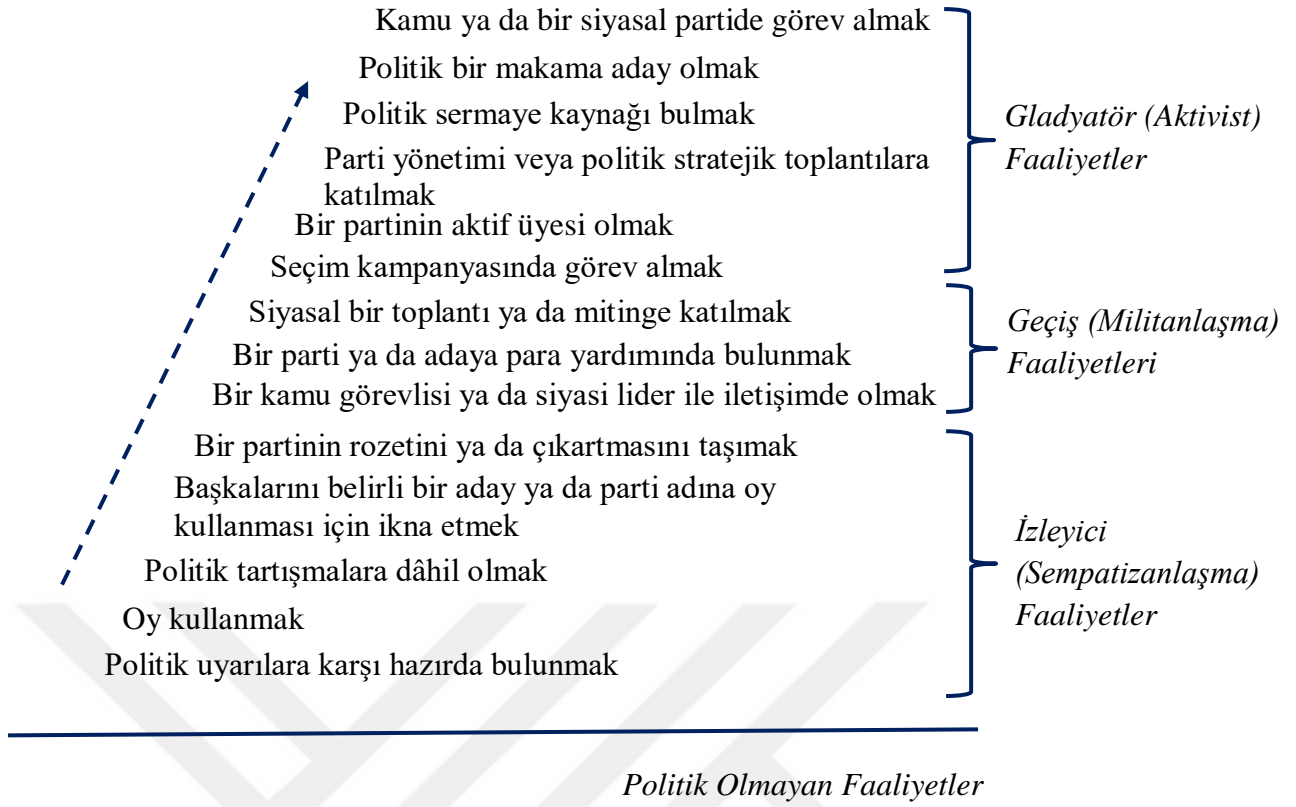
Sanborn ve Heuer (2018, ss. 55-56) politik katılımın, bireylerin genellikle karşılaşmış olduğu hükümet kaynaklı engeller ve siyasi sistemdeki şikâyetlerini dile getirmesiyle ortaya çıkan bir kavram olduğunu vurgulamaktadır. Benzer bir şekilde, Aalen, Kotsadam ve Villanger (2019, s. 305)' e göre politik katılım, bireyin siyasi faaliyetlere katılması, oy vermesi, kamu görevlilerinden yararlanması, düşüncelerini birtakım araçlarla paylaşması gibi farklı unsurların kombinasyonu ile gerçekleşebilmektedir. Adegbola ve Gearhart (2019, s. 1232) ise politik katılımın gerek belediye meclis toplantılarına katılmak ya da gönüllü olarak seçim kampanyalarına dâhil olmak, gerekse siyasi bilgilerin çevrimiçi veya çevrimdışı araçlarla paylaşarak oylama, protesto etme ve tepki gösterme gibi önemli faaliyetlerle sağlanabileceğine dikkat çekmektedir.

2.3.1. Politik Katılım Boyutları

Politik katılım değişik düzeylerde ve çeşitli biçimlerde kendini gösterebilmektedir (Kapani, 2007, s. 145). Diğer bir ifadeyle, bireyin psikolojik olarak hükümet kararlarına “dâhil” olmasının çeşitli türlerinin var olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda, toplumda yer alan bireylerin siyasal sistem karşısında durumlarını, tutumlarını ve davranışlarını ifade eden politik katılımın; “İlgi”, “Önemseme”, “Bilgi” ve “Eylem” olmak üzere dört temel boyutunun var olduğu ifade edilmektedir:

- **İlgi:** Siyasal olayları izleme, takip etme,
- **Önemseme:** Siyasal olaylara önem verme,
- **Bilgi:** Olaylar ve sorunlar hakkında bilgi sahibi olma,
- **Eylem:** Siyasal olaylara aktif olarak dâhil olma (Dahl, 1963, ss. 56-57).

Dahası, politik katılım genel olarak birikimli olarak ifade edilmekte ve politik eylemde bulunan bireyin, akabinde başka politik eylemlere de eğilimli olabileceğinden hareketle Milbrath (1965, ss. 17-18)'in politik katılım hiyerarşisinde, çoğu demokrasi sürecini karakterize eden ortak politik boyutların bulunduğu dikkat çekmektedir (Bkz. Şekil 1).



Şekil 1. Politik katılımın hiyerarşik gösterimi

Kaynak: Milbrath (1965, s. 18)'ten uyarlanmıştır.

Diğer taraftan, Çam (2005, ss. 175-176), politik katılımın, politik sistem tarafından kabul gören ve görmeyen ile düşük ve yüksek düzeyde katılım olarak dört ayrı boyutunun var olduğuna ve toplumların çoğunda, bahse konu dört katılım boyutunun yer aldığına dikkat çekmektedir (Bkz. Tablo 1).

Tablo 1.

Politik Katılım Boyutları

<i>Katılım Düzeyi</i>	Katılım Boyutu	
	<i>Kabul Gören (Olağan)</i>	<i>Kabul Görmeyen (Radikal)</i>
Yüksek	I	II
Düşük	III	IV

Kaynak: Çam (2005, s. 176)'dan uyarlanmıştır.

Bu kapsamda, Batı demokrasilerinde olmakla birlikte III. tip katılım türünün “demokratik” sistemin varlığı bağlamında kabul görmekte olduğu; büyük devletlerde ise genellikle I., II. ve IV. tür politik katılımın bir arada bulunduğu; ancak, II. tür politik

katılım boyutunun daha az gerçekleştiği düşünülmektedir (Çam, 2005, ss. 176). Yanı sıra, Milbrath (1965, ss. 10-13), politik katılım sürecinde bireylerin tutumlarından kaynaklı olarak sekiz temel katılım boyutunun da oluşabileceğine dikkat çekmektedir:

- **Açık ve Gizli Politik Katılım:** Gazeteye yazı yazma, konferans verme, tartışma programlarına katılma gibi açıkça gerçekleştirilen birtakım politik eylemlerin haricinde, evde ve özel toplantılarda, bireye yakın kişilerle etkileşimin gerçekleştiği gizli politik katılım bulunmaktadır.
- **Özerk ve Zorunlu Katılım:** Vergi ödemek gibi devlet tarafından karşı konulamaz bir talep doğrultusunda gerçekleşmesinin haricinde, bireylerin bağımsız olarak vermiş olduğu kararlarla da ortaya çıkabilmektedir.
- **Yaklaşan ve Kaçınan Katılım:** Yaklaşan davranış tutumu, bireyin siyasal sistemden yüksek ödül beklentisi ile ortaya çıkmakta; kaçınan davranış tutumu ise siyasal sistemin yüksek maliyete sebep olacağı düşüncesinden hareketle meydana gelmektedir.
- **Geçici ve Daimî Katılım:** Oy verme gibi bazı politik eylemler, belirli zamanlarda gerçekleşmektedir. Ancak, politik elitler ile iletişim halinde olma, bir partiyi destekleme ve bir partiye üye olma gibi eylemler, sürekli bir politik katılım tutumu olmaktadır.
- **Siyasal Sisteme Katkıda Bulunan ve Siyasal Sistemden Fayda Sağlayan Katılım:** Oy kullanma, kampanya oluşturma, politik elitlerle iletişim kurma gibi bazı politik eylemlerin, politik sisteme girdi oluşturmalarının yanı sıra, bireylerin, politik sistemden talepleri olmaktadır. Diğer bir ifadeyle, bazı bireyler sistemdeki girdilere odaklanırken, diğerleri, sisteme yönelmedeki gelişimleri ele almaktadır.
- **Açıklayıcı ve Araçsal Katılım:** Bazı bireyler için oy kullanmak esas ve öncelikli bir durum iken, diğer bireyler için, üzerinde durulmayan, aracı bir politik eylem olabilmektedir. Bu bağlamda, açıklayıcı politik katılım tutumu, sembol manipülasyonuna odaklanmaktayken; araçsal katılım ise temel olarak bilinenleri manipüle etmeye ve değiştirmeye yöneliktir.
- **Sözlü ve Sözsüz Katılım:** Politik eylemler, sözlü semboller ile doğrudan ilişkili olmakta ve konuşma yapmak, politika hakkında konuşmak gibi bazı eylemler

bireyin sözel yeteneği ile meydana gelebilmektedir. Geçit törenlerine katılmak gibi eylemler ise sözsüz katılımı ifade etmektedir.

- **Sosyal ve Sosyal Olmayan Katılım:** Her ne kadar mektup yazmak veya konuşma yapmak sözel bağlamda değerlendirilse de bu durumlar sosyal etkileşim gerektirmemektedir. Nitekim bütün politik eylemlerin, bir tür asgari düzeyde sosyal etkileşim gerektirdiği düşüncesinden hareketle, oy kullanmak, politik toplantılara katılmak, bir partiye üye olmak, politik fon ve kampanya yaratmak, sosyal katılımı sağlamaktadır.

2.3.2. Politik Katılımı Etkileyen Değişkenler

Politik katılım, toplumda tek başına, bağımsız bir olgu olarak ele alınmamakla birlikte, bireylerin politik katılımına rejimin niteliğinden, toplumun özgül konularına, biyolojik etkenlerden, sosyo-ekonomik etkenlere kadar birçok değişken etki etmektedir (Uluç, 2007, s. 25). Bu kapsamda, Parry, Moysen ve Day (1992, s. 143), politik katılımın, yaş ve cinsiyet gibi demografik değişkenlerle doğrudan ilişkili olduğunu vurgulamaktadır. Buna ek olarak, Parry ve Anderson (1972, ss. 111-118) ise, politik katılımın mesleki deneyim ve eğitim düzeyine göre artabileceğini öngörmektedir. Benzer bir ifadeyle, Çukurçayır ve Gökçe (2004, s. 136), yaş, cinsiyet, eğitim ve meslek gibi etmenlerin, bireyin toplumsal konumu ve politik katılımını etkilemede ölçüt etmenler olduğuna dikkat çekmektedir. Kapani (2007, s. 146) ise bireylerin politik katılımının sosyo-ekonomik faktörlerden etkilendiğini ve bu bağlamda, yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve mesleki deneyim etmenlerinin bu konuda önemli rol oynadığını ifade etmektedir.

2.3.2.1. Yaş Etmeni

Yaş grupları ya da kategorileri, bireylerin sosyal hayatını ve politik katılımını etkilemektedir (Aktan, 2017, s. 17). Bu bağlamda, her tabaka ve toplumun, yaş gruplarının, politik katılım üzerinde farklı bir etkisi bulunmakta olup; genç bireylerin, yaş ilerlemiş bireylere oranla, politik katılım eğilimleri, nispeten daha az olabilmektedir (Yücekök, 1987, s. 28). Diğer bir ifadeyle, orta yaşta olan bireyler, çoğunlukla, siyaseti daha fazla anlayabilme noktasında eğilimli olduğundan, genç yaşta bireylere kıyasla, daha hevesli olabilmektedir (Milbrath ve Goel, 1977, s. 41). Buradan hareketle, ilgili literatür incelendiğinde, Dilber (2013, s. 11)'in gerçekleştirmiş olduğu bir çalışmada,

orta yaş grubundaki bireylerin politik katılım düzeyinin, genç bireylerin aksine, daha yüksek olduğu gözlenmiştir. Benzer olarak, Özkaynar, Altunışık ve Yolcu (2017, s. 107)'nin gerçekleştirmiş olduğu bir çalışmada, genç bireylerin, diğer yaş grubundaki bireylere oranla, politik katılım noktasında daha kararsız olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

2.3.2.2. Cinsiyet Etmeni

Bireylerin cinsiyetinin, politik katılımı önemli bir rolü olduğu düşünülmekte (Yücekök, 1987, s. 28) olup; kadın ve erkek bireylerin politik davranış kalıplarının, toplum tarafından dayatılan belirli kurallar doğrultusunda değişebildiği öngörülmektedir (Aktan, 2017, s. 15). Bu açıdan, cinsiyet rollerinin yol açmış olduğu baskı, kadın bireylerin daha az veya pasif olarak politik katılım davranışı sergilemesine neden olmaktadır (Uluç, 2007, s. 155). Diğer bir ifadeyle, erkek bireyler, kadın bireylere kıyasla, politik katılımın gerektirdiği ortamlarda daha aktif olmaktadır (Milbrath ve Goel, 1977, s. 38). Bu bağlamda, Beauregard (2014, s. 617), gerçekleştirmiş olduğu bir çalışmada, kadın bireylerin politik katılım düzeyinin, erkek bireylere oranla, katılım sürecinde daha düşük siyasi kaynak sağlanması ve daha fazla engellerle karşılaşılması sebebiyle, düşük olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Diğer taraftan, son yirmi yıl boyunca, ülkeler, kadın bireylerin politik katılım sürecine dâhil olması hususuna daha fazla önem vermekte (Milazzo ve Goldstein, 2017, s. 48) ve bu kapsamda Women in Politics Raporu (2019)'na göre politik katılım sürecinde mecliste aktif olarak yer alan kadın sayısının en fazla Ruanda'da olduğu görülmektedir. Akabinde, listede sırasıyla Küba, Bolivya ve Meksika gelirken; Türkiye ise bu listede 120. Sırada yer almaktadır (Bkz. Tablo 2).

Tablo 2.

Kadın Bireylerin Dünya Geneline Politik Katılım Oranı

Sıralama	Ülke	(%) Kadın Oranı	Meclisteki Kadın Koltuk Sayısı
1	Ruanda	%61,3	49/80
2	Küba	%53,2	322/605
3	Bolivya	%53,1	69/137
4	Meksika	%48,2	241/500
5	İsveç	%47,3	165/349
13	İspanya	%41,1	144/350
14	Norveç	%40,8	69/169
16	Fransa	%39,7	229/577
47	Almanya	%30,9	219/709
73	Çin	%24,9	742/2975
79	ABD	%23,5	102/434
120	Türkiye	%17,4	104/596
149	Macaristan	%12,6	25/199
165	Japonya	%10,2	47/463

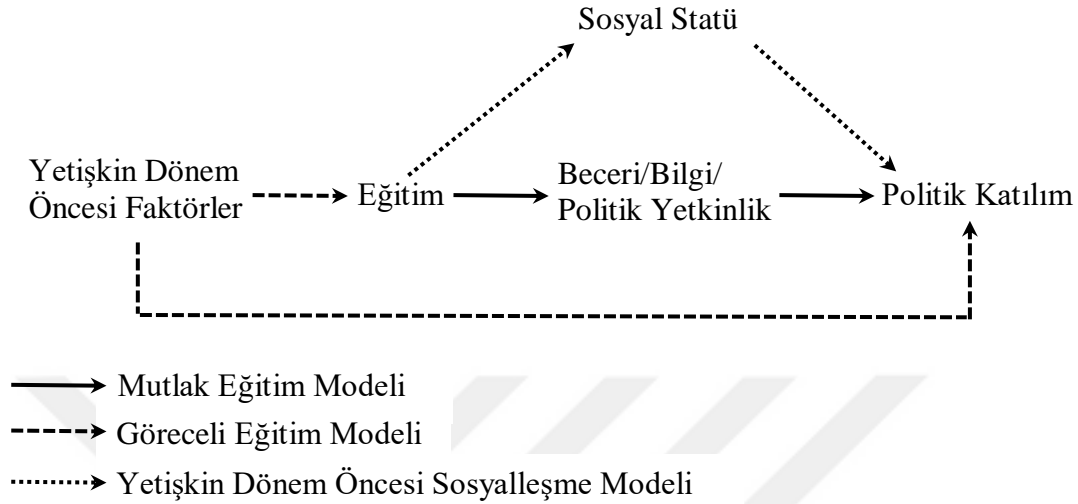
Kaynak: Women in Politics Raporu (2019, s. 1)'nden uyarlanmıştır.

Tablo 2’de görüldüğü üzere, Ruanda’da kadın bireylerin siyasette aktif olarak yer almasının nedeninin Ruanda Katliamı sonrası yeniden yapılandırılan toplumsal düzen ile birlikte kadın bireylerin uzlaştırıcı rol oynaması olduğu düşünülmektedir. Benzer olarak, siyasi partilere, seçimlerde gösterecekleri adayların her iki cinsiyet için de alt sınırını ifade eden cinsiyet kotası (Aldemir ve Budak, 2018, s. 45) uygulamalarının, Bolivya ve Meksika gibi ülkelerdeki kadın bireylerin siyasette aktif olarak yer almasında ana motivasyon unsuru olarak ön plana çıktığı düşünülmektedir.

2.3.2.3. Eğitim Etmeni

Eğitim, bireylerin siyasal bilinç düzeylerini arttırarak, onların siyasal tercihlerini oluşturmalarına katkıda bulunmakta ve bireylerin politikaya daha aktif ve etkili bir şekilde katılımını sağlayan etmenlerden biri olmaktadır (Altan, 2011, s. 313). Bu çerçevede, eğitim düzeyi arttıkça, bireylerin gerek siyasal güven düzeyi gerekse politik

katılım algısının arttığı (Erdoğan, 2015, s. 34) düşüncesinden hareketle, ilgili literatürde, eğitimin, politik katılım üzerindeki etkisine ilişkin şematik gösterim, Şekil 2’de yer almaktadır.



Şekil 2. Eğitim ve politik katılım ilişkisinin şematik gösterimi

Kaynak: Persson (2013, s. 15)’dan uyarlanmıştır.

Bu bağlamda, mutlak eğitim modelinin, politik katılım üzerinde nedensel bir etkiye sahip olduğu ve eğitimin, politik katılımın oluşmasında itici güç olan politik beceri ve bilginin artırılmasında kritik bir unsur olduğu dikkat çekmektedir. Bu durum bilişsel yol olarak tanımlanmakta ve eğitimle birlikte gelen sözel ve bilişsel yeterliliğin politik katılım üzerinde olumlu yönde etkisi bulunmaktadır. Ayrıca, bireylerin, yetişkin dönemlerinden önce aileden edinmiş oldukları temel eğitim de; bilişsel yetenek, politik sosyalleşme ve politik katılımı doğrudan etkilemektedir. Bununla birlikte, eğitimin, sosyal statü aracılığıyla politik katılım üzerinde dolaylı bir etkisi bulunmakta ve yüksek sosyal statü, politik katılımı merkezi öneme sahip olmaktadır (Persson, 2013, ss. 16-18).

2.3.2.4. Mesleki Deneyim Etmeni

Bireylerin görevini ifa etmiş olduğu meslek alanının toplum içindeki saygınlığı, politik tercihler açısından belirleyici bir etmen olma niteliği taşımaktadır (Altan, 2011, s. 322). Bireyin mesleği, sosyalleşme süreci içerisinde belirli anlayışları ve uygulamaları edindiği bir yaşam alanı olarak nitelendirilmekte ve bu durum, onların

siyasal görüşlerinin oluşmasında kritik bir rol oynamaktadır (Lorenzini ve Giugni, 2012, s. 333). Bu kapsamda, bireyin dâhil olduğu meslek grubunun, bireyin bilincinin oluşmasında ve sosyal ve politik görüşlerinin bu doğrultuda şekillenmesine olanak sağlamakta ve meslek bakımından yüksek statüye sahip olan bireylerin, oy kullanımının da ötesinde faaliyetlerde bulunduğu dikkat çekmektedir (Kapani, 2007, ss. 146-163). Bu açıdan, bireyin meslek statüsünün, politik katılımı, aşağıda yer alan hususlar çerçevesinde etkilediği düşünülmektedir:

- Meslek, siyasal değeri olabilecek yetenekleri veya becerileri bireye kazandırabilmektedir.
- Politika ile ilgilenen bireyleri bir araya getirerek, etkileşimin oluşmasına zemin hazırlayabilmektedir.
- Bireyin mesleği gereği hükümet kararları çerçevesinde iş işleyişinin olması, bireyin politikaya olan ilgisini artırabilmektedir.
- Bireyin mesleği gereği üstlenen birtakım rol ve sorumluluk, bireyi, politikaya ilgi duyarak katılımını kolaylaştırabilmektedir (Lane, 1965, s. 331, akt. Uluç, 2007, s. 79).

2.3.3. Politik Katılım Yöntemleri

Uysal ve Atmaca (2018, s. 420)' ya göre politik katılım, bazı hizmet ve kararlarda referandum vasıtasıyla siyasal yönetime dâhil olma, yerel yönetim birimlerinin halkın açık meclis toplantılarına katılması gibi unsurlarla sağlanmaktadır. Ek olarak, Aydın (2019, s. 398)' a göre bireylerin politik katılımı seçimler, referandum, halk denetimi, halk girişimi, halk vetosu ve halk toplantıları gibi unsurlarla meydana gelmektedir. Ancak Türkiye'de bireylerin politik katılımları seçimler ve daha çok anayasa değişiklikleri konusunda referandum bir seçenek olarak kullanılmaktadır.

2.3.3.1. Seçimler

Tüm vatandaşların, yönetimdeki siyasi elitleri barış içinde seçebilecekleri veya değiştirebilecekleri en kritik unsur seçimler olarak görülmektedir (Mesfin, 2008, s. 1). Seçimler doğrudan bireylerin katılımı ile gerçekleşmekte ve seçim görevlileri, adaylar, seçmenler, oy kullanan vatandaşlar vb. doğrudan seçim sürecine dâhil olmaktadır (Simidchieva, Engle, Clifford, Jones, Peisert, Bishop, Clarke ve Osterweil, 2010, s. 1).

Ayrıca seçimler, mevcut yönetimin devam etmesinde ya da değişmesinde ve aynı zamanda partilerin yasal uygunluklarına ilişkin kuralların belirlenmesinde “bölünmüş rekabet yapıları” olarak tanımlanmaktadır (Gandhi ve Lust-Okar, 2009, s. 405). Ek olarak, bir kişinin, bir heyetin, bir kurulun ve bir toplumun kendisine sunulan çeşitli alternatifler ve şıklar arasından hür iradesiyle bir tercih yapması olarak ifade edilmekte olup; seçimlerde, seçmenin siyasi görüşüne, hayat felsefesine, sosyal statüsüne, mensup olduğu sosyal sınıfın isteklerine ve kişisel ekonomik çıkarlarına göre bir tercih yapılması söz konusu olmaktadır (Daver, 1988, s. 132).

Seçimler, tercih edilen politikaların belirlenmesinde önem taşımakta ve bu açıdan, ideolojik olarak vatandaşın düşüncelerine yakın bir partinin kazanması, bireyin tercih ettiği mevzuatın yürürlüğe girmesini daha muhtemel hale getirerek, vatandaşın memnuniyet seviyesinin yükselmesi hususunda dikkat çekmektedir (Singh, 2014, s. 309). Dahası seçimler, demokraside yer alan diğer politik katılım türlerinden farklı olarak, siyasi elitlerin, vatandaşlara hesap vermeleri için fırsat sunabilen ve toplu eylem için odak noktaları oluşturabilen bir olgu olma niteliği taşımaktadır (Knutsen, Gerring, Skaaning, Teorell, Maguire, Coppedge ve Lindberg, 2018, s. 293).

Bu bağlamda, seçimlerin tarihsel süreci incelendiğinde, Osmanlı Devleti’nde Müslüman halkın seçimle ilk tanışması 1840 yılında sancaklarda kurulan Muhassıllık Meclisleri ile olmuştur. Ayrıca, Osmanlı Devleti, 1876 Anayasası gereği ilk defa genel seçimlere katılmış (Olgun, 2011, s. 1) ve Meclis-i Mebusan, 19 Mart 1877’de açılmış; 93 Harbi sebebiyle 14 Şubat 1878’de kapatılmıştır. Bu sırada içeride ve dışarıda meydana gelen olaylar dolayısıyla otuz yıl aradan sonra, II. Meşrutiyet’in ilanı ile 17 Aralık 1908’de ikinci kez olmak üzere tekrardan açılan Meclis-i Mebusan (Baykal, 2018, s. 191)’ın gerçekleştirmiş olduğu seçim; 1876 Anayasası ve Seçim Kanunu ile 2 Ağustos 1908 (20 Temmuz 1324) tarihli Seçim Kanununun tatbikine dair yapılmış ve iki dereceli seçim sisteminin var olduğu görülmüştür (Olgun, 2012, s. 3).

1908 Meclis-i Mebusan’ının 18 Ocak 1912 tarihinde feshinden sonra yeni bir seçim sürecine girilmiş; yapılan 1912 seçimlerine İttihat ve Terakki Fırkası ile onun karşısındaki muhalefeti temsil eden partiler bütünü Hürriyet ve İtilaf Fırkası katılmıştır. İttihat ve Terakki, iktidar olmanın da getirdiği avantajı iyi kullanarak seçimlerde büyük başarı kazanmış ve tarihe “Sopalı Seçimler” olarak da geçen 1912 seçimleri sonucunda İttihat ve Terakki 1908 seçimlerinden iyi bir ders alarak kendine bağlı ittihatçıların seçimleri kazanmasını sağlamış ve ancak 1912 meclisi zamanından önce feshedilmiştir. Yanı sıra, İttihat ve Terakki giderek yönetimi ele geçirmiş ve 1914 seçimlerine tek parti

olarak girmiştir. II. Meşrutiyet döneminin en uzun ömürlü meclisi olan 1914 Meclis-i Mebusan'ı olarak bilinmekte ancak feshedilmek suretiyle sona ermiştir. (Olgun, 2011, ss. 7-8).

Misak-ı Milli'nin kabul edildiği Son Osmanlı Mebusan Meclisini belirleyen seçimler, Aralık 1919 tarihinde yapılmıştır. Bu ilk Osmanlı anayasası ve seçim kanunu dışında diğer Osmanlı seçimlerinde olduğu gibi 1919 seçimlerinde de yine sadece o seçim dönemine özgü olmak üzere bir seçim kararnamesi ile bir seçim talimatı yayımlanmıştır. Seçimlerin icrasına ilişkin ayrıntılı hususların yer aldığı 1919 tarihi bu seçim kararname ve talimatnamesinin de yine sadece bu seçimlerde geçerli olacağı belirtilmiş ve "Meclis-i Mebusan'ın Feshini Mübeyyin İrade-i Seniyye" adıyla yayımlanan padişah buyruğu ile feshedilmiştir (Baykal, Baykal ve Özbey, 2018, s. 215).

1923 seçimleri I. Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM) döneminde kabul edilen yeni seçim kanununa göre yapılmış, Seçim kanunundaki yeni düzenlemede her ne kadar mecliste tek dereceli seçim sisteminin millet egemenliğine daha uygun olduğu dile getirilmiş olsa da iki dereceli seçim sistemi aynen korunmuştur. Akabinde, 1930 yılında Serbest Cumhuriyet Fırkası'nın kurulması ve ardından yaşanan Menemen olayı üzerine 1931 seçimlerinde farklı bir taktik geliştirilerek, mecliste parti yerine bağımsız milletvekillerinin bulunması yöntemine geçilmiştir (Olgun, 2011, ss. 11-14).

1935 seçimlerinde, kadınlara ilk kez seçme ve seçilme hakkı tanınmış ve ilk defa gayrimüslim vatandaşlar TBMM'ye girmişlerdir (Armağan, 1967, ss. 74-75). 1939 seçimlerinde, bağımsız adaylardan ziyade, seçim sonrası oluşan TBMM'de CHP milletvekilleri içinden CHP'ce belirlenen "Müstakil Grup" uygulamasına geçilmiş; 1943 seçimlerinde ise iki dereceli çoğunluk sistemini öngören kanun uygulanmaya devam etmiştir (Olgun, 2011, s. 19).

Diğer taraftan, tek dereceli milletvekili seçim tasarısı 31 Mayıs 1946'da kabul edilmiş ve 4918 Sayılı Kanun'la, Türkiye Cumhuriyeti'nde iki dereceli seçim usulü kaldırılmıştır (Yılmaz, 2010, s. 179). Türkiye'de iktidarın ilk kez "barış havası" içinde ve halkın arzusuna uyarak "sükunetle" el değiştirdiği 1950 seçimleri, Türkiye'nin yakın tarihinde demokrasi açısından özel bir öneme sahip olmuş ve yeni seçim yasası, getirdiği tek dereceli, gizli oy-açık sayım ve çoğunluk sistemini aktif kılmıştır (Olgun, 2011, s. 24).

2.3.3.2. Referandum

Referandum, özellikle 2000’li yıllardan bu yana Batı’da, vatandaşların politik katılımındaki etkisinin artması ve önemli anayasal ve politik sorunların kararlaştırılmasında büyük bir öneme sahip olmaktadır (Mendelsohn ve Parkin, 2001, s. 1; Podolnjak, 2015, s. 129; Tierney, 2018, s. 6). Bu açıdan, bir ülke veya bölgedeki vatandaşların, önemli bir politik ya da sosyal soru hakkında görüşlerini belirtmelerini veya bahse konu hususlar noktasında karar vermelerini oylama yoluyla ifade etmesine imkân sağlayan referandum, halk oylaması olarak nitelendirilmekte ve özel bir konu veya problem alanına ilişkin, halkın görüşü alınarak vatandaşların doğrudan politik katılımına teşvik sağlamaktadır (Düz, 2018, s. 11).

Daver (1988, s. 133)’e göre referandum, halkın, siyasi elitlerin kamuoyuna sunmuş olduğu bir anayasa ya da kanun yahut bunların değişiklikleri veya önemli bir sorun hakkında nihai, kesin kararlar vermesini ifade etmektedir. Referandumda, konu oylanmakta ve oylama sonucunda katılanların yarısından bir fazla olumlu oy çıktığı takdirde dahi, bahse konu anayasanın yahut kanun veya değişikliklerin kabul edildiği dikkat çekmektedir.

Gözler (2017, s. 2) referandumunu, en kısa tanımıyla, meclis tarafından kabul edilen bir kanun metninin halkın onayına sunulması olarak açıklamakta ve meclis tarafından kabul edilen bir kanun metninin yürürlüğe girebilmesinin, seçmenlerin çoğunluğu tarafından kabul edilmesiyle meydana geldiğini savunmaktadır. Setala (1997, ss. 2-7), referandumun, doğrudan bir demokrasi şekli olarak kabul edildiğine ve çoğunluğun iradesini temsil eden sonuçları ortaya koyma eğiliminde olduğuna dikkat çekmektedir. Bu bağlamda, Çevikbaş (2008, s. 79) referandumun, vatandaşların, politik kararlara dâhil olma sürecinde, onlara fırsat sunan bir yöntem olduğunu ve siyasal iktidara doğrudan etkisinin bulunduğunu ifade etmektedir.

Buradan hareketle, Türkiye’de referandum tarihi incelendiğinde ise, 1961 yılından itibaren referandum uygulanmakta olup; bu tarihten günümüze kadar yedi referandum yapılmıştır. Bunlardan ikisi anayasa yapımı, beşi anayasa değişikliği için gerçekleştirilmiştir (Karadeniz, 2018, s. 65). Bu açıdan, 27 Mayıs 1960 tarihinde askerî darbe ile durdurulan siyasal yaşam, 12 Ocak 1961 tarihinde, yeni partilerin kurulmasına izin verilmesiyle, kısmen canlanmış (Karakartal, 1984, s. 168) ve Türkiye’de halk oylaması ilk defa 1961 anayasasının değiştirilmesi için gerçekleştirilmiştir. Bu

kapsamda halk; doğrudan doğruya bu yetki ile egemenliğini kullanma hakkına sahip olmuştur (Düz, 2018, s. 36).

Türkiye'nin ikinci referandumunu 12 Eylül 1980 askeri darbesinin bir sonucu olarak Danışma Meclisi tarafından oluşturulan anayasa için 7 Kasım 1982 tarihinde yapılmıştır (Karadeniz, 2018, s. 65). 1982 halk oylamasında, “hayır” oylarının çok çıkması halinde ne yapılacağı belirtilmemiştir. Diğer yandan, partiler kapatılmış; “evet” oyu için devlet propagandası yapılmış, ancak “hayır” oyu için propaganda yapılması yasaklanmıştır (Gözler, 1988, s. 108).

Akabinde, 1987 referandumunu, anayasada yapılan bir düzenlemeyi içermesi sebebiyle, kurucu referandum olarak nitelendirilmiş; ancak, tasarımı veren halk olmadığı için bu referandumda da halk, pasif durumda kalarak, anayasa yapım aşamasının en son basamağı olan onay kısmında yer almıştır. 1988 referandumunda halk, hayır oyunu vermiş ve referandum tarihimizin ilk ve tek hayır seçeneğinin kazandığı referandum olmuştur. Bu sonuç, referandumlar üzerindeki iktidarın hâkimiyetinin ancak halkın isteği doğrultusunda devam edebileceğini göstermiştir.

Türkiye'nin sandık başına gittiği beşinci referandum 2007 yılında yapılmış; cumhurbaşkanının halk tarafından seçilip seçilmemesi yönünde yapılan referandumda, anayasa değişikliği kabul edilmiştir. 2010 tarihinde gerçekleştirilen referandumda da benzer bir şekilde anayasa değişikliği öngörülmüş ve Anayasa Mahkemesi gibi bazı kurumların yapısındaki değişiklikler ile diğer alanlarda yapılan düzenlemeler hayata geçmiştir (Göker ve Doğan, 2011, s. 49).

En son yapılan 2017 referandumunu ise yasama, ihtiyari, onay, kontrollü, siyasi iktidar lehinde referandum nitelikleri taşımakta ve bu referandum 6771 sayılı Türkiye Cumhuriyeti Anayasasının Bazı Maddelerinde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun'la getiren anayasa değişikliği paketi hakkında yapılması sebebiyle, yasama referandum sınıfına girmektedir. Bu bağlamda, 2017 referandumunu ile Türkiye'deki hükümet şekli değişmiş, parlamenter sistem kaldırılarak yerine “Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi” getirilmiştir (Düz, 2018, ss. 64-65).

2.3.3.3. Halk Denetimi

Aktif ve etkin bir yönetim sisteminden bahsetmek için, halkın ihtiyaç ve gereksinimlerini ortak hedef olarak belirleyecek demokratik bir temsil mekanizmasının varlığına ihtiyaç duyulmaktadır (Çevikbaş, 2008, s. 80). Bu açıdan, siyasi elitlerin

yürütmüş olduğu politik faaliyetlerde, halkın, ilgili faaliyetleri kontrol etmesi ve denetlemesi önem arz etmektedir. Ek olarak, devlet yönetiminin, etkin ve verimli bir şekilde gerçekleşebilmesi noktasında ise halkın ihtiyaç, talep ve önerilerinin dikkate alınması gerekmektedir. Bu çerçevede, halkın ve yönetimin bir araya gelerek ortak kararların alınabilmesinde baskı gruplarının kritik rol oynadığı düşünülmektedir (Aydın, 2019, s. 399). Bu bağlamda, baskı grupları, ortak fikirleri benimseyen ve bu ortak fikirleri gerçekleştirmek suretiyle siyasi ve idari otoriteler üzerinde etki elde etmek için çaba gösteren örgütlü ve bilinçli gruplar olarak nitelendirilmekte olup; amaçlarına ulaşmak için çeşitli faaliyetler yapmakta ve bu amaçla değişik yöntemlere başvurmaktadır. Ayrıca, baskı grupları, devlet dairelerinin yürüttüğü faaliyetlerle ilgilenmekte ve üyelerini bu faaliyetlerden haberdar ederek kamu politikasının oluşturulmasını ve yürütülmesini etkilemeye çalışmaktadır (İnaç ve Ünal, 2015, s. 7).

2.3.3.4. Halk Vetosu

Merkezin, tepeden inme bir karar alma sürecine engel olarak, bu sürece halkı da dahil etmesi noktasında önemli faaliyetlerden birisi de halk vetosu olarak nitelendirilmektedir (Çevikbaş, 2008, s. 81). Halk vetosu, meclis tarafından kabul edilen bir yasanın, yürürlüğe girmesinden önce, belirli sayıda vatandaşın, bu yasa hakkında referandum yapmasını talep etmesiyle ortaya çıkmaktadır (Gözler, 1988, s. 98). Diğer bir ifadeyle, halk, kendi seçmiş olduğu siyasi elitlerden oluşan meclisin çıkardığı bir kanunu veto edebilme hakkına sahip olmaktadır (Aktan, 2016, s. 7).

Şenel (2014, s. 17) halk vetosunu, halkın kendiliğinden harekete geçerek yasama organınca kabul edilmiş olan bir yasaya “hayır” demesi olarak ifade etmektedir. Halk vetosu, yönetime uygun olarak yapılan bir yasanın halkoyu sonucuna göre tümü ya da bir bölümünün iptaline olanak sağlamaktadır. Aydın (2019, s. 399)’ a göre ise halk vetosu, seçilen siyasi elitlerin ani karar almasını önleyebilen geliştirilmiş bir yöntem olarak nitelendirilmektedir. Ayrıca, halk tarafından, hazırlanmış ve kabul edilmiş bir kanun ya da politikaya, belirli bir süre içerisinde itiraz edilmesini veya reddedilmesini kapsamaktadır. Açık bir ifadeyle, halk vetosu yöntemi, halkın, hukuktaki gibi yürütmeyi durdurma kararı alarak, geçici bir süreliğine zaman kazanmasına ve siyasi elitlerin çıkartmış olduğu kanun veya politikanın tam olarak reddi için referandum yapılmasına teşkil oluşturmaktadır.

2.3.3.5. Halk Girişimi (Halk Teşebbüsü)

Halk girişimi (teşebbüsü) yönetilenler adına tanınan haklardan en etkili ve demokratik olanı olarak açıklanmaktadır. Bu kapsamda gerek yürürlükteki plan ve programlar gerekse geliştirilmeye çalışılan bütün faaliyetler dahilinde belirlenen ortak amaç, yerel halkın yararının ön planda tutulması ve bu yönde yerine getirilen hizmetlerde yerel ihtiyaçların gereksinimlerine cevap verecek ölçüye kavuşturulması şeklinde gerçekleştirilmektedir (Çevikbaş, 2008, s. 82).

Dahası, halk girişimi, halkın kendi inisiyatifi ile herhangi bir konuda yeni veya hâlihazırda bulunan bir yasayla ilgili olarak gösterdiği irade olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir ifadeyle, siyasi elitlerin aksine, halkın bir yasa hazırlayarak kamuoyunun gündemine sunmasını nitelemektedir (Aydın, 2019, s. 400). Benzer bir ifadeyle, belirli sayıda seçmen, meclise kanun teklifi verebilme hakkına sahip olmaktadır (Aktan, 2016, s. 7). Ayrıca halk girişimi, vatandaşların bir araya gelmesiyle, meclisten istenilen bir yasayı çıkarmaya zorlamasını ifade etmektedir (Gözler, 1988, s. 98).

Bireylerin, politik katılım yöntemlerine dahil olmasının aksine, sistemlerin bir parçası haline dönüşme isteği ve buna ilişkin duygu ve eylemlerin zorlanması, sanayi ve sanayi sonrası dönemlerin ironisi olarak kabul edilmektedir. Açık bir şekilde, daha fazla uzmanlaşma arzusu, bireyleri birbirinden giderek farklılaştırmakta ve birbirinden uzaklaştırmaktadır (Janelle, 2016, s. 38). Bu çerçevede, günümüzün sıkça duyulan kelimelerinden birisi olan küreselleşme kavramı ön plana çıkmakta ve küreselleşmenin; ekonomi, sosyal yaşam, eğitim ve politikada da etkisi net bir şekilde görülmektedir (Okçabol, 2008, s. 9). Küreselleşme ile ilgili tartışmaların artmasıyla, bireylerin hükümet kurumlarına olan güven kaybının da paralel olarak arttığı görülmekle (Frieden, 2017, s. 11) birlikte bu durum, bireyi politik katılımın aksine, politikaya karşı yabancılaştırabilmektedir.

Siyasal sistemden uzaklaşma tutumları olarak tanımlanan siyasal yabancılaşma, politik yetersizlik ve politik hoşnutsuzluk olmak üzere iki temel kategoride ele alınmakla birlikte, ilk aşamada bireyin çevresi tarafından zorlandığı, ikinci aşamada ise bireyin gönüllü olarak siyasal sistemden uzaklaştığı dikkat çekmektedir (Olsen, 1969, s. 288). Nachmias (1974, s. 479)'ın da vurguladığı üzere politik olarak yabancılaşan bireyler, yabancılaşma tutumlarını davranışsal olarak çeşitli şekillerde ifade edebilmekte ve bu tutumların genel olarak katılım veya geri çekilmeyi içerdiği kabul edilmektedir. Bu kapsamda katılımcı tutum, yabancılaşmaya neden olan olguyu değiştirmeyi ve

dönüştürmeyi amaçlamaktadır (örneğin, yabancılaşan bir hükümeti değiştirmek için protesto etmek gibi). Diğer taraftan, geri çekilme, yabancılaşan olguya ilişkin faaliyetlere katılmama kararının bir sonucu olmaktadır (örneğin, sembolik bir desteğin geri çekilmesi olarak oy vermemek gibi). Bu hususlardan hareketle günümüzde ise bireyler gerek politik katılımı gerekse politikadan uzaklaşma faaliyetlerini artık yeni teknoloji tabanlarının üzerine kurulu sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirebilmektedir.

2.4. Sosyal Medya

Milyonlarca bilgisayarın küresel olarak bağlı olduğu ve herhangi bir bilgisayarın başka bir bilgisayarla iletişim kurabildiği bir ağ ortamını ifade eden internetin hızla gelişmesi, Dünya Çapında Ağ (World Wide Web) kavramını da ön plana çıkarmaktadır. Dünya Çapında Ağ, web sayfalarını bir tarayıcıda görüntüleyerek internet ortamı üzerinden bilgiye erişmenin bir yolu olma niteliği taşımakta ve bu bilgiler; metin, grafik, ses ve video gibi köprülerle bağlanabilmektedir (Nath, Dhar ve Basishttha, 2014, s. 86). Bu açıdan, bilgi bağlantıları ağı ve kurucusu Tim Berners-Lee tarafından “salt okunur” olarak tanımlanan “Web 1.0”, ilk aşama olarak bilinmekte ve bu aşamanın 1989 ve 2005 tarihleri arasında yer aldığı görülmektedir (Choudhury, 2014, s. 8096).

İkinci nesil web olan Web 2.0, Dale Dougherty tarafından 2004 yılında bir okuma-yazma ağı olarak tanımlanmıştır. Web 2.0 teknolojilerinin, sosyal etkileşimlerde ortak çıkarları olan büyük küresel kitlelerin toplanmasına ve yönetilmesine izin verdiği bilinmekle birlikte; bilgisayar endüstrisinde platform olarak bir iş devrimi olarak açıklanmıştır (Khonzode ve Sarode, 2016, s. 3). Üçüncü nesil Web 3.0 ise, John Markoff tarafından 2006'da kullanılmış ve Web 3.0'ın temel fikrinin, çeşitli uygulamalarda daha etkili keşif, otomasyon, entegrasyon ve yapı verilerinin yeniden tanımlanarak bunların bağlanması olduğu kabul edilmektedir. Web 3.0, veri yönetimini geliştirmekte, mobil internetin erişilebilirliğini desteklemekte ve küreselleşme fenomenini teşvik edebilmektedir (Prabhu, 2016, s. 59). Dördüncü nesil Web 4.0 ise insanlar ile makineler arasındaki etkileşime olanak sağlayan ve web 4.0 aracılığıyla makineler, web içeriğini okuma konusunda daha akıllı davranabilecektir (Hitendra ve Surwade, 2018, ss. 813-814).

Bu gelişmelerden hareketle, bilgi teknolojileri alanında yenilikler hızla gerçekleşmekte ve çok sayıda web sitesi ve sosyal medya uygulaması ortaya çıkmaktadır (Abbas vd., 2019, s. 1683). Bu çerçevede, yeni iletişim teknolojilerinin

ortaya koymuş olduğu sosyal medya, iletişim ortamları ile kullanıcılara büyük imkânlar sunmakta olup; kitlesel ve özel iletişim imkânları, başta toplumsal hareketler olmak üzere, pek çok oluşumun konusunu ve eylem içeriklerini oluşturmaktadır (Aktan, 2017, s. 65). Bu kapsamda sosyal medya, mobil ve web tabanlı teknolojiler kullanılarak, kullanıcılar tarafından oluşturulan içeriğin paylaşıldığı, tartışıldığı ve değiştirildiği yüksek etkileşimli platformlar olarak tanımlanmaktadır (Kietzmann vd., 2011, s. 241).

Ekström ve Östman (2013, s. 796) sosyal medyayı, medya teknolojilerinde değişim olarak açıklamakta ve sosyal medyanın, geleneksel bir internet sayfasına kıyasla daha kolay erişim, daha hızlı etkileşim ve daha geniş bir bilgi arama alanı yaratarak çeşitli fikirlerin yanı sıra sürekli güncellenen bilgilerin var olduğu platform olarak ifade etmektedir. Benzer bir ifadeyle, Kaplan ve Haenlein (2010, s. 61) sosyal medyanın, bilgi teknolojilerinin temelleri üzerine inşa edilen bir olgu olduğuna ve kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin paylaşımı ve değişimine izin veren internet tabanlı bir uygulama olduğuna dikkat çekmektedir.

Dahası, Gaile (2013, s. 54) sosyal medyanın, bilgilendirmek, eğlendirmek, paylaşımında bulunmak ve aktivite düzenlemek gibi temel işlevlerinin bulunduğunu belirtmektedir. Richter ve Koch (2008, ss. 1-4) sosyal medyanın, bireyin kendisine ilişkin bir profil oluşturarak kimliğini yönetmesi, diğer kullanıcılarla temas kurarak iletişim halinde kalması, içerik farkındalığının oluşmasında aracı ve başarılı iş birliği oluşmasında etken olması, sosyal çevre oluşturmasına zemin hazırlaması ve doğrudan ya da dolaylı olarak bilgi paylaşımına izin vermesi gibi temel işlevlerinin olduğunu ifade etmektedir. Buradan hareketle, sosyal medyanın başlıca işlevlerine Şekil 3'te yer verilmiştir.



Şekil 3. Sosyal medya işlevsellik modeli

Kaynak: Kietzmann vd. (2011, s. 243)'den uyarlanmıştır.

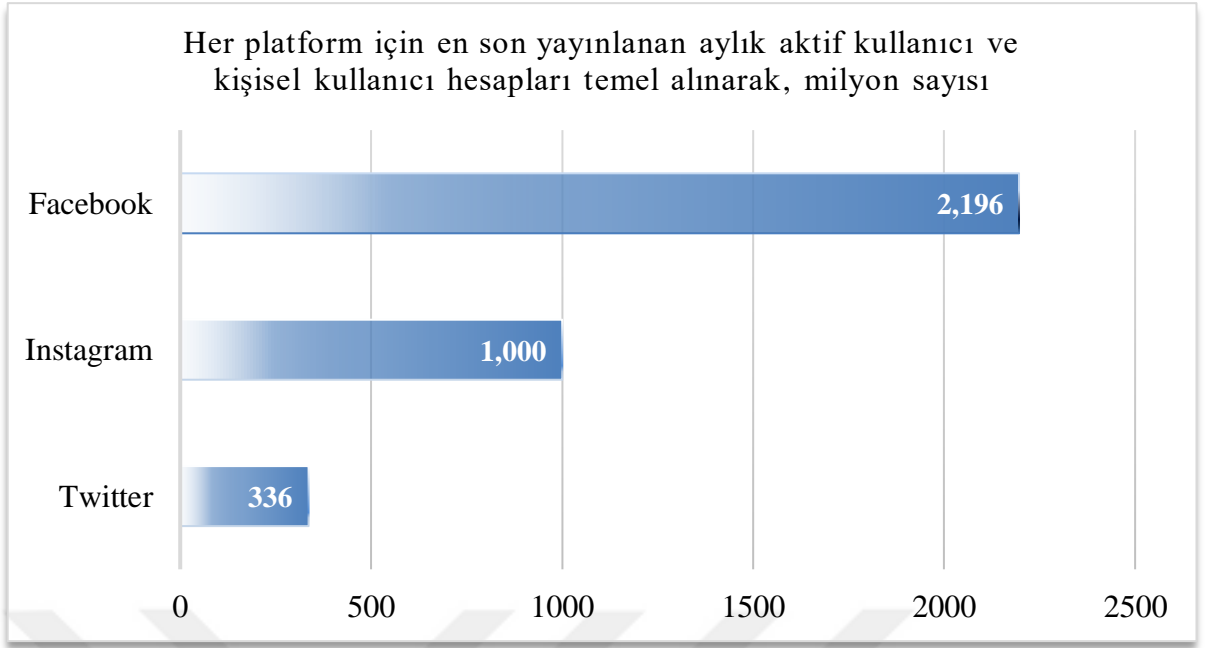
Bu açıdan sosyal medyanın, kullanıcıların kendilerine özgü bir kimlik oluşturmasıyla etkileşimde bulunmasını ifade eden “kimlik”; kullanıcıların, diğer kullanıcılar ile her türlü konuda muhabbet etmesini niteleyen “sohbet”; kullanıcıların içerik alışverişi, dağıtımını ve alma derecesini betimleyen “paylaşım”; kullanıcıların sanal ve gerçek dünyada nerede olduğuna ilişkin mevcut durumlarını gösteren “konum”; bireylerin, daha yakın sosyallik kurmasını tanımlayan “ilişkiler”; bireylerin, sosyal medya ortamında, kendileri de dâhil olmak üzere diğer kullanıcıların son durumlarını öğrenme güdüsünü içeren “itibar” ve sosyalleşmenin artmasıyla kişi, takipçi ve arkadaş grubunun çoğalmasını açıklayan “gruplar” başlıklarından oluşan bir yapı olduğu görülmektedir (Kietzmann, vd., 2011, ss. 243-247).

2.4.1. Sosyal Medyanın Dijital Mimarileri

Günlük hayatın bir parçası ve özellikle bireylerin toplumsal algısının oluşmasında büyük bir etkisi olan sosyal medyanın, bireylerin, bilgi almak ve çevrimiçi katılımlarını gerçekleştirmek amacıyla kullandığı başlıca sosyal medya araçlarının Facebook ve Twitter olduğu dikkat çekmektedir (Theocharis ve Lowe, 2016, s. 1465; Fountain, 2017, s. 2; Khan, Javeed, Khan, Din, Khurshid ve Noor, 2019, s. 35533; El Rahman, AlOtaibi ve AlShehri, 2019, s. 1). Bu kapsamda, dünyanın en popüler sosyal medya ağı olan Facebook (Alhabash ve Ma, 2017, s. 2), 4 Şubat 2004 yılında kurulmuş (www.facebook.com, Erişim Tarihi: 20.12.2019) olup güncel olarak 2,449 milyar kayıtlı kullanıcıya sahiptir (www.statista.com, Erişim Tarihi: 22.12.2019). Yanı sıra, 2006 yılında Jack Dorsey ve Biz Stone tarafından kurulan Twitter, internet aracılığıyla kısa mesaj paylaşma ve yaymanın kolay bir yolu olarak ifade edilmekle birlikte; kullanıcılarının 140 karakterden oluşan mesajlar yayınlamasına olanak sağlayan bir mikro-blog sitesi olarak tasarlanmıştır (Verma, 2015, s. 258).

Mobil bir fotoğraf paylaşım sitesi olan Instagram ise giderek önemini artmakta ve bireylere, etkileşim oluşturma sürecinde fırsatlar sunmaktadır (Parmelee ve Roman, 2019, s. 1). Bu bağlamda, Mike Krieger ve Kevin Systrom tarafından 2010 yılında oluşturulan uygulama, ilk olarak iOS (Apple işletim sistemi)'larda kullanılmak üzere piyasaya sürülmüş olup devam eden yıllarda Android cihazlarda ve masaüstü bilgisayarlarda da kullanılabilir hale gelmiştir (Musonera, 2018, s.1). Güncel olarak, 1 milyardan fazla kullanıcıya sahip olan Instagram (www.statista.com, Erişim Tarihi: 20.12.2019), kullanıcıların sadece kendi platformlarından değil aynı zamanda Facebook ve Twitter gibi diğer platformlarda fotoğraf ve video paylaşmasına olanak tanıyan bir ağ olma niteliği taşımaktadır.

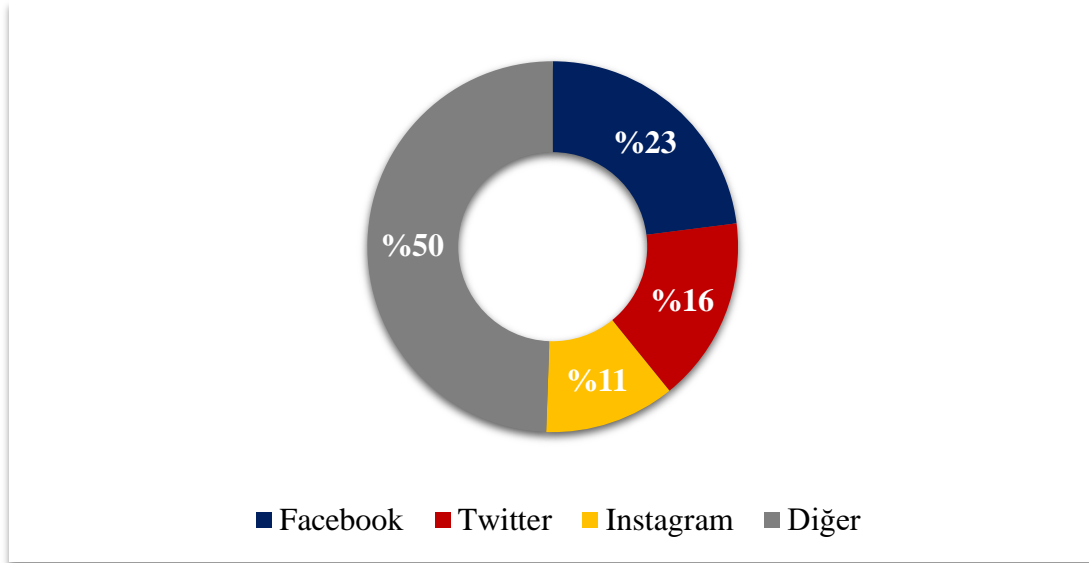
Buradan hareketle, dünya nüfusunun %45'lik kısmı, güncel olarak sosyal medya kullanıcısı durumunda ve bu çerçevede Global Digital Raporu (2019, s. 84)' na göre, saniyede 11 kişi, sosyal medyada aktif olmakta ve sosyal medya kullanımının 2018 yılına göre %9 artarak, yaklaşık üç buçuk milyar kişiye ulaşıldığı görülmektedir. Bu kapsamda, sosyal medyanın dünya genelinde ne kadar etkin ve yaygın olduğunun bir göstergesi olarak, sosyal medyanın dijital mimarileri olan Facebook, Twitter ve Instagram'da aylık aktif kullanıcı sayısı Şekil 4'te gösterilmektedir.



Şekil 4. Sosyal medya araçlarının aylık aktif kullanıcı sayısı (milyon)

Kaynak: Social Media Trends (2019, s. 30)' ten uyarlanmıştır.

Diğer taraftan, Türkiye'de ise 2015-2018 yılları arasında 108.744 katılımcı ile gerçekleştirilen kapsamlı araştırma sonucunda, güncel olarak Türkiye'deki sosyal medya kullanıcılarının %22,9'unun Facebook, %16,17'sinin Twitter, %11,4'ünün Instagram platformunu kullandığı tespit edilmiştir (www.statista.com, Erişim Tarihi: 22.12.2019). Kalan sosyal medya kullanıcılarının %50'lik bölümü, daha küçük payları alan farklı sosyal medya ağlarından faydalanmakta olan kullanıcılardan oluştuğu görülmektedir (Bkz. Şekil 5).



Şekil 5. Türkiye’de sosyal medya platformlarına göre kullanım oranları (2018)

Kaynak: www.statista.com, Erişim Tarihi: 22.12.2019.

Bu çerçevede, Reuters Institute Digital News Raporu’nda (2019) yer alan, Amerika Birleşik Devletleri (ABD), Birleşik Krallık, İspanya, İrlanda, Türkiye, Malezya, Avustralya, Kanada ve Brezilya’yı kapsayan ve dokuz ülkede gerçekleştirilen araştırmada dünya genelinde her ne kadar Facebook’un; spor, gündem dışı içerik veya aile bireylerini takip etmek amacıyla kullanıldığı görülse de Brezilya ve Türkiye’de genel anlamıyla politika ve gündem amaçlı kullanıldığı dikkat çekmektedir (Newman, Fletcher, Kalogeropoulos ve Nielsen, 2019, s. 19)

2.4.2. Siyasal Açıdan Sosyal Medya

Son 10 yıldan daha uzun bir süre önce, BİT’in, dünyayı çarpıcı bir şekilde etkilediği; yeni medya kapsamına giren sosyal medyanın kişilerarası etkileşimde çevrimiçi kanallar kullanılarak yeni iletişim modeli ortaya koyduğu ve bu doğrultuda, bireylerin sosyal ve politik tartışmalarını da şekillendirdiği görülmektedir (Ahmad vd., 2019, s. 1). Diğer bir ifadeyle, sosyal medyanın hızlı bir şekilde evrilmesiyle geleneksel medyanın yerini aldığı ve politik bilgilerin, bireylerin sosyal ve politik eylemlerini etkilediği düşünülmektedir (Getachew ve Beshah, 2019, s. 489). Bu bağlamda, sosyal medyanın her geçen gün artan kullanım oranı, demokratik bilgilerin yayılması noktasında da önem arz etmekte ve dijital medyada, özellikle sosyal medya araçları sayesinde, “çevrimiçi katılım” olarak yeni bir politik katılım türü ortaya çıkmaktadır (Kim ve Chen, 2016, ss. 320-321).

Rothmund ve Otto (2016, ss. 99-100) sosyal medyanın politik katılım sürecinde, kolayca erişilebilir, doğrudan ve etkileşimli bir araç olarak kullanıldığını ifade etmekte ve siyasi elitlerin, siyasi partilerin ve siyasette görev alan bireylerin, kamuoyu oluşumuna aktif olarak katkıda bulunmasına olanak sağladığını ifade etmektedir. Bununla birlikte bireyler, sosyal medya aracılığıyla hem fikir sahibi olan hem de fikir sahibi olmayan başka bireylerle daha kolay bağlantı kurabilmekte ve politik argümanlarını paylaşabilmektedir (Robertson, Fernandez ve Shillair, 2019, s. 2).

Curry (2018, s. 12) sosyal medyanın, haber ve politik bilgi yaymada kullanılan başlıca araç olduğunu ve bireylerin birbirleri arasında etkileşime girme fırsatı ve kendi seçmiş olduğu kitle ve kaynaklar noktasında, geleneksel kitle iletişim araçlarından farklı kabul edildiğini vurgulamaktadır. Bu kapsamda, Ohme, Marquart ve Kristensen (2019, s. 6)'in de ifade ettiği üzere, sosyal medyayı kullanarak oy toplama kampanyaları oluşturulmakta ve hedef kitleye hitap edecek şekilde düzenlenmiş videolar, görseller ve canlı yayınlar gibi yüksek etkileşimli unsurların, politik sürece dahil edilen vatandaşlar üzerinde büyük etkisi olmaktadır.

Boulianne (2015, s. 525)'ye göre sosyal medya, mobilize olmaya hazır bireylerin sosyal ağlar aracılığıyla bağ kurmasında büyük rol oynamakta ve bireylerin hızlı bir şekilde ağ oluşturmaya, organizasyonlar, aktivistler ve akran grupları arasındaki bağın kuvvetlenmesine olanak sağlamaktadır. Ayrıca, dijital platformların geliştirilmesi ile yeni propaganda yapısı ortaya çıkmakta olup bireyler bir mesajı, bildiriye veya yorumu yanlış anlayabilmekte, bilgileri manipüle edebilmekte veya kendi amaçlarına uyacak şekilde değiştirebilmektedir (Neumayer ve Farkas, 2018, s. 5).

Chu ve Yeo (2018, s. 42) ise sosyal medyanın, politik katılımın artırılması noktasında önem arz ettiğini ve bireylerin sosyal paylaşım sitelerinde siyasal bilgilere ulaşmalarını ve iletişim kurmalarını kolaylaştırarak, politikada aktif katılım göstermelerine fırsat sunduğu ifade etmektedir. Çevrimdışı politik katılımın yanı sıra, sosyal medya, bireylere politika ile yakından meşgul olmaları için çevrimiçi dilekçe, fikir paylaşımı, siyasal takip ve siyasi olarak motive edilmiş düzenlemeler gibi yeni fırsatlar sunmaktadır. Buradan hareketle, Aktan (2017, s. 128), sosyal medyanın siyasal açıdan kullanımında siyasal iletişim, fikir özgürlüğü ve siyasal takip olmak suretiyle üç temel alt boyutunun var olduğuna dikkat çekmektedir.

2.4.2.1. Sosyal Medyada Siyasal İletişim

İletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler ve bahse konu teknolojilerden sağlanan imkânlar doğrultusunda toplumsal yaşamın vazgeçilmez unsuru olan sosyal medya hem özel hem de kamusal alanda bilgi paylaşımı açısından siyasal alana da etki etmekte ve siyasal iletişim aracı olarak kullanımını her geçen gün artmaktadır (Çağlar ve Köklü, 2017, s. 148). Bu bağlamda, siyasal partilerin, siyasal söylem ve iletişim açısından bilinç düzeyinin yüksek olması düşüncesinden hareketle, siyasal iletişim, siyasal aktörlerin belirlemiş oldukları ideolojik amaçlarını, belirli bir kesime, kitleye, gruba veya topluluğa kabul ettirmek, gerektiğinde eyleme dönüştürmek ve uygulamaya koymak suretiyle çeşitli iletişim tür ve tekniklerini kullanmaları olarak tanımlanabilmektedir (Aziz, 2011, ss. 10-19). Dahası, siyasal iletişim, politikacılar, haber medyası ve halk arasındaki bilgi aktarımı ile ilgili etkileşimli bir süreç olma niteliği taşımaktadır (Norris, 1997, s. 75)

Siyasal partiler, siyasal liderler ve adaylar, seçmenlerle doğrudan veya dolaylı olarak iletişim kurmak suretiyle, geleneksel yöntemlerin ve konvansiyonel kitle iletişim araçlarının yanı sıra, sosyal medyadan önemli ölçüde faydalanmaktadır (Güçdemir ve Göksu, 2015, s. 45). Bu çerçevede sosyal medya, siyasilerin zaman, mekân sınırlaması olmadan yüzlerce insana erişmesine olanak sağlamakta ve geleneksel medyanın seçmenlerin büyük çoğunluğuna söz hakkı tanımadığı bir ortamda sosyal medya platformları, alışlagelmiş yöntemleri de değiştirerek her an siyasi aktörlerle iletişime geçebilme ve gündeme dair düşüncelerini kitlelere aktarabilme fırsatları da sunmaktadır (Çakır ve Tufan, 2016, s. 7).

Dahası, Stabile ve Ershler (2015, ss. 2-33)'in dikkat çektiği üzere, sosyal medyanın köklerinin yapısal-inşacı kurama dayandığı düşüncesinden hareketle, sosyal medya, bireylerin deneyimlerini paylaşarak iletişim kurdukları yeni araçları temsil etmektedir. Güncel anlamda, bilginin hem oluşumu hem de dönüşümü ve yeni entelektüel katılım epistemolojileri ve paradigmalarına olanak sağlamaktadır. Bu açıdan sosyal medya, bireylerin gündemi öğrenmesi, öğrendiklerini diğer bireylerle paylaşması ve başkalarının algılarının söylemlerle şekillendirilmesi ve değiştirilmesi noktasında kilit bir enstrüman olma niteliği taşımaktadır. Bununla birlikte bilişsel ve sosyokültürel öğrenme teorilerini genişleterek değil, onların erişimini kolaylaştırarak, yapısal-inşacı öğrenim adına daha fazla topluluğun bir araya gelmesine zemin hazırlamaktadır.

2.4.2.2. Sosyal Medyada Fikir Özgürlüğü

Fikir özgürlüğü, anayasal demokrasilerin temel taşlarından biri olmakla birlikte, en temel anlamda; bir düşünce, inanç, kanaat, tutum veya duygunun barışçıl yollarla açığa vurulmasının ya da dış dünyada ifade edilmesinin serbest olmasını ifade etmektedir (Şen ve Şen, 2015, s. 128). Bu kapsamda, özellikle sosyal medya, sınırsız bir platform olarak nitelendirildiğinden, özgür düşünce ile özgür ifade konusunda bireylere büyük bir özgürlük alanı tanımakta ve bilgi ve fikir alışverişinde bulunulmasına olanak sağlamaktadır (Tiwari ve Ghosh, 2014, s. 5).

Dahası, sosyal medya, ağ oluşumu işlevi sayesinde, bireylere seçici bilginin erişilmesinde yardımcı olmakta ve böylece bireyler fikirlerini oluşturarak, paylaşma imkânı bulmaktadır (Carlsson ve Weibull, 2018, s. 14). Bu çerçevede, Graciyal ve Viswam (2018, s. 111)'ın da ifade ettiği üzere, sosyal medyanın fikir özgürlüğü noktasında bireylere, belirli bir içerik hakkındaki görüşlerini ifade etmeleri olarak "yorum yapma aciliyeti" ve bu yorumlara karşılık "anında yanıt alma" olanağı sağladığı görülmektedir.

Diğer taraftan, sosyal medyanın bireylere tanıdığı fikir özgürlüğü, hükümetler tarafından kısıtlanabilmekte ve bu durum bireylerin gerek düşüncelerini paylaşma gerekse bilgi edinme hakkını sekteye uğratabilmektedir. Örneğin, Kuzey Kore'nin, 2016 yılında, vatandaşlarının sosyal medya araçlarını kullanmasını yasakladığı ve yalnızca internete erişimin belirli askeri personel ve hükümetle sınırlı olduğu bilinmektedir. Buna ek olarak, İran da 2013 yılı itibarıyla, dünya çapında sıkça kullanılan sosyal medya araçlarına erişimi kısıtlamış ve fikirlerini basın aracılığıyla paylaşan bireylere yaptırım uygulamıştır (www.thewindowsclub.com, Erişim Tarihi: 28.01.2020).

2.4.2.3. Sosyal Medyada Siyasal Takip

Bireyler kendi ilgi alanları ve öncelikleri doğrultusunda, siyasal gündemi takip etmek için sosyal medyadan yararlanmakta ve gerek konuları gerekse görevleri itibarıyla siyasal paylaşımda bulunmasa dahi, yapılan paylaşımları takip etmektedir. Bu bağlamda, sosyal medya, bireylere, politikaya ilişkin güncel olaylardan haberdar olma, politik gündemden geri kalmama, uluslararası siyaseti ve siyasi liderleri takip etme ile siyasal içerikli bilimsel yayınları inceleme fırsatı sunmaktadır (Arklan, 2016, s. 623).

Buradan hareketle, bireyler, ihtiyaçları ve ilgisi doğrultusunda, istediği içeriğe sosyal medyadan takip ederek ulaşmakta ve izlenen ve üretilen içerik, kolayca birçok kullanıcı tarafından da takip edilebilmektedir (Tereci, 2017, s. 20). Diğer bir ifadeyle, bireyler beğendiği ve kendisine yakın gördüğü içerikleri, onaya gerek duymaksızın izleyebilmektedir (Keskin ve Sönmez, 2015, s. 349). Bu hususlar doğrultusunda, dünya siyasi elitlerinin sosyal medyada takipçi sayısına ilişkin veriler incelendiğinde, Twitter uygulamasında, ABD Başkanı Donald Trump'ın 73,1 milyon, Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın 14,7 milyon ve Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron'un 4,5 milyon; Türkiye'de yerel siyasette, Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'nun 6,7 milyon, İstanbul Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu'nun 3,8 milyon, Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin 5 milyon ve İyi Parti Genel Başkanı Meral Akşener'in 3,4 milyon takipçi sayısının var olduğu görülmektedir (www.twitter.com, Erişim Tarihi: 07.01.2020).

BÖLÜM III

3. YÖNTEM

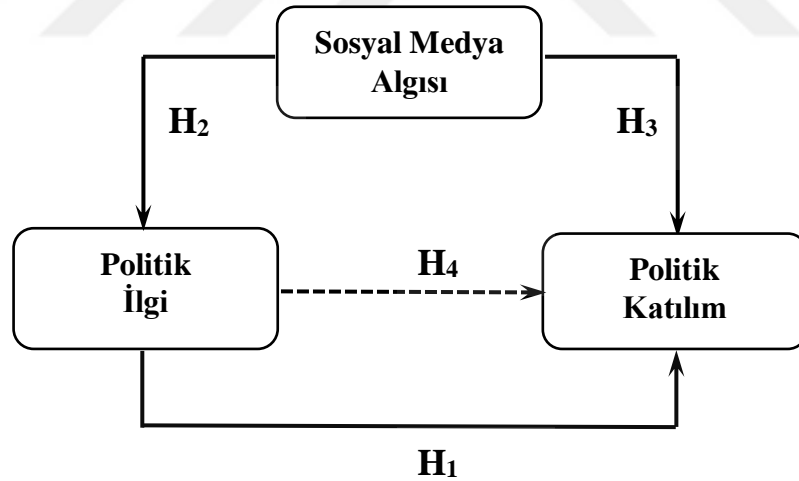
Araştırmanın bu bölümünde, araştırmanın amacı, modeli, evren ve örnekleme, veri toplama araçları ve verilerin analizine ilişkin detaylı bilgiler yer almaktadır.

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışma, Türkiye’de, il ve ilçe belediye meclislerinde kritik sorumluluğu bulunan belediye meclis üyelerinin politik ilgi düzeylerinin politik katılım ile arasındaki ilişkisini tespit etmek ve bu ilişkide sosyal medyanın aracılık rolünü incelemek suretiyle ilgili literatürde açıkça görülen eksikliğin giderilmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir.

3.2. Araştırmanın Modeli

Çalışma kapsamında oluşturulan hipotezler doğrultusunda politik ilgi ile politik katılım arasındaki ilişkide sosyal medyanın aracılık rolüne ilişkin belirlenmiş olan model, Şekil 6’da gösterilmiştir.



Şekil 6. Araştırmanın modeli

3.3. Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Araştırmanın gerçekleştirildiği Mersin ili 13 ilçeye sahip olmakla birlikte, araştırmanın evrenini Mersin Büyükşehir belediye meclis üyeleri dışındaki 13 ilçenin belediye meclis üyeleri oluşturmaktadır. Bunun sebebi ise, ilçe belediyeleri için seçilen belediye meclis üyelerinin bir bölümünün büyükşehir belediye meclisine dahil edilmesi

suretiyle aynı zamanda büyükşehir belediye meclis üyesi haline gelmesidir. Farklı bir ifadeyle, büyükşehir belediye meclisi, büyükşehir belediye başkanına ek olarak ilgili ildeki ilçe belediye başkanları ve ilçelerden gelen meclis üyelerinin temsiliyle oluşmaktadır. Bu bağlamda, araştırma kapsamında ana kütlenin tamamını ifade eden 359 belediye meclis üyesine kartopu örneklem yöntemiyle 14.10.2019-16.12.2019 tarihleri arasında Google Documents (Google Dökümanlar) aracılığıyla ulaşılmaya çalışılmıştır. Kartopu örnekleme yöntemi, nadir bulunan veya bulunması zor popülasyonları bulmak için yaygın olarak kullanılan bir yöntem olma niteliği taşımaktadır (Johnson, 2014, s. 1).

3.4. Araştırmanın Yapılışı

Meclis üyelerinin bağlı olduğu partilerin grup başkanları bilgilendirilmiş; oluşturulan anket parti grup başkanlarına çevrimiçi olarak yollanmış ve anketin meclis üyelerine ulaştırılması istenmiştir. Bu doğrultuda, bazı ilçelerin belediye başkanlarının da katılımıyla, 141 belediye meclis üyesinden geri yanıt alınmış ve analiz için yeterli örneklem büyüklüğünün anket madde sayısının en az beş katı olması koşuluyla (Bryman ve Cramer, 2001, s. 101) elde edilen yanıtlar yeterli görülmüş ve analize dahil edilmiştir.

3.5. Veri Toplama Araçları

Araştırma kapsamında, örneklem grubunu tanımlayabilmek amacıyla katılımcıların yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, siyasi deneyimi ve en sık kullandığı sosyal medya aracına ilişkin temel bilgileri elde etmek üzere araştırmacı tarafından hazırlanan “Kişisel Bilgi Formu” hazırlanmıştır. İlave olarak, Belediye Meclis Üyelerinin politik ilgi, politik katılım ve siyasal açıdan sosyal medya algısı düzeylerinin ölçülmesi noktasında üç adet ölçek çevrimiçi düzenlenerek katılımcılara ulaştırılmıştır. Araştırma doğrultusunda kullanılan üç ölçek aşağıda yer almaktadır:

- **Politik İlgi Ölçeği:** Araştırmada, katılımcıların politik ilgi düzeyini tespit etmek suretiyle Kaya (2013, s. 273)’ya ait altı maddelik “Politik İlgi Ölçeği”nden yararlanılmıştır. Ölçekte yer alan maddelerin her birinde 5’li likert ölçeği (1=Kesinlikle Katılmam, 5=Kesinlikle Katılıyorum) kullanılmıştır.

- **Politik Katılım Ölçeği:** Araştırma katılımcılarının politik katılım düzeylerinin tespiti amacıyla benzer şekilde Kaya (2013, s. 273)'ya ait 11 madde ve “Temel Düzey Katılım” ile “Yüksek Düzey Katılım” olmak üzere iki alt boyuttan oluşan “Politik Katılım Ölçeği”den faydalanılmıştır. İlgili ölçekte yer alan maddelerin her birinde 5’li likert ölçeği (1=Kesinlikle Katılmam, 5=Kesinlikle Katılıyorum) kullanılmıştır.
- **Siyasal Açıdan Sosyal Medya Algısı:** Katılımcıların siyasal açıdan sosyal medya algısı düzeyinin ve aracılık rolünün tespit edilmesinde ise Aktan (2017, s. 126)'ın ortaya koymuş olduğu, dokuz madde ve “Siyasal İletişim”, “Fikir Özgürlüğü” ile “Siyasal Takip” olmak üzere üç alt boyuttan oluşan “Siyasal Açıdan Sosyal Medya Algısı Ölçeği”nden yararlanılmıştır. Bu ölçeklerden hareketle oluşturulan anket formunda yer alan maddelerin her birinde 5’li likert ölçeği (1=Kesinlikle Katılmam, 5=Kesinlikle Katılıyorum) kullanılmıştır.

3.6. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında uygulanan anket doğrultusunda elde edilen veriler, araştırmacı tarafından “SPSS 26.0” nicel analiz programı ile analize tabi tutulmuştur. Bu bağlamda, araştırmada kullanılmış olan ölçek ve alt boyutların güvenilirliğini ölçmek amacıyla Cronbach Alpha Analizi; geçerlik düzeylerinin tespit edilmesi suretiyle Faktör Analizi; temel ve alt boyutların açıklanan varyans yüzdesi, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterlilik düzeyleri ve vektör öz değerleri (Eigenvalue) hesaplanmıştır. Yanı sıra, ölçekler arasındaki ilişkinin test edilmesi maksadıyla Korelasyon Analizi; aracılık rolünün incelenmesi suretiyle ise Hiyerarşik Regresyon Analizi ve aracılık rolünün anlamlılığını ölçmek suretiyle Sobel Testi’nden faydalanılmıştır. Hipotez bulgularına ilave olarak, demografik değişkenlerin, bahse konu ölçeklere göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla Bağımsız Örneklem T Testi, Tek Yönlü Varyans (ANOVA) Analizi ve anlamlı grupların arasındaki farkı incelemek için Tukey Testi’nden yararlanılmıştır. Araştırmada anlamlılık düzeyi .05 olarak kabul edilmiştir.

BÖLÜM IV

4. BULGULAR

Araştırma kapsamında faydalanılmış olan ölçekler ve gerçekleştirilmiş anket uygulaması doğrultusunda toplanan verilerin incelenerek analiz edilmesi sonucunda elde edilen bulgular, bahse konu bulgulara dayalı açıklamalar ve yorumlamalara, bu bölümde yer verilmiştir.

4.1. Ölçeğe İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında kullanılmış olan ölçek ve alt boyutların güvenilirliğini ölçmek amacıyla Cronbach Alpha Analizi; geçerlik düzeylerinin tespit edilmesi suretiyle Faktör Analizi'nden faydalanılmıştır. Ek olarak, temel ve alt boyutların açıklanan varyans yüzdesi, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterlilik düzeyleri ve vektör öz değerleri hesaplanmıştır. Bu bağlamda, ölçeğe ilişkin geçerlik ve güvenilirlik verileri, Tablo 3'te ifade edilmiştir.

Tablo 3.

Ölçek ve İlişkili Alt Boyutların Geçerlik ve Güvenirlik Katsayıları

Ölçek/Boyutlar	Madde Sayısı	Varyans	Cronbach's Alpha	KMO	Bartlett Küresellik	
					Değer	p
Politik İlgi	6	%50	0,796	0,832	254,333	0,000
Politik Katılım	11		0,851			
Temel Düzey Katılım	2	%15	0,965	0,829	796,796	0,000
Yüksek Düzey Katılım	9	%9	0,855			
Siyasal Açından Sosyal Medya Algısı	9		0,788			
Siyasal İletişim	3	%17	0,883	0,715	672,503	0,000
Fikir Özgürlüğü	2	%16	0,703			
Siyasal Takip	2	%18	0,935			

Tablo 3'te görüldüğü üzere, politik ilgi ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısının 0,796; KMO örneklem yeterlilik değerinin 0,832, Bartlett Küresellik Testi'nin (254,333; $p=0,000$) anlamlı olduğu ve ölçeğin genel olarak açıklanan toplam varyansın %50'sini oluşturduğu dikkat çekmiştir.

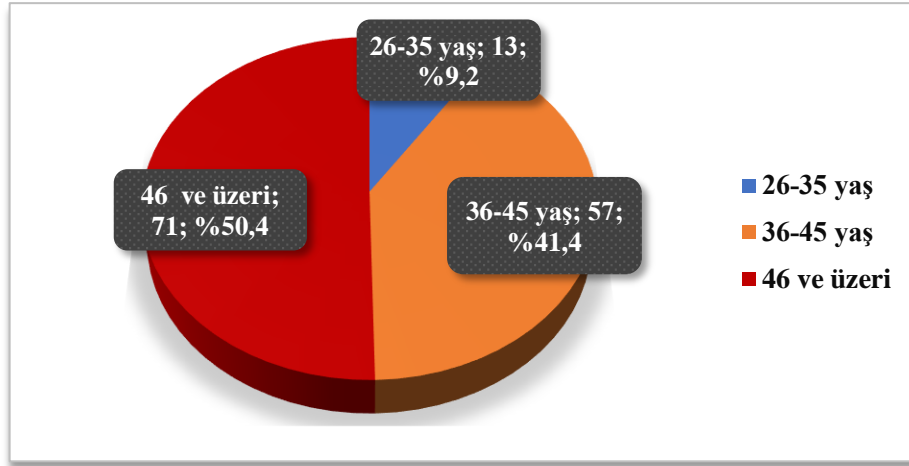
Politik katılım ölçeğinin güvenilirlik katsayısının 0,851; KMO örneklem yeterlilik değerinin 0,829 ve Bartlett Küresellik Testi'nin (796,796; $p=0,000$) anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, politik katılımın alt boyutlarından birisi olan temel düzey katılım boyutunun, güvenilirlik katsayısının 0,965 olduğu; açıklanan toplam varyansın %15'ini oluşturduğu görülmüştür. Ek olarak, politik katılımın diğer bir alt boyutu olan yüksek düzey katılım boyutunun Cronbach's Alpha katsayısının 0,855 olduğu ve açıklanan toplam varyansın %9'unu oluşturduğu dikkat çekmiştir.

Siyasal açıdan sosyal medya algısı ölçeğinin ise Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısının 0,788 ve KMO örneklem yeterlilik değerinin 0,715 ve Bartlett Küresellik Testi'nin (672,503; $p=0,000$) anlamlı olduğu görülmüştür. Bahse konu ölçeğe ilişkin alt boyutlar olan siyasal iletişimin güvenilirlik katsayısının 0,883 olduğu ve açıklanan toplam varyansın %17'sini; fikir özgürlüğü alt boyutunun güvenilirlik katsayısının 0,703 olduğu ve açıklanan toplam varyansın %16'sını ve siyasal takip alt boyutunun güvenilirlik katsayısının 0,935 olduğu ve açıklanan toplam varyansın %18'ini oluşturduğu görülmüştür.

Bu kapsamda, Uzunsakal ve Yıldız (2018, s. 19)'ın da ifade ettiği üzere, $0,00 \leq \alpha < 0,40$ aralığında yer alan katsayının güvenilir olarak kabul edilmediği; $0,40 \leq \alpha < 0,60$ aralığındaki katsayının düşük güvenilir; $0,60 \leq \alpha < 0,80$ aralığındaki katsayının oldukça güvenilir ve $0,80 \leq \alpha < 1,00$ aralığındaki katsayının çok yüksek düzeyde güvenilir olarak kabul edildiğinden hareketle, politik ilgi ölçeği ve politik katılım ölçeğinin çok yüksek güvenilirliğe sahip olduğu; siyasal açıdan sosyal medya algısı ölçeğinin ise oldukça güvenilir olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

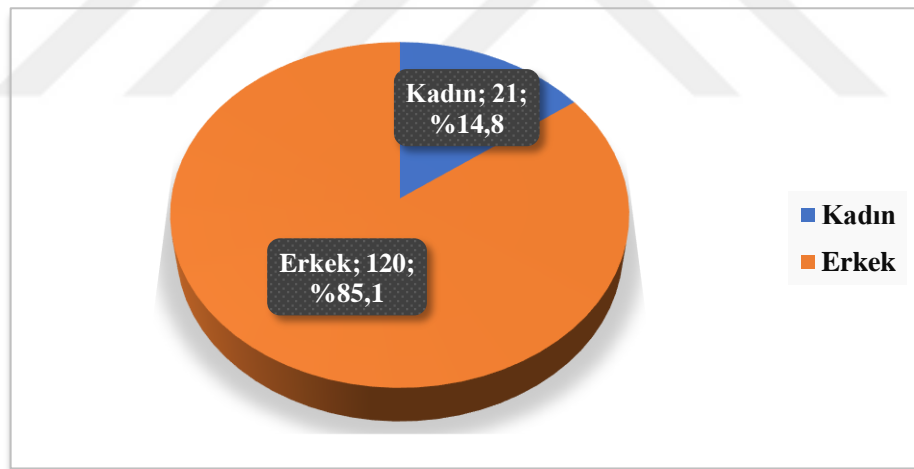
4.2. Katılımcıların Demografik Değişkenlerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya dâhil olan katılımcıların demografik değişkenlerinin de ele alındığı bu tez çalışmasında, katılımcıların yaşı doğrultusunda elde edilen verilerin şematik gösterimi, Şekil 7'de yer verilmiştir.



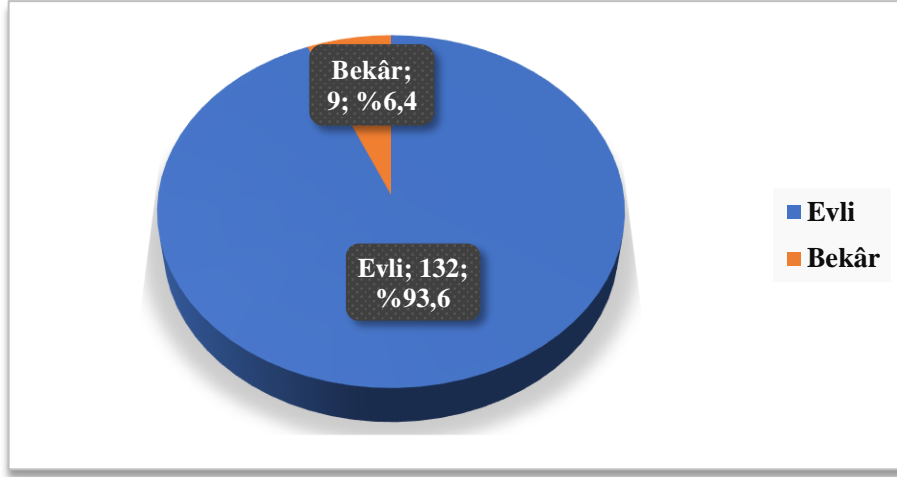
Şekil 7. Katılımcıların yaş dağılımı

Araştırmaya katkıda bulunan katılımcıların 13 (%9,2)'ünün 26-35 yaş, 57 (%41,4)'sinin 36-45 yaş aralığında ve 71 (%50,4)'inin 46 yaş ve üzeri olduğu görülmüştür. Buna ek olarak katılımcıların cinsiyetine ilişkin bulgular Şekil 8'de yer almaktadır.



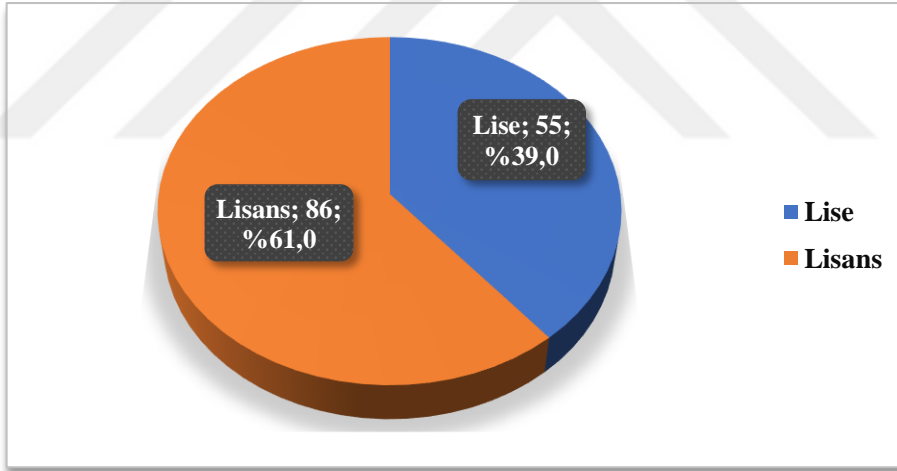
Şekil 8. Katılımcıların cinsiyet dağılımı

Araştırmaya dâhil olan meclis üyelerinin cinsiyet durumları ele alındığında, katılımcıların 120 (%85,1)'sinin erkek, 21 (%14,8)'inin ise kadın bireylerden oluştuğu dikkat çekmiştir. Diğer taraftan, katılımcıların diğer bir demografik değişken olan medeni durumlarına ilişkin şematik gösterim, Şekil 9'da ifade edilmiştir.



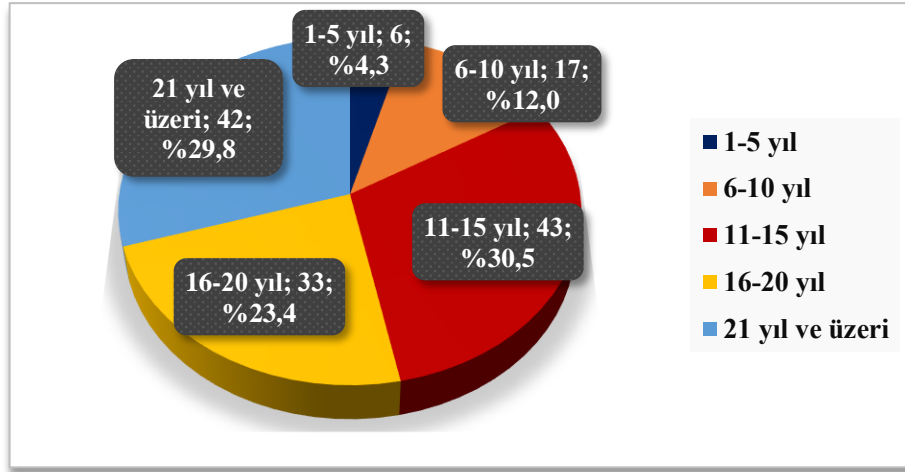
Şekil 9. Katılımcıların medeni durumu

Katılımcıların medeni durumu incelendiğinde, 132 (%93,6)'sının evli, 9 (%6,4)'unun bekâr bireylerden oluştuğu tespit edilmiştir. Yanı sıra, katılımcıların eğitim durumlarına ilişkin dağılıma, Şekil 10'da yer verilmiştir.



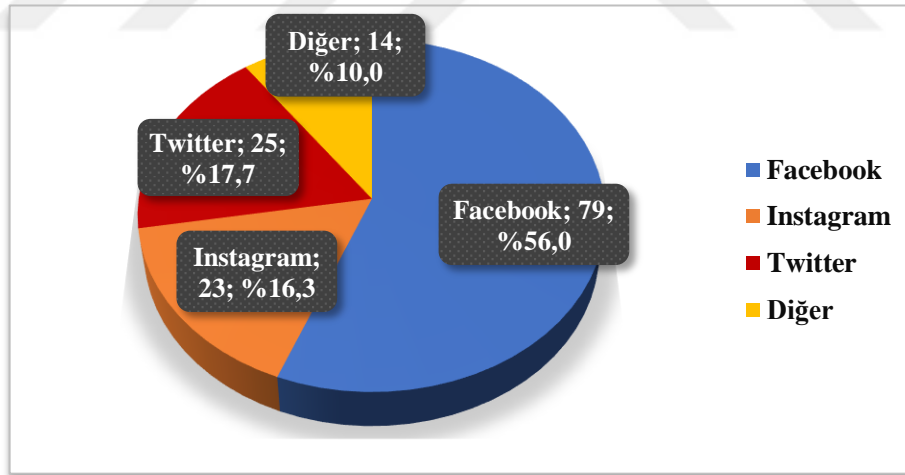
Şekil 10. Katılımcıların eğitim durumu

Şekil 10'da ifade edildiği üzere, katılımcıların 55 (%39,0)'inin lise mezunu, 86 (%61,0)'sının ise lisans mezunu olduğu görülmüştür. Ayrıca, araştırmaya dâhil olan meclis üyelerinin siyasi deneyimlerine ilişkin şematik gösterim, Şekil 11'de yer almıştır.



Şekil 11. Katılımcıların siyasi deneyimi

Bu bağlamda, katılımcıların 6 (%4,3)'ünün 1-5 yıl, 17 (%12,0)'sinin 6-10 yıl, 43 (%30,5)'ünün 11-15 yıl, 33 (%23,4)'ünün 16-20 yıl, 42 (%29,8)'sinin ise 21 yıl ve üzeri siyasi deneyime sahip olduğu dikkat çekmiştir. Son olarak, araştırmaya dâhil olan katılımcıların, siyasi paylaşımlarını gerçekleştirirken en çok kullandığı sosyal medya aracına ilişkin şematik gösterime, Şekil 12'de yer verilmiştir.



Şekil 12. Katılımcıların kullandığı sosyal medya araçları

Bu çerçevede, katılımcıların 79 (%56,0)'unun Facebook, 23 (%16,3)'ünün Instagram, 25 (%17,7)'inin Twitter ve 14 (%10,0)'ünün ise diğer sosyal medya araçlarını kullandığı dikkat çekmiştir.

4.3. Hipotezlere İlişkin Bulgular

4.3.1. Politik İlgi ve Politik Katılım

Çalışmada belirlenmiş olan hipotezler doğrultusunda, temel ve alt boyutlar arasındaki ilişkilerin incelenmesi amacı ile Korelasyon Analizi kullanılmıştır. Bu bağlamda, politik ilginin, politik katılım ile arasındaki ilişkinin tespiti suretiyle gerçekleştirilmiş olan Korelasyon Analizi'ne ilişkin veriler, Tablo 4'te yer verilmiştir.

Tablo 4.

Politik İlgi ile Politik Katılım Arasındaki İlişkiye Ait Korelasyon Analizi Sonuçları

		Politik İlgi	Politik Katılım	Temel Düzey Politik Katılım	Yüksek Düzey Politik Katılım
Politik İlgi	r	1			
	p				
Politik Katılım	r	0,604	1		
	p	0,000			
Temel Düzey Politik Katılım	r	0,213	0,426	1	
	p	0,006	0,000		
Yüksek Düzey Politik Katılım	r	0,606	0,992	0,307	1
	p	0,000	0,000	0,000	

Tablo 4'ten hareketle, politik ilgi ile politik katılım arasında pozitif ve yüksek düzeyde anlamlı bir ilişkinin var olduğu ($r=0,604$; $p=0,000$, $p<0,05$) dikkat çekmiştir. Benzer olarak, politik ilginin, politik katılımın alt boyutları olan temel düzey politik katılım ile pozitif ve zayıf düzeyde ($r=0,213$; $p=0,006$, $p<0,05$); yüksek düzey politik katılım ile ise pozitif ve yüksek düzeyde anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu ($r=0,606$; $p=0,000$, $p<0,05$) sonucu ortaya çıkmış olup, H_1 hipotezinin kabul edildiği görülmüştür. Bu bağlamda, katılımcıların, politikaya yoğun ilgi göstermesinin gerek temel gerekse yüksek düzey katılım olarak politikaya katılımlarında etkin bir unsur olma niteliği taşıdığı tespit edilmiştir.

4.3.2. Siyasal Açıdan Sosyal Medya Algısı, Politik İlgi ve Politik Katılım

Siyasal açıdan sosyal medya algısı ölçeğinin, katılımcıların politik ilgi ve politik katılım düzeyleri ile arasındaki ilişkiyi incelemek suretiyle gerçekleştirilmiş olan Korelasyon Analizi sonuçlarına Tablo 5'te yer verilmiştir.

Tablo 5.

Siyasal Açıdan Sosyal Medya Algısının Politik İlgi ve Politik Katılım ile Arasındaki İlişkiye Ait Korelasyon Analizi Sonuçları

Ölçek/Alt Boyutlar		Politik İlgi	Politik Katılım	Temel Düzey Politik Katılım	Yüksek Düzey Politik Katılım
Sosyal Medya Algısı	r	0,393	0,537	0,149	0,543
	p	0,000	0,000	0,038	0,000
Siyasal İletişim	r	0,395	0,603	0,267	0,595
	p	0,000	0,000	0,001	0,000
Fikir Özgürlüğü	r	0,111	0,292	0,119	0,291
	p	0,188	0,000	0,159	0,000
Siyasal Takip	r	0,471	0,389	0,075	0,399
	p	0,000	0,000	0,189	0,000

Buradan hareketle, siyasal açıdan sosyal medya algısı ölçeğinin, politik ilgi ile arasında pozitif ve zayıf düzeyde anlamlı bir ilişkinin var olduğu ($r=0,393$; $p=0,000$, $p<0,05$) dikkat çekmiştir. Benzer bir şekilde, bahse konu ölçeğin alt boyutları olan siyasal iletişim ($r=0,395$; $p=0,000$, $p<0,05$) ve siyasal takip ($r=0,471$; $p=0,000$, $p<0,05$) alt boyutlarının, politik ilgi ile pozitif ve orta düzeyde anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu sonucu ortaya çıksa da diğer bir alt boyut olan fikir özgürlüğü ($r=0,111$; $p=0,188$, $p>0,05$) alt boyutunun, politik ilgi ile istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki içerisinde bulunmadığı tespit edilmiştir.

Siyasal açıdan sosyal medya algısı ölçeğinin, politik katılım ile pozitif ve orta düzeyde anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu olduğu ($r=0,537$; $p=0,000$, $p<0,05$) görülmüş olup; politik katılımın alt boyutu olan temel düzey politik katılım ($r=0,149$; $p=0,038$, $p<0,05$) ile pozitif ve zayıf yönde ve diğer bir alt boyut olan yüksek düzey politik katılım ($r=0,543$; $p=0,000$, $p<0,05$) ile ise pozitif ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki içerisinde olduğu gözlemlenmiştir.

Yanı sıra, siyasal açıdan sosyal medya algısı ölçeğinin siyasal iletişim alt boyutunun, politik katılım ile pozitif ve yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki ($r=0,603$; $p=0,000$, $p<0,05$); politik katılımın alt boyutları olan temel düzey politik katılım ($r=0,267$; $p=0,001$, $p<0,05$) ile pozitif ve zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki ve yüksek düzey politik katılım ($r=0,595$; $p=0,000$, $p<0,05$) arasında pozitif ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki içerisinde olduğu dikkat çekmiştir.

Siyasal açıdan sosyal medya algısı ölçeğinin diğer bir alt boyutu olan fikir özgürlüğünün, politik katılım ($r=0,292$; $p=0,000$, $p<0,05$) ve yüksek düzey katılım ($r=0,291$; $p=0,000$, $p<0,05$) ile pozitif ve zayıf yönde anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu görülse de temel düzey katılım ($r=0,119$; $p=0,159$, $p>0,05$) ile arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin var olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca, siyasal takip alt boyutunun her ne kadar politik katılım ($r=0,389$; $p=0,000$, $p<0,05$) ve yüksek düzey politik katılım ile pozitif ve zayıf düzeyde anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu ($r=0,399$; $p=0,000$, $p<0,05$) sonucu görülse de temel düzey politik katılım ($r=0,075$; $p=0,189$, $p>0,05$) ile istatistikî olarak anlamlı bir ilişki içerisinde olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, H_2 ve H_3 hipotezlerinin bu tez çalışması doğrultusunda kabul edildiği görülmüştür.

4.3.3. Politik İlgi ve Politik Katılım Arasındaki İlişkide Siyasal Açıdan Sosyal Medya Algısının Aracılık Rolü

Politik ilgi ile politik katılım arasındaki ilişkide siyasal açıdan sosyal medya algısının, aracılık rolünün var olup olmadığını tespit etmek suretiyle gerçekleştirilmiş olan Hiyerarşik Regresyon Analizi sonuçlarına Tablo 6'da yer verilmiştir.

Tablo 6.

Politik İlgi ile Politik Katılım Arasındaki İlişkide Siyasal Açından Sosyal Medya Algısının Aracılık Rolüne İlişkin Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları

Model	Bağımlı Değişken	R ²	Bağımsız Değişkenler		Aracı Değişkenler			
			Politik İlgi	Sosyal Medya Algısı	Siyasal İletişim	Fikir Özgürlüğü	Siyasal Takip	
			β					
Model 1	Politik Katılım	0,36	0,565 (0,000)*	-	-	-	-	
Model 2	Politik Katılım	0,54	0,384 (0,000)*	0,469 (0,011)*	0,219 (0,011)*	0,195 (0,033)*	-0,086 0,108	
$\Delta R^2 = 0,18, p=0,000, p<0,05$								
F Model ₁ =79,973; F Model ₂ =31,765								
z=2,517; p=0,01								

Tablo 6'dan hareketle, aracı değişkenler olan siyasal açıdan sosyal medya algısı ile alt boyutları, Model 2'ye dahil edilmiştir. Bu bağlamda, Model 2'de siyasal açıdan sosyal medya algısı alt boyutları olan siyasal iletişim ve fikir özgürlüğü yer alırken, siyasal takip boyutunun Model 2'de yer almadığı tespit edilmiştir ($p=0,108, p>0,05$). Yanı sıra, Model 2'de, R² ölçümünün 0,54 olduğu ve Model 1'e göre 0,18 artış gösterdiği ve bu artışın istatistiksel olarak anlamlı olduğu dikkat çekmiştir ($\Delta R^2 = 0,18, p<0,05$). Bu kapsamda, Hair, Hult, Ringle ve Sarstedt (2017, s. 106)'in de belirttiği üzere $0,20 < R^2 < 0,80$ arasında yer alan R² ölçümü, kısmî aracılık etkisini ifade etmekte ($R^2 = 0,54$) ve Tablo 6 doğrultusunda görülen R² ölçümünün artış göstermesinin, siyasal açıdan sosyal medya algısı ve ilgili ölçeğe ilişkin alt boyutların kısmi aracılık etkisi yaratması sonucu ortaya çıktığı görülmüştür ($p=0,000$). Dahası, gerçekleştirilen Sobel Testi sonucu ise kurulmuş olan modelin anlamlı olduğunu göstermiştir ($z=2,517; p=0,01, p<0,05$). Buradan hareketle, H₄ hipotezi de kabul edilmiştir.

4.4. Demografik Değişkenler ve Politik İlgi, Politik Katılım ve Siyasal Açından Sosyal Medya Algısı

Bu tez çalışmasının temel hipotezlerine ek olarak katılımcıların demografik değişkenleri ve ilgili ölçekler arasındaki ilişki de incelenmiştir.

4.4.1. Yaş Etmeni Bağlamında Politik İlgi, Politik Katılım ve Siyasal Açından Sosyal Medya Algısı

Demografik bir değişken olan yaş unsurunun katılımcıların politik ilgi, politik katılım ve siyasal açıdan sosyal medya algısı üzerinde bir etkiye sahip olup olmadığının tespiti amacıyla gerçekleştirilmiş olan ANOVA Analizi'ne ilişkin bulgulara Tablo 7'de yer verilmiştir.

Tablo 7.

Yaş Etmeninin Politik İlgi, Politik Katılım ve Siyasal Açından Sosyal Medya Algısı Üzerindeki Etkisine İlişkin ANOVA Analizi Sonuçları

Ölçek/ Boyutlar			Yaş Etmeni	Kareler Toplamı	Kareler Ortalaması	F	p
Politik İlgi	Gruplar Arası			0,849	0,424	1,999	0,139
	Gruplar İçi			29,296	0,212		
	Toplam			30,145			
Politik Katılım	Gruplar Arası			0,423	0,212	1,129	0,326
	Gruplar İçi			25,882	0,188		
	Toplam			26,306			
Temel Düzey Politik Katılım	Gruplar Arası			0,067	0,034	0,323	0,725
	Gruplar İçi			14,383	0,104		
	Toplam			14,450			
Yüksek Düzey Politik Katılım	Gruplar Arası			,651	0,326	1,289	0,279
	Gruplar İçi			34,846	0,253		
	Toplam			35,497			
Sosyal Medya Algısı	Gruplar Arası			0,098	0,049	0,182	0,834
	Gruplar İçi			37,111	0,269		
	Toplam			37,209			
Siyasal İletişim	Gruplar Arası			0,390	0,195	0,737	0,480
	Gruplar İçi			36,522	0,265		
	Toplam			36,913			
Fikir Özgürlüğü	Gruplar Arası			0,437	0,218	0,636	0,531
	Gruplar İçi			47,375	0,343		
	Toplam			47,812			
Siyasal Takip	Gruplar Arası			0,005	0,002	0,002	0,998
	Gruplar İçi			174,254	1,263		
	Toplam			174,259			

Tablo 7 incelendiğinde, yaş etmeninin politik ilgi üzerinde her ne kadar bir etkisinin var olduğu görülse de bu etkinin istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği ($F=1,999$; $p=0,139$, $p>0,05$) tespit edilmiştir. Benzer bir şekilde, yaş etmeninin politik katılım ($F=1,129$; $p=0,326$, $p>0,05$) ile politik katılım alt boyutları olan temel düzey katılım ($F=0,323$; $p=0,725$, $p>0,05$) ve yüksek düzey katılım ($F=1,289$; $p=0,279$, $p>0,05$) üzerinde istatistikî olarak anlamlı bir farklılığın var olmadığı görülmüştür. Ayrıca, yaş etmeninin, siyasal açıdan sosyal medya algısı ($F=0,182$; $p=0,834$, $p>0,05$) ve alt boyutları olan siyasal iletişim ($F=0,737$; $p=0,480$, $p>0,05$), fikir özgürlüğü ($F=0,636$; $p=0,531$, $p>0,05$) ve siyasal takip ($F=0,002$; $p=0,998$, $p>0,05$) üzerinde anlamlı bir etkisinin var olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır.

4.4.2. Cinsiyet Etmeni Bağlamında Politik İlgi, Politik Katılım ve Siyasal Açıdan Sosyal Medya Algısı

Cinsiyet etmeninin, katılımcıların politik ilgi, politik katılım ve siyasal açıdan sosyal medya algısı üzerinde bir etkisinin var olup olmadığını incelemek amacıyla gerçekleştirilmiş Bağımsız Örneklem T Testi'ne ilişkin bulgular, Tablo 8'de ifade edilmiştir.

Tablo 8.

Cinsiyet Etmeninin Politik İlgi, Politik Katılım ve Siyasal Açından Sosyal Medya Algısı Üzerindeki Etkisine İlişkin T Testi Sonuçları

Ölçek/ Boyutlar	Cinsiyet Etmeni	N	\bar{X}	Ss	T	F	p
Politik İlgi	Kadın	21	3,7778	0,48113	0,860		
	Erkek	120	3,6833	0,46160	0,835	0,002	0,961
	Toplam	141					
Politik Katılım	Kadın	21	4,2251	0,42989	-0,537		
	Erkek	120	4,2803	0,43536	-0,542	0,346	0,557
	Toplam	141					
Temel Düzey Politik Katılım	Kadın	21	4,9048	0,30079	0,390		
	Erkek	120	4,8750	0,32572	0,413	0,597	0,441
	Toplam	141					
Yüksek Düzey Politik Katılım	Kadın	21	4,0741	0,52509	-0,621		
	Erkek	120	4,1481	0,50113	-0,600	0,042	0,839
	Toplam	141					
Sosyal Medya Algısı	Kadın	21	3,9206	0,39149	-0,021		
	Erkek	120	3,9231	0,53565	-0,026	4,186	0,043
	Toplam	141					
Siyasal İletişim	Kadın	21	4,4444	0,47532	0,182		
	Erkek	120	4,4222	0,52167	0,195	0,251	0,617
	Toplam	141					
Fikir Özgürlüğü	Kadın	21	3,9524	0,54554	-1,099		
	Erkek	120	4,1042	0,59017	-1,162	1,333	0,250
	Toplam	141					
Siyasal Takip	Kadın	21	3,5952	0,93031	0,881		
	Erkek	120	3,3625	1,14489	1,019	2,256	0,135
	Toplam	141					

Bu bağlamda, cinsiyet etmeninin, politik ilgi üzerinde anlamlı bir farklılık içermediği ($F=0,002$; $p=0,961$, $p>0,05$) görülmüştür. Ek olarak, cinsiyet etmeninin politik katılım ($F=0,346$; $p=0,557$, $p>0,05$) ile politik katılımın alt boyutları olan temel düzey politik katılım ($F=0,597$; $p=0,441$, $p>0,05$) ve yüksek düzey politik katılım ($F=0,042$; $p=0,839$, $p>0,05$) üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği dikkat çekmiştir.

Cinsiyet etmeninin, siyasal açıdan sosyal medya algısı üzerinde ise istatistiksel olarak anlamlı bir etki gösterdiği ($F=4,186$; $p=0,043$, $p<0,05$) ve erkek katılımcıların ($\bar{X}=3,9231$) siyasal açıdan sosyal medya algısının, kadın katılımcılara kıyasla ($\bar{X}=3,9206$) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Yanı sıra, cinsiyet etmeninin, siyasal açıdan sosyal medya algısının alt boyutları olan siyasal iletişim ($F=0,251$; $p=0,617$, $p>0,05$), fikir özgürlüğü ($F=1,333$ $p=0,250$, $p>0,05$) ve siyasal takip ($F=2,256$; $p=0,135$, $p>0,05$) üzerinde istatistikî olarak anlamlı bir etkisinin olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır.

4.4.3. Medeni Durum Etmeni Bağlamında Politik İlgi, Politik Katılım ve Siyasal Açıdan Sosyal Medya Algısı

Katılımcıların medeni durumlarının politik ilgi, politik katılım ve siyasal açıdan sosyal medya algısı üzerindeki etkisinin var olup olmadığını tespit etmek suretiyle gerçekleştirilmiş T Testi'ne ilişkin bulgular, Tablo 9'da yer verilmiştir.

Tablo 9.

Medeni Durum Etmelinin Politik İlgi, Politik Katılım ve Sosyal Medya Algısı Üzerindeki Etkisine İlişkin T Testi Sonuçları

Ölçek/ Boyutlar	Medeni Durum Etmeli	N	\bar{X}	Ss	T	F	p
Politik İlgi	Evli	132	3,6755	0,44039	-2,174		
	Bekâr	9	4,0185	0,68437	-1,483	3,954	0,049
	Toplam	141					
Politik Katılım	Evli	132	4,2596	0,43128	-1,308		
	Bekâr	9	4,4545	0,44998	-1,261	0,346	0,557
	Toplam	141					
Temel Düzey Politik Katılım	Evli	132	4,8788	0,32174	-0,091		
	Bekâr	9	4,8889	0,33333	-0,088	0,027	0,871
	Toplam	141					
Yüksek Düzey Politik Katılım	Evli	132	4,1221	0,50009	-1,364		
	Bekâr	9	4,3580	0,53223	-1,292	0,331	0,566
	Toplam	141					
Sosyal Medya Algısı	Evli	132	3,9310	0,52053	0,722		
	Bekâr	9	3,8025	0,44367	0,831	1,438	0,232
	Toplam	141					
Siyasal İletişim	Evli	132	4,4116	0,51419	-1,235		
	Bekâr	9	4,6296	0,48432	-1,301	2,051	0,154
	Toplam	141					
Fikir Özgürlüğü	Kadın	132	4,1174	0,56237	2,862		
	Erkek	9	3,5556	0,68211	-2,416	0,470	0,494
	Toplam	141					
Siyasal Takip	Evli	132	3,3939	1,12404	-0,131		
	Bekâr	9	3,4444	1,04416	-0,140	0,259	0,612
	Toplam	141					

Tablo 9 incelendiğinde, medeni durum etmeninin, politik ilgi üzerinde istatistikî olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği ($F=3,954$; $p=0,049$, $p<0,05$) ve bekâr katılımcıların ($\bar{X}=4,0185$) politik ilgi düzeyinin, evli katılımcılara ($\bar{X}=3,6755$) kıyasla daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ancak, medeni durum etmeninin politik katılım ($F=0,346$; $p=0,557$, $p>0,05$) ile politik katılımın alt boyutları olan temel düzey politik katılım ($F=0,027$; $p=0,871$, $p>0,05$) ve yüksek düzey politik katılım ($F=0,331$; $p=0,566$, $p>0,05$) üzerinde ve siyasal açıdan sosyal medya algısı ($F=1,438$; $p=0,232$, $p>0,05$) ile siyasal açıdan sosyal medya algısının alt boyutları olan siyasal iletişim ($F=2,051$; $p=0,154$, $p>0,05$), fikir özgürlüğü ($F=0,470$; $p=0,494$, $p>0,05$) ve siyasal takip ($F=0,259$; $p=0,612$, $p>0,05$) üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin var olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır.

4.4.4. Eğitim Durumu Etmeni Bağlamında Politik İlgi, Politik Katılım ve Siyasal Açıdan Sosyal Medya Algısı

Katılımcıların eğitim durumunun, politik ilgi, politik katılım ve siyasal açıdan sosyal medya algısı üzerinde herhangi bir etki gösterip göstermediğini incelemek suretiyle gerçekleştirilen ANOVA Analizi'ne ilişkin bulgular, Tablo 10'da ifade edilmiştir.

Tablo 10.

Eğitim Durumu Etmeninin Politik İlgi, Politik Katılım ve Siyasal Açından Sosyal Medya Algısı Üzerindeki Etkisine İlişkin ANOVA Analizi Sonuçları

Ölçek/ Boyutlar	Eğitim Durumu		Kareler	Kareler	F	p
	Etmeni		Toplamı	Ortalaması		
Politik İlgi	Gruplar Arası		0,448	0,224	1,041	0,356
	Gruplar İçi		29,697	0,215		
	Toplam		30,145			
Politik Katılım	Gruplar Arası		0,483	0,241	1,291	0,278
	Gruplar İçi		25,823	0,187		
	Toplam		26,306			
Temel Düzey Politik Katılım	Gruplar Arası		0,719	0,360	3,615	0,030
	Gruplar İçi		13,731	0,099		
	Toplam		14,450			
Yüksek Düzey Politik Katılım	Gruplar Arası		0,655	0,327	1,296	0,277
	Gruplar İçi		34,843	0,252		
	Toplam		35,497			
Sosyal Medya Algısı	Gruplar Arası		0,027	0,013	0,050	0,951
	Gruplar İçi		37,182	0,269		
	Toplam		37,209			
Siyasal İletişim	Gruplar Arası		0,093	0,046	0,174	0,841
	Gruplar İçi		36,820	0,267		
	Toplam		36,913			
Fikir Özgürlüğü	Gruplar Arası		0,437	0,096	0,277	0,758
	Gruplar İçi		47,375	0,345		
	Toplam		47,812			
Siyasal Takip	Gruplar Arası		0,073	0,037	0,029	0,971
	Gruplar İçi		174,185	1,262		
	Toplam		174,259			

Bu kapsamda, eğitim durumu etmeninin her ne kadar politik ilgi üzerinde bir etkisinin var olduğu görülse de bu etkinin istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ($F=1,041$; $p=0,356$, $p>0,05$) göstermediği sonucu ortaya çıkmıştır. Benzer olarak, eğitim durumu etmeninin politik katılım ($F=1,291$; $p=0,278$, $p>0,05$) ile politik katılımın alt boyutu olan yüksek düzey politik katılım ($F=1,296$; $p=0,277$, $p>0,05$) üzerinde istatistikî olarak anlamlı bir etkisinin bulunmadığı görülmesine rağmen; medeni durum etmeninin, diğer bir alt boyut olan temel düzey politik katılım üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin var olduğu ($F=3,615$; $p=0,030$, $p<0,05$) tespit edilmiştir. Ayrıca, eğitim durumu etmeninin, siyasal açıdan sosyal medya algısı ($F=0,050$; $p=0,951$, $p>0,05$) ile siyasal açıdan sosyal medya algısı ölçeğinin alt boyutları olan siyasal iletişim ($F=0,174$; $p=0,841$, $p>0,05$), fikir özgürlüğü ($F=0,277$; $p=0,758$, $p>0,05$) ve siyasal takip ($F=0,029$; $p=0,971$, $p>0,05$) üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür.

4.4.5. Siyasi Deneyim Etmeni Bağlamında Politik İlgi, Politik Katılım ve Siyasal Açıdan Sosyal Medya Algısı

Araştırmaya dâhil olan katılımcıların siyasi deneyimlerinin politik ilgi, politik katılım ve siyasal açıdan sosyal medya algısı üzerindeki etkisini tespit etmek amacıyla gerçekleştirilmiş olan ANOVA Analizi sonuçlarına Tablo 11’de yer verilmiştir.

Tablo 11.

Siyasi Deneyim Etmeninin Politik İlgi, Politik Katılım ve Siyasal Açından Sosyal Medya Algısı Üzerindeki Etkisine İlişkin ANOVA Analizi Sonuçları

Ölçek/ Boyutlar	Siyasi Deneyim Etmeni	Kareler Toplamı	Kareler Ortalaması	F	p
Politik İlgi	Gruplar Arası	1,683	0,421	2,010	0,096
	Gruplar İçi	28,462	0,209		
	Toplam	30,145			
Politik Katılım	Gruplar Arası	2,191	0,548	3,088	0,018
	Gruplar İçi	24,115	0,177		
	Toplam	26,306			
Temel Düzey Politik Katılım	Gruplar Arası	0,719	0,060	0,575	0,682
	Gruplar İçi	13,731	0,104		
	Toplam	14,450			
Yüksek Düzey Politik Katılım	Gruplar Arası	3,076	0,769	3,226	0,015
	Gruplar İçi	32,421	0,238		
	Toplam	35,497			
Sosyal Medya Algısı	Gruplar Arası	2,423	0,606	2,368	0,056
	Gruplar İçi	34,786	0,256		
	Toplam	37,209			
Siyasal İletişim	Gruplar Arası	1,545	0,386	1,485	0,210
	Gruplar İçi	35,368	0,260		
	Toplam	36,913			
Fikir Özgürlüğü	Gruplar Arası	0,667	0,167	0,481	0,749
	Gruplar İçi	47,145	0,347		
	Toplam	47,812			
Siyasal Takip	Gruplar Arası	8,268	2,067	1,693	0,155
	Gruplar İçi	165,991	1,221		
	Toplam	174,259			

Tablo 11'den hareketle, araştırma kapsamında dâhil olan katılımcıların siyasi deneyimlerinin, politik ilgi düzeyleri üzerinde istatistikî olarak anlamlı bir etkisinin ($F=2,010$; $p=0,096$, $p>0,05$) var olmadığı dikkat çekmiştir. Benzer olarak, katılımcıların siyasi deneyimlerinin, siyasal açıdan sosyal medya algısı ($F=2,368$; $p=0,056$, $p>0,05$) ile siyasal açıdan sosyal medya algısının alt boyutları olan siyasal iletişim ($F=1,485$; $p=0,210$, $p>0,05$), fikir özgürlüğü ($F=0,481$; $p=0,749$, $p>0,05$) ve siyasal takip ($F=1,693$; $p=0,155$, $p>0,05$) üzerinde herhangi bir anlamlı etkiye sahip olmadığı görülmüştür. Ancak, katılımcıların siyasi deneyiminin, politik katılım ($F=3,088$; $p=0,018$, $p<0,05$) ile politik katılımın alt boyutu olan yüksek düzey politik katılım ($F=3,226$; $p=0,015$, $p<0,05$) üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucu ortaya çıkmış olup; diğer bir alt boyut olan temel düzey politik katılım üzerinde ise her ne kadar bir etki görülmüş olsa da bu etkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı ($F=0,575$; $p=0,682$, $p>0,05$) tespit edilmiştir. Bu kapsamda, politik katılım ve yüksek düzey politik katılımın, katılımcıların siyasi deneyim dağılımlarına göre hangi grupta daha anlamlı olduğuna ilişkin gerçekleştirilen Tukey Testi bulgularına, Tablo 12'de yer verilmiştir.

Tablo 12.

Siyasi Deneyim Dağılımı ve Politik Katılıma İlişkin Tukey Testi Sonuçları

Ölçek/Boyutlar	Siyasi Deneyim	\bar{X}	Ss	F	Fark
Politik Katılım	1-5 yıl (1)	4,1236	0,35443	3,088	2,3>1
	6-10 yıl (2)	4,2353	0,40917		
	11-15 yıl (3)	4,1797	0,41636		
	16-20 yıl (4)	4,1639	0,38571		
	21 yıl ve üzeri (5)	4,1701	0,46241		
Yüksek Düzey Politik Katılım	1-5 yıl (1)	4,0113	0,43319	3,226	3,4>1
	6-10 yıl (2)	4,0284	0,43319		
	11-15 yıl (3)	4,0336	0,47670		
	16-20 yıl (4)	4,0505	0,45312		
	21 yıl ve üzeri (5)	4,0210	0,53183		

Tablo 12 incelendiğinde, 6-10 yıl ($\bar{X}=4,2353$) ve 11-15 yıl ($\bar{X}=4,1797$) siyasi deneyime sahip olan katılımcıların, 1-5 yıl ($\bar{X}=4,1236$) siyasi deneyime sahip olan katılımcılara göre politik katılım düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Yüksek düzey politik katılım alt boyutunda ise 11-15 yıl ($\bar{X}=4,0336$) ve 16-20 yıl ($\bar{X}=4,0505$) siyasi deneyime sahip olan katılımcıların ilgili düzeyinin, 1-5 yıl ($\bar{X}=4,0113$) siyasi deneyime sahip olan katılımcılara kıyasla anlamlı farklılık gösterdiği görülmüştür.

4.4.6. En Sık Kullanılan Sosyal Medya Uygulaması Bağlamında Politik İlgi, Politik Katılım ve Siyasal Açıdan Sosyal Medya Algısı

Katılımcıların en sık olarak kullandığı sosyal medya uygulamasının politik ilgi, politik katılım ve siyasal açıdan sosyal medya algısı düzeyleri üzerinde herhangi bir etkisinin var olup olmadığını incelemek suretiyle gerçekleştirilmiş olan ANOVA Analizi sonuçları, Tablo 13'te ifade edilmiştir.

Tablo 13.

En Sık Kullanılan Sosyal Medya Uygulamasının Politik İlgi, Politik Katılım ve Siyasal Açından Sosyal Medya Algısı Üzerindeki Etkisine İlişkin ANOVA Analizi Sonuçları

Ölçek/ Boyutlar	Sosyal Medya Araçları	Kareler Toplamı	Kareler Ortalaması	F	p
Politik İlgi	Gruplar Arası	1,875	0,625	3,030	0,032
	Gruplar İçi	28,269	0,206		
	Toplam	30,145			
Politik Katılım	Gruplar Arası	2,704	0,901	5,232	0,002
	Gruplar İçi	23,602	0,172		
	Toplam	26,306			
Temel Düzey Politik Katılım	Gruplar Arası	0,719	0,166	1,635	0,184
	Gruplar İçi	13,731	0,102		
	Toplam	14,450			
Yüksek Düzey Politik Katılım	Gruplar Arası	3,603	1,201	5,159	0,002
	Gruplar İçi	31,894	0,233		
	Toplam	35,497			
Sosyal Medya Algısı	Gruplar Arası	0,886	0,295	2,114	0,047
	Gruplar İçi	36,323	0,265		
	Toplam	37,209			
Siyasal İletişim	Gruplar Arası	2,963	0,988	3,986	0,009
	Gruplar İçi	33,949	0,248		
	Toplam	36,913			
Fikir Özgürlüğü	Gruplar Arası	0,104	0,035	0,100	0,960
	Gruplar İçi	47,708	0,348		
	Toplam	47,812			
Siyasal Takip	Gruplar Arası	2,240	0,747	0,595	0,619
	Gruplar İçi	172,018	1,256		
	Toplam	174,259			

Bu bağlamda, katılımcıların en sık kullandığı sosyal medya aracının, politik ilgi düzeyleri üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkisi olduğu ($F=3,030$; $p=0,032$, $p<0,05$) sonucu ortaya çıkmıştır. Benzer olarak, katılımcıların kullanmış olduğu sosyal medya araçlarının, politik katılım ($F=5,232$; $p=0,002$, $p<0,05$) ile politik katılımın alt boyutu olan yüksek düzey politik katılım ($F=5,159$; $p=0,002$, $p<0,05$) üzerinde istatistikî olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmesine rağmen, temel düzey politik katılım üzerinde anlamlı bir etkinin var olmadığı ($F=1,635$; $p=0,184$, $p>0,05$) görülmüştür.

Ayrıca, en sık kullanılan sosyal medya aracının, siyasal açıdan sosyal medya algısı ($F=2,114$; $p=0,047$, $p<0,05$) ile siyasal açıdan sosyal medya algısının alt boyutu olan siyasal iletişim üzerinde ($F=3,986$; $p=0,009$, $p<0,05$) istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu dikkat çekmiş olup; diğer alt boyutlar olan fikir özgürlüğü ($F=0,100$ $p=0,960$, $p>0,05$) ve siyasal takip ($F=0,595$; $p=0,619$, $p>0,05$) üzerinde ise istatistikî olarak herhangi anlamlı bir etkinin var olmadığı tespit edilmiştir. Buradan hareketle, en sık kullanılan sosyal medya uygulamasının, diğer hangi uygulamalara göre anlamlı olduğunu incelemek suretiyle gerçekleştirilen Tukey Testi sonucuna Tablo 14'te yer verilmiştir.

Tablo 14.

En Sık Kullanılan Sosyal Medya Uygulaması ve Tukey Testi Sonuçları

Ölçek/Boyutlar	Siyasi Deneyim	\bar{X}	Ss	F	Fark
Politik İlgi	Facebook (1)	3,6034	,44040	3,030	2>1,3
	Instagram (2)	3,9000	,46555		
	Twitter (3)	3,7609	,45389		
	Diğer (4)	3,7619	,51355		
Politik Katılım	Facebook (1)	4,5309	,40736	5,232	1>3
	Instagram (2)	4,3360	,46228		
	Twitter (3)	4,1646	,40374		
	Diğer (4)	4,3117	,39661		
Yüksek Düzey Politik Katılım	Facebook (1)	4,4356	,47207	5,159	1>3
	Instagram (2)	4,1981	,53702		
	Twitter (3)	4,0127	,47674		
	Diğer (4)	4,2063	,45679		
Sosyal Medya Algısı	Facebook (1)	4,0578	,49369	1,114	1>3,4
	Instagram (2)	4,0000	,49916		
	Twitter (3)	3,8636	,53395		
	Diğer (4)	3,8889	,61941		
Siyasal İletişim	Facebook (1)	4,6400	,50733	3,986	1>3,4
	Instagram (2)	4,6087	,41013		
	Twitter (3)	4,3122	,53507		
	Diğer (4)	4,3810	,50395		

Bu bağlamda, Instagram ($\bar{X}=3,9000$)'m, katılımcıların politik ilgi düzeylerinde, Facebook ($\bar{X}=3,6034$) ve Twitter ($\bar{X}=3,7609$)'a göre daha yüksek düzeyde anlamlılık gösterdiği dikkat çekmiştir. Yanı sıra, Facebook'un, katılımcıların politik katılım ($\bar{X}=4,5309$) ve yüksek düzey politik katılım ($\bar{X}=4,4356$) düzeylerinde, Twitter ($\bar{X}=4,1646$; $\bar{X}=4,0127$)'a kıyasla daha yüksek anlamlılık içerdiği bulunmuştur. Son olarak, Facebook'un, katılımcıların siyasal açıdan sosyal medya algısı ($\bar{X}=4,0578$) ve siyasal iletişim ($\bar{X}=4,6400$) düzeylerinde, Twitter ($\bar{X}=3,8636$; $\bar{X}=4,3122$) ve diğer ($\bar{X}=3,8889$; $4,3810$) sosyal medya uygulamalarına göre daha yüksek düzeyde anlamlılık gösterdiği ortaya çıkmıştır.

BÖLÜM V

5. TARTIŞMA VE YORUM

Bu bölümde, araştırma kapsamında gerçekleştirilmiş olan analiz sonucunda elde edilen bulgular tartışılmış ve yorumlanmıştır. Bulgular, araştırmanın amacı doğrultusunda ilgili benzer araştırmalar ile karşılaştırılmıştır.

5.1. Politik İlgi ve Politik Katılım

Araştırmada, belediye meclis üyelerinin politik ilgi düzeylerinin, politik katılım ile arasındaki ilişkiyi incelemek suretiyle gerçekleştirilen analiz sonucunda, politik ilginin, politik katılım ile arasında pozitif ve yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuş ($p=0,000$, $p<0,05$) olup; katılımcıların politik ilgi düzeyi arttıkça, politik katılım düzeylerinin de arttığı dikkat çekmiştir. Bu bağlamda, elde edilen sonucun, ilgili literatürde gerçekleştirilmiş olan çalışmalar ile benzer sonuçlara sahip olduğu tespit edilmiştir (Reichert, 2018, s. 459; Prior ve Bougher, 2018, s. 822).

Yanı sıra, ilgili kavramların yüksek düzeyde ilişkili olmasının temel sebebinin, belediye meclis üyelerinin aktif olarak siyasette yer alması olarak öngörülmektedir. Diğer bir ifadeyle, kentleşme sürecinde ve yerel birimleri ilgilendiren bütün etkinlik ve politikadaki karar alma süreçlerinde yer alan belediye meclis üyeleri, politika ile iç içe olmakta ve bu durum, onların katılımında kritik öneme sahip olmaktadır.

5.2. Siyasal Açından Sosyal Medya Algısı ve Politik İlgi

Gerçekleştirilen analiz sonucunda, siyasal açıdan sosyal medya algısının politik ilgi ile arasında pozitif ve zayıf düzeyde anlamlı bir ilişkinin var olduğu dikkat çekmiştir ($p=0,000$, $p<0,05$). Bu kapsamda, katılımcıların sosyal medya kullanımı arttıkça, politik ilgi düzeylerinin de arttığını söylemek mümkün olmaktadır. Nitekim, ilgili literatürde de çalışmada elde edilen sonuçların benzerlerinin var olduğu görülmüştür (Holt, Shehata, Strömbäck ve Ljungberg, 2013, s. 19; Bode, 2015, s. 24).

Diğer taraftan, günümüzün dijital mimarileri olan sosyal medya araçlarının gün geçtikçe önem kazanması ve politikanın sosyal medyada vazgeçilmez bir husus olduğu düşüncesinden hareketle, yerel siyasetin kritik belirleyicileri, belediye meclis üyelerinin sosyal medyayı aktif olarak kullanmasının politik ilgi düzeylerini artırdığı

düşünülmektedir. İlave olarak, siyasette yaşanan gelişmelerin hızlı bir şekilde yayılmasına olanak sağlayan sosyal medya, politikaya olan ilgiyi daimî olarak canlı tutmakta ve belediye meclis üyelerinin gündemi anlık olarak takip etmesinde kritik bir enstrüman olarak ön plana çıkmaktadır.

5.3. Siyasal Açıdan Sosyal Medya Algısı ve Politik Katılım

Araştırma kapsamında, siyasal açıdan sosyal medya algısının, politik katılım ile arasında pozitif ve orta düzeyde anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu dikkat çekmiştir ($p=0,000$, $p<0,05$). Bu doğrultuda, belediye meclis üyelerinin siyasal açıdan sosyal medya algı düzeyleri arttıkça, politik katılım düzeylerinin de arttığı gözlemlenmiştir. Nitekim, ilgili literatür incelendiğinde, sosyal medya ve politik katılım arasındaki ilişkiye ait benzer sonuçların var olduğu tespit edilmiştir (Rainie, Smith, Schlozman, Brady ve Verba, 2012, s. 2; Kim ve Chen, 2016, s. 320; Ahmad vd., 2019, s. 1; Getachew ve Beshah, 2019, s. 487).

Diğer taraftan, siyasal açıdan sosyal medya algısının bir alt boyutu olan fikir özgürlüğünün, politik ilgi ($p=0,188$, $p>0,05$) ve politik katılımın alt boyutu olan temel düzey politik katılım ($p=0,159$, $p>0,05$) ile arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin var olmadığı bulunmuştur. Fikir özgürlüğünün istatistiksel olarak anlamlı olmamasının temel nedeninin, genel olarak siyasi elitlerin parti içerisindeki sert söylemleri ve tutumlarının bir sonucu olması şeklinde çıkarımda bulunulabilmektedir.

Dahası, politikanın, sosyal paylaşım siteleri aracılığıyla çevrimiçi olarak yaşandığı günümüzde, sosyal medya ve siyasetin giderek entegre olacağı tespit edilmiştir. Bu bağlamda, sosyal medyanın politikada yeni bir yaptırım ve yeni bir politik risk unsuru olacağı düşünülmektedir. Örneğin, ABD ve İran'ın tarihsel olarak yaşamış olduğu gerilimler dolayısıyla var olan düşmanlıklarının (Ekren, 2017, s. 152) da sosyal medyada yeni bir boyut kazandığı ve yaşanan son gelişmelerin ardından, İran dini lideri Ayetullah Ali Hamaney'in Twitter hesabının askıya alındığı görülmüştür (www.hurriyet.com.tr, Erişim Tarihi: 11.01.2020). Nitekim sosyal medyaya erişimin kısıtlanması, fikir özgürlüğünü ve gerek resmi gerekse resmi olmayan bilginin edinilmesini de engellemektedir.

5.4. Politik İlgi ile Politik Katılım Arasındaki İlişkide Siyasal Açından Sosyal Medya Algısının Aracılık Rolü

Araştırmaya dâhil olan belediye meclis üyelerinin politik ilgi düzeyinin, politik katılım ile arasındaki ilişkide siyasal açıdan sosyal medya algısının aracılık rolünü incelemek suretiyle gerçekleştirilen analiz sonucunda, siyasal açıdan sosyal medya algısının ilgili ölçekler arasında kısmi aracılık etkisi yarattığı dikkat çekmiş ($\Delta R^2 = 0,18$, $p < 0,05$) ve bu aracılık rolünün anlamlı olduğu sonucu ortaya çıkmıştır ($p = 0,01$, $p < 0,05$). Bu çerçevede, sosyal medyanın politik ilgi oluşturarak politik katılımın oluşmasında kilit bir öneme sahip olduğu düşünülmektedir. Ek olarak, politik ilgisi olan bireylerin, politikaya katılım sürecinde sosyal medyanın dijital mimarilerinden faydalanarak bahse konu süreçte daha etkin, etkili verimli bir şekilde yer aldığı kabul edilmektedir.

5.5. Demografik Değişkenler ve İlgili Ölçekler

İlgili hipotezlerin yanı sıra, belediye meclis üyelerinin demografik değişkenlerinin bahse konu ölçeklere göre anlamlı farklılığını ölçmek suretiyle gerçekleştirilen analiz kapsamında, yaş etmeninin politik ilgi ($p = 0,139$, $p > 0,05$), politik katılım ($p = 0,326$, $p > 0,05$) ve siyasal açıdan sosyal medya algısına ($p = 0,834$, $p > 0,05$) göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık içermediği tespit edilmiştir. Bu çerçevede, yerel siyasetin ana belirleyicileri olan belediye meclis üyelerinin yaş etmenine bakılmaksızın politikaya ilgi gösterdiği, politik katılım gerçekleştirdiği ve siyasal açıdan sosyal medya algısına sahip olduğu varsayılmaktadır.

Katılımcıların cinsiyetinin, politik ilgi ($p = 0,961$, $p > 0,05$) ve politik katılıma ($p = 0,557$, $p > 0,05$) göre anlamlı bir farklılık içermediği görülmüştür. Ancak, cinsiyet etmeninin, siyasal açıdan sosyal medya algısına göre anlamlı bir farklılık içerdiği ($p = 0,043$, $p < 0,05$) gözlemlenmiş ve erkek katılımcıların ($\bar{X} = 3,9231$) sosyal medya algısının, kadın katılımcılara kıyasla ($\bar{X} = 3,9206$) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu çerçevede, gerek kadın bireylerin gerekse erkek bireylerin politik ilgi ve politik katılım düzeylerinin cinsiyete göre bir değişiklik göstermediği sonucu elde edilmiştir. Ancak cinsiyet etmeninin, siyasal açıdan sosyal medya algısına göre erkek katılımcılarda daha yüksek çıkmasının, kadın belediye meclis üyelerinin sayısal anlamda az olması olarak düşünülmektedir.

Katılımcıların medeni durumunun, politik ilgi düzeylerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği ($p=0,049$, $p<0,05$) ve bekâr katılımcıların ($\bar{X}=4,0185$) politik ilgi düzeyinin, evli katılımcılara ($\bar{X}=3,6755$) kıyasla daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bu bağlamda, bekâr bireylerin, evli bireylere göre daha az sorumluluk sahibi olduğu ve politikaya daha fazla zaman ayırarak politika ile ilgilenebildiği varsayılmaktadır. Diğer taraftan, katılımcıların medeni durumunun politik katılım ($p=0,557$, $p>0,05$) ve siyasal açıdan sosyal medya algısına ($p=0,232$, $p>0,05$) göre istatistikî olarak anlamlı bir farklılık içermediği gözlemlenmiş olup; böylesine bir sonucun Arslan, Özbozkurt, Yeşilkuş ve Özbozkurt (2019, s. 205)'un sosyal medya mecralarından birisi olan Twitter'da politik katılımı araştırdıkları çalışma ile benzer sonuçlar gösterdiği dikkat çekmiştir.

Katılımcıların eğitim durumunun, politik ilgi ($p=0,356$, $p>0,05$), politik katılım ($p=0,278$, $p>0,05$) ve siyasal açıdan sosyal medya algısına ($p=0,951$, $p>0,05$) göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık içermediği görülmüştür. Bu doğrultuda, araştırmaya dâhil olan belediye meclis üyelerinin eğitim durumu gözetmeksizin politikaya ilgi duyarak politik katılımı gerçekleştirmekte ve benzer bir şekilde siyasal açıdan sosyal medya algısına sahip olmaktadır.

Katılımcıların siyasi deneyimlerinin politik ilgi ($p=0,096$, $p>0,05$) ve siyasal açıdan sosyal medya algısına ($p=0,056$, $p>0,05$) göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Bu kapsamda, katılımcıların aktif olarak siyasette yer alması bunun bir nedeni olarak açıklanabilmektedir. Analiz kapsamında, katılımcıların siyasi deneyiminin politik katılıma göre anlamlı bir farklılık gösterdiği ($p=0,018$, $p<0,05$) ve 6-10 yıl ($\bar{X}=4,2353$) ve 11-15 yıl ($\bar{X}=4,1797$) siyasi deneyime sahip olan katılımcıların, 1-5 yıl ($\bar{X}=4,1236$) siyasi deneyime sahip olan katılımcılara göre politik katılım düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bu açıdan, siyasi deneyimin artmasıyla politik katılım düzeyinin de arttığı düşünülmektedir.

Araştırmaya dâhil olan belediye meclis üyelerinin en sık kullandığı sosyal medya aracının politik ilgi ($p=0,032$, $p<0,05$), politik katılım ($p=0,002$, $p<0,05$) ve siyasal açıdan sosyal medya algısına göre istatistikî olarak anlamlı bir farklılık içerdiği ($p=0,047$, $p<0,05$) sonucu ortaya çıkmıştır. Buradan hareketle, hızlı iletişim ve etkileşimin oluşmasına fırsat sağlayan sosyal medya araçlarının politik ilgi, politik katılım ve siyasal açıdan sosyal medya kullanımında etkin rol oynadığı görülmüştür. Diğer taraftan, katılımcıların politik ilgi düzeylerinde Instagram ($\bar{X}=3,9000$)'ın,

Facebook ($\bar{X}=3,6034$) ve Twitter ($\bar{X}=3,7609$)'a göre daha yüksek düzeyde anlamlılık gösterdiği dikkat çekmiştir. Bunun nedeninin, belediye meclis toplantılarının Instagram üzerinden canlı yayın gerçekleştirilerek şeffaf bir şekilde kamuoyu ile paylaşılması, katılımcıların diğer belediyelerde gerçekleşen toplantılara da kolaylıkla dâhil olabilmesi ve bu doğrultuda yerel, bölgesel ve hatta ulusal düzlemde alınan kararlardan geri kalmaması olarak açıklanabilmektedir.

Katılımcıların politik katılım düzeylerinde, Facebook ($\bar{X}=4,5309$)'un, Twitter ($\bar{X}=4,1646$)'a kıyasla daha etkili bir araç olduğu görülmüştür. Ayrıca, Facebook ($\bar{X}=4,0578$)'un katılımcıların siyasal açıdan sosyal medya algı düzeyinde, Twitter ($\bar{X}=3,8636$) ve diğer ($\bar{X}=3,8889$) sosyal medya uygulamalarına göre daha yüksek düzeyde anlamlılık gösterdiği ortaya çıkmıştır. Bu durum ise Facebook'un, diğer uygulamalara göre daha önce kurulması ve Türkiye genelinde gündem ve gelişmelerin takip edildiği bir platform olduğu düşüncesinden hareketle, meclis üyelerinin, Facebook üzerinden çevrimiçi katılıma yönelmesi olarak açıklanabilmektedir. İlave olarak, Facebook'un, bireylerin kendilerini etkileyebilecek yasalar hakkında yorum yapabileceği, önerilen yeni bir yasayı veya değişikliği tanımlayarak, daha sonra önerilen yasaya ilişkin öngörü ve ilgisi olan insanların aynı grup içerisinde yer alabileceği bir sistemin oluşmasına dair patent başvurusunda bulunması (technotoday.com, Erişim tarihi: 07.01.2020), politik katılımın Facebook aracılığıyla gerçekleşmesine olanak sağlayabilmektedir.

BÖLÜM VI

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölümde, araştırma doğrultusunda elde edilen genel değerlendirme, sonuçlar ile araştırma sonuçları göz önünde bulundurulmak suretiyle önerilere yer verilmiştir.

6.1. Sonuç

Doğası gereği birbiriyle örtüşen ve birbirine bağlı bir alan olan siyaset, sosyal bir faaliyet olmakta ve monolog değil, bir diyalog olarak nitelendirilmektedir (Heywood, 1997/2017, ss. 22-23). Bu bağlamda, siyaset kelimesinin yerine kullanılan politika kavramı (Dursun vd., 2013, s. 4), bir çatışma yaşamı ve bireylerin, çevresiyle aktif ilişki içerisinde olması olarak tanımlanmakla birlikte (Lasswell, 1950, s. 411); yalnızca bireyler arasında bir çatışma, mücadele ve kavga değil, aynı zamanda bir uzlaşma olarak da ifade edilmektedir (Kapani, 2007, ss. 17-20).

Bireyler, siyasal olaylar dâhil olmak üzere çevresindeki olayları izleyerek ve bahse konu olayları takip ederek politikaya ilgi göstermektedir. Politik ilgi, demokratik süreçlerin ilerleyebilmesinde hayati öneme sahip olmakla birlikte vatandaşların politik katılımına etki eden ana motivasyon kaynağı olarak kabul edilmektedir. Bu çerçevede, politik katılımın, bireyin siyasal sistemle kurmuş olduğu ilgi sonucu ortaya çıkan ilişkiler bütünü olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Buradan hareketle, politik ilgi ile politik katılım arasında anlamlı bir ilişkinin varlığından söz etmek mümkün olmaktadır.

Açık bir ifadeyle, siyasal katılım, bireyin siyasal sistem karşısındaki durumunu, tutumunu ve davranışlarını gösteren önemli bir kavramdır. Öte yandan yurttaşların siyasal sistem karşısındaki tutumları, davranışları çeşitlilik arz eder. Aynı zamanda seçmen olan vatandaşın bazıları, siyasal sistemi olduğu gibi kabul eder ve davranışlarını siyasal sistemin gereklerine göre ayarlamaya özen gösterirler. Diğer yandan bazıları ise sistemi düzeltmek, değiştirmek için çaba harcarlar. Bir başka deyişle seçmenlerin bir kısmı siyasal sistemle yakından ilgilenirken, diğer bir kısmının ise ilgileri azdır. Bunlar siyasal sisteme pek az katılırlar. Oysaki içinde yaşanan cumhuriyet katılımcı bir demokrasidir. Bu açıdan katılımcı bir demokrasi olan cumhuriyetin, bireylere sunmuş olduğu bilgi edinme ve fikir özgürlüğü hakkı önem taşımaktadır.

Diğer taraftan, günümüzde sosyal medyanın her geçen gün artan kullanım oranı, demokratik bilgilerin yayılması noktasında önemli olmakta ve sosyal medya aracılığıyla “çevrimiçi katılım” önem arz etmektedir. Ek olarak, sosyal medyanın, etkileşim kolaylığı sağlaması suretiyle zaman ve mekân kısıtlaması olmadan bireylerin politikaya ilgi duyması aktif bir şekilde dâhil olmasında öncü bir araç olmaktadır. Bu bağlamda, sosyal medyanın gerek politik ilgi gerekse politik katılım ile arasında anlamlı bir ilişki içerisinde bulunması ve politik ilgi ile politik katılım arasındaki ilişkide aracılık rolüne sahip olmasının, sosyal medyanın, çevrimiçi politikada kritik rol oynadığının açıkça bir göstergesi olmaktadır.

Bununla birlikte, bu tez çalışmasının başlıca bileşenleri olan politik ilgi ve politik katılıma ilişkin bilimsel araştırmaların tüm dünyada dikkat çekmesine rağmen Türkiye’de akademik açıdan yeterli ilgiyi görmediği gözlemlenmiştir. Bu çalışmada aracılık rolü incelenen-sosyal medyanın ise daha çok pazarlama alanındaki araştırmalara konu olduğu, politikadaki gücü ve etkisinin yeterince göz önünde bulundurulmadığı müşahede edilmiştir. Ayrıca, üstlendikleri önemli görevler doğrultusunda yerel siyasetin önemli birer belirleyicisi olan belediye meclis üyeleri üzerindeki araştırmaların kısıtlı düzeyde kaldığı ortaya konulan alan araştırmasıyla görülmüştür.

Buradan hareketle bu çalışmada, sosyal medyanın, siyasal açıdan algısına ilişkin bireylerin politik ilgi ve politik katılım düzeylerinde aracılık rolü oynadığına dair nicel olarak araştırma yapılmış ve gerçekleştirilmiş olan analiz sonucunda politik ilgi ile politik katılım arasında güçlü ve pozitif yönde bir ilişkinin var olduğu dikkat çekmiştir. Bu açıdan, politik ilgi arttıkça politik katılımın da aynı doğrultuda arttığı tespit edilmiş ve H₁ hipotezinin desteklendiği ortaya çıkmıştır.

Siyasal açıdan sosyal medya algısının, politik ilgi ile ilişkisi test edildiğinde zayıf ve pozitif yönde; politik katılım ile güçlü ve pozitif yönde bir ilişkinin var olduğu bulunmuştur. Benzer bir şekilde, siyasal açıdan sosyal medya algısının artmasıyla bireylerin gerek politik ilgi gerekse politik katılım düzeylerinin de arttığı gözlemlenmiş olup; H₂ ve H₃ hipotezlerinin de bu çalışma kapsamında desteklendiği sonucu ortaya çıkmıştır.

Dahası, bu çalışmanın temelini oluşturan siyasal açıdan sosyal medya algısının aracılık rolüne ilişkin gerçekleştirilen analiz sonucunda ise, politik ilgi ile politik katılım arasındaki ilişkide sosyal medyanın kısmî aracı olduğu tespit edilmiştir. Açık bir ifadeyle, sosyal medyanın, politik ilginin oluşmasında ve politik ilginin katılıma dönüşmesinde hem doğrudan bir etkisi bulunmakta hem de politikaya olan ilginin,

sosyal medya uygulamaları aracılığıyla politik katılımın çevrimiçi platformlara aktarılabilmesi hususunda aracı etkisi var olmaktadır. Bu bağlamda, çalışma kapsamında kurulmuş olan H₄ hipotezinin de desteklendiği dikkat çekmiştir.

Çalışma kapsamında kurulmuş hipotezlere ek olarak, ilgili ölçekler ve demografik değişkenler de incelenmiş ve politik ilgi, politik katılım ve siyasal açıdan sosyal medya algısının yaş ve eğitim durumu etmenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği bulunmuştur. Bununla birlikte politik ilgi ve politik katılımın, cinsiyet etmenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği; siyasal açıdan sosyal medya algısının ise cinsiyet etmenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği ve bu doğrultuda erkek katılımcıların siyasal açıdan sosyal medya algısının, kadın katılımcılara kıyasla daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir.

Ayrıca, politik ilginin, medeni durum etmenine göre istatistikî olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği ve bekâr katılımcıların politik ilgi düzeyinin, evli katılımcılara kıyasla daha yüksek olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Ancak, politik katılım ve siyasal açıdan sosyal medya algısının medeni durum etmenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık içermediği dikkat çekmiştir.

Politik ilgi ve siyasal açıdan sosyal medya algısının, siyasi deneyim etmenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği; politik katılımın, siyasi deneyim etmenine göre istatistikî olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bu çerçevede, 6-10 yıl ve 11-15 yıl siyasi deneyime sahip olan katılımcıların, 1-5 yıl siyasi deneyime sahip olan katılımcılara göre politik katılım düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucu bulunmuştur.

Son olarak, politik ilgi, politik katılım ve siyasal açıdan sosyal medya algısının, araştırmaya dâhil olan belediye meclis üyelerinin en sık kullandığı sosyal medya aracına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık içerdiği sonucu ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda, katılımcıların politik ilgi düzeylerinde Instagram'ın, Facebook ve Twitter'a göre daha yüksek düzeyde anlamlılık gösterdiği dikkat çekmiştir. Yanı sıra, katılımcıların politik katılım düzeylerinde, Facebook'un, Twitter'a kıyasla daha etkili bir araç olduğu görülmüştür. Ayrıca, Facebook'un katılımcıların siyasal açıdan sosyal medya algı düzeyinde, Twitter ve diğer sosyal medya uygulamalarına göre daha yüksek düzeyde anlamlılık gösterdiği gözlemlenmiştir.

6.2. Öneriler

Siyasal partiler hem modern siyasal yaşamın hem de katılımcı demokrasinin olmazsa olmazlarından. Siyasal parti, programını uygulamak ve üyelerini iktidara getirmek amacıyla hükümetin kontrolünü sağlamaya çalışan organize bir insan topluluğudur. Ancak Türkiye Cumhuriyeti ikinci dalga bir demokrasi olduğu cihetle henüz lider sultasını kuramamıştır. Diğer bir ifadeyle Türkiye'deki partiler, hem otoriter hem de totaliter zihniyetlere yatkın lider odaklı partilerdir. Parti liderlerinin agresif söylem ve tutumlarının, yerel siyasete yansıtılmaması, klasik demokrasinin olmazsa olmazlarından. Bu bağlamda, siyasette, korku yayılan bir ortam oluşturulmasının aksine ülke yönetimine ilişkin bilginin halka aktarılması ve halkın, siyasi elitler kanalıyla ülke yönetimine dair bilgiyi edinebilmesi, iyi yönetim hususunda da etkili bir unsur olabileceği düşünülmektedir.

Bu çalışma için belirlenmiş olan araştırma evrenini, Mersin ilindeki ilçe belediyelerinde meclis üyeliği görevini gerçekleştiren katılımcıların tamamı oluşturduğundan, araştırmacıların gelecekteki araştırmalarını farklı illerdeki belediye meclis üyeleri veya parti üyeleri ile gerçekleştirilmesi faydalı olabileceği değerlendirilmektedir. Farklı illerde benzer çalışmaların gerçekleştirilmesi ile de araştırma sonuçlarının bu araştırmadan ortaya çıkan sonuçlar ile karşılaştırılması mümkün olabileceği, bunun da siyaset bilimine büyük katkılar sağlayabileceği düşünülmektedir. Buradan hareketle, araştırmacılara, gerçekleştirilen bu çalışmanın benzerlerinin artırılması ile ilgili literatüre katkı sunulması ve bu alanda gerek nicel gerekse nitel çalışmaların artırılması tavsiye edilmektedir.

Diğer taraftan, politik ilginin politik katılım ile ilişkisinde sosyal medyanın çok önemli bir düzeyde aracılık rolüne sahip olması ve gelecekte de artarak önemini devam ettireceği hususundan hareketle, gerek siyasal iletişimin sağlam zeminde yürütülmesi, gerekse partilerine olan ilginin artırılması amacıyla belediye meclis üyelerinin bağlı oldukları siyasi partilerin dijital mimariye daha çok önem vermesi ve bu açıdan sosyal medya mecralarından daha etkin bir şekilde faydalanılmasının gereklerine inanılmaktadır.

7. KAYNAKÇA

- Aalen, L., Kotsadam, A., & Villanger, E. (2019). Family law reform, employment, and women's political participation in Ethiopia. *Social Politics: International Studies in Gender, State & Society*, 26(2), 299-323.
- Abbas, J., Aman, J., Nurunnabi, M., & Bano, S. (2019). The impact of social media on learning behavior for sustainable education: Evidence of students from selected universities in Pakistan. *Sustainability*, 11(6), 1683-1705.
- Adegbola, O., & Gearhart, S. (2019). Examining the relationship between media use and political engagement: A comparative study among the United States, Kenya, and Nigeria. *International Journal of Communication*, 13, 1231-1251.
- Ahmad, T., Alvi, A., & Ittefaq, M. (2019). The use of social media on political participation among university students: An analysis of survey results from Rural Pakistan. *SAGE Open*, 9(3), 1-9. Doi: 10.1177/2158244019864484
- Ahmad, A. (2017). Masculine politics and women political participation in Punjab, Pakistan. Doctoral dissertation, Government College University.
- Aktan, C. C. (2016). İdeal bir siyasal yönetim arayışı ve anayasal demokrasi. *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 1-20.
- Aktan, E. (2017). *Sosyal medya ve siyasal katılım*. Eğitim Yayınevi.
- Aldemir, C., & Budak, C. (2018). Cam tavanı kırmak: Parlamentoda cinsiyet kotası. *Eğitim Bilim Toplum Dergisi*, 16(61), 37-64.
- Alhabash, S., & Ma, M. (2017). A tale of four platforms: Motivations and uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among college students?. *Social Media+ Society*, 3(1).
- Altan, C. (2011). Eğitim, siyasal eğilim ilişkisi: Mersin örneği. *CÜ İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12(1), 313-329.
- Althusius, J. (1964). *The politics of Johannes Althusius*. Boston: Beacon Press
- Aristoteles. (Çev. 1975). *Politika* (M. Tunçay, Çev.). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Armağan, S. (1967). Türkiye'de parlamento seçimleri. *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*, 33(3), 58-71.
- Arslan, E., Özbozkurt, O. B., Yeşilkuş, F., & Özbozkurt, N. (2019). Political participation on Twitter: An empirical survey on journalists. Al Farabi, 6th International Conference on Social Sciences, 197-211.

- Arklan, Ü. (2016). Sosyal medyanın siyasal amaçlı kullanımı: Ağ kuşağının kullanım alışkanlıkları üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(2), 618-657.
- Akyüz, Ü. (2009). Siyaset ve ahlak. *Yasama Dergisi*, 11(1), 93-129.
- Aydın, A. (2019). Siyasal katılım araçları üzerinden merkezi ve yerel düzeydeki katılımın incelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10(2), 395-403.
- Aziz, A. (2011). *Siyasette etkili iletişim teknikleri*. İstanbul: Başlık Yayın. ISBN: 978-605-62061-3-9.
- Baykal, T. (2018). Türkiye’de ilk seçimler ve yasal dayanakları. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 7(2), 190-205.
- Baykal, T., Baykal, H., & Özbey, M. (2018). 1919 seçimlerinin Türk basınındaki yansımaları. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 7(2), 214-229.
- Beauregard, K. (2014). Gender, political participation and electoral systems: A Cross-national analysis. *European Journal of Political Research*, 53(3), 617-634.
- Beyers, J., Eising, R., & Maloney, W. (2008). Researching interest group politics in Europe and elsewhere: Much we study, little we know?. *West European Politics*, 31(6), 1103-1128.
- Bode, L. (2015). Political news in the news feed: learning politics from social media. *Mass Communication and Society*, 19(1), 24-48.
- Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*, 18(5), 524-538.
- Bryman, A., & Cramer, D. (2002). *Quantitative data analysis with SPSS release 10 for Windows: A guide for social scientists*. USA: Routledge. ISBN: 0-203-47154-7.
- Burkhart, J., Eisenstein, J., Fleming, T., & Kendrick, F. (1973). *Strategies for political participation*. New York: Winthrop Publishers.
- Carlsson, U., & Weibull, L. (2018). Freedom of expression in the digital media culture: A Study of public opinion in Sweden. Sweden: Nordicom. ISBN: 978-91-87957-84-0.
- Choudhury, N. (2014). World wide web and its journey from web 1.0 to web 4.0. *International Journal of Computer Science and Information Technologies*, 5(6), 8096-8100.
- Chu, T. H., & Yeo, T. E. D. (2018). Rethinking social media and political engagement: An examination of the disconnective practices of politically active youths in

- Hong Kong. In Proceedings of the 9th International Conference on Social Media and Society, 41-50. Doi: 10.1145/3217804.3217896
- Conge, P. J. (1988). The concept of political participation: Toward a definition. *Comparative Politics*, 20(2), 241-249.
- Curry, K. E. (2018). Politics in the social media era: the relationship between social media use and political participation during the 2016 United States Presidential Election. *Dissertations and theses*. Paper 4506. Doi: 10.15760/etd.6390
- Çağlar, N., & 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.
- Çakır, H., & Tufan, S. (2016). Siyasal iletişim sürecinde sosyal medya: Türkiye’de siyasi liderlerin Instagram kullanım pratikleri üzerine bir inceleme. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 41(2), 7-28.
- Çam, E. (2005). *Siyaset bilimine giriş*. İstanbul: Der Yayınları. ISBN: 9789753530941
- Çevikbaş, R. (2008). Türkiye’de yerel yönetimlerde yerel özerklik ve idari vesayet. *Yerel Siyaset Dergisi*, 32, 74- 86.
- Çukurçayır, M. A., & Gökçe, G. (2004). Yerel siyaset ve katılma davranışı: Konya’da katılım eğilimleri. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2(3), 126-146.
- Dahl, R. A. (1963). *Modern political analysis*. Englewood Cliffs, Prentice-Hall, Inc.
- Daver, B. (1976). *Siyaset bilimine giriş*. Ankara: Kalite Matbaası.
- Daver, B. (1988). Seçim sistemi ve anayasa yargısı. *Anayasa Yargısı Dergisi*, 5, 131-147.
- Dilber, F. (2013). Siyasal katılıma etki eden psikolojik faktörler ve seçmen tercihinin etkisi: Karaman seçmenleri üzerine bir alan araştırması. *Akademik Bakış Dergisi*, 35, 1-21.
- Dostie-Goulet, E. (2009). Social networks and the development of political interest. *Journal of Youth Studies*, 12(4), 405-421.
- Dursun, D., Bayram, A. K., Söğütlü, İ., Bingöl, Y., Çaha, Ö., Demirel, T., & Beriş, H. E. (2013). *Siyaset bilimi*. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi.
- Duverger, M. (1972). *The study of politics*. New York: Crowell.
- Düz, B. (2018). *Referandum ile demokratik katılım tartışmasında Türkiye’ de Ak Parti örneği*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Ekren, A. (2017). 1979-1995 İran-ABD ilişkileri. *Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(1), 146-155.

- Ekström, M., & Östman, J. (2013). Information, interaction, and creative production: The effects of three forms of internet use on youth democratic engagement. *Communication Research*, 42(6), 796-818.
- El Rahman, S. A., AlOtaibi, F. A., & AlShehri, W. A. (2019). Sentiment analysis of Twitter data. In International Conference on Computer and Information Sciences, 1-4. Doi: 10.1109/74s efo.2019.8716464
- Erdoğan, E. (2015). Siyasal psikoloji siyasal katılım hakkında ne öğretebilir? Gezi Protestoları'na katılanlar üzerinden bir değerlendirme. *Siyasal Bilimler Dergisi*, 3(1), 31-58.
- Facebook Resmi Web Sitesi, https://tr-tr.facebook.com/pg/facebookapp/about/?ref=page_internal, Erişim Tarihi: 20.12.2019.
- Fountain, M. (2017). *Social media and its effects in politics: The factors that influence social media 74s efor political news and social media use influencing political participation*. Doctoral dissertation, The Ohio State University.
- Frieden, J. (2017). The politics of the globalization backlash: Sources and implications. Unpublished Manuscript, Department of Government, Harvard University.
- Gaile, S. M. (2013). The role and functions of social media in modern society. Is social media worthwhile for local media?. *Journalism Research*, 6, 43-62.
- Gandhi, J., & Lust-Okar, E. (2009). Elections under authoritarianism. *Annual Review of Political Science*, 12, 403-422.
- Gest, J. (2016). The new minority: White working class politics in an age of immigration and inequality. New York, NY: Oxford University Press. ISBN: 9780190632540.
- Getachew, A., & Beshah, T. (2019). The role of social media in citizen's political participation. In *International Working Conference on Transfer and Diffusion of IT Proceedings*, 487-496.
- Global Digital Report. (2019). Essential insights into how people around the world use the internet, mobile devices, social media, and E-Commerce. We Are Social, Hootsuite.
- Göker, G., & Doğan, A. (2011). 2010 Referandumunda türk basınının siyasal gündemi: Hürriyet, Haber Türk, Zaman ve Yeni Şafak örneğiyle. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2, 45-69.

- Gözler, K. (1988). Halkoylamasının değeri. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 40(14), 97-113.
- Gözler, K. (2017). Referandum mu, plebisit mi. *Türk Anayasa Hukuku Sitesi*. Erişim adresi: <http://www.Anayasa.Gen.Tr/plebisit.Pdf>.1-19.
- Graciyal, G., & Viswam, D. (2018). Freedom of expression in social media: A political perspective. *Resarch Review International Journal of Multidisciplinary*, 110-113.
- Güçdemir, Y., & Göksu, A. G. O. (2015). Sosyal medyanın siyasal iletişim aracı olarak kullanımı: Barack Obama'nın 2012 başkanlık seçim kampanyası ile Recep Tayyip Erdoğan'ın 2014 cumhurbaşkanlığı seçim kampanyasının incelenmesi. *İletişim Çalışmaları Der'in Yayınları*, 45-61.
- Güldiken, N., Kaya, G. (2004). Türk siyasal katılımında bir parametre: 12 Eylül 1980. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(2), 105-111.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M. & Sarstedt, M. (2017) A primer on partial least squares Structural equation modeling (PLS-SEM). 2nd Edition, Sage Publications Inc., Thousand Oaks, CA
- Heywood, A. (2017). *Siyaset* (B. B. Özipek, & B. Seçilmişoğlu, A. Yayla, & H. Y. Başdemir, Çev.). Ankara: Liberte Yayınları (Orijinal çalışma 1997 yılında yayımlanmıştır). ISBN: 978-975-250-015-3
- Hitendra, J. P. & Surwade, Y. P. (2018). Web technologies from web 2.0 to web 4.0. *IJSART*, 4(4), 810-814.
- Holt, K., Shehata, A., Strömbäck, J., & Ljungberg, E. (2013). Age and the effects of news media attention and social media use on political interest and participation: Do social media function as levellers?. *European Journal of Communication*, 28(1), 19-34.
- İnaç, H., & Ünal, F. (2015). Türkiye'de kamu yönetiminin denetlenmesinde yönetimde açıklığın önemi ve uygulama düzeyi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18, 1-22.
- Janelle, D. G. (2016). *Alienation and globalization. Book chapter of surviving globalism: The social and environmental challenges*. USA: Springer.
- Johnson, T. P. (2014). Snowball sampling: Introduction. Wiley StatsRef: Statistics Reference Online.
- Kalaycıoğlu, E. (2013). Siyasal katılmanın anatomisi. *Bilim Akademisi Derneği*, 34, 1-6.

- Kapani, M. (2007). *Politika bilimine giriş*. Bilgi Yayınevi. ISBN: 975-494-000-2.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Karadeniz, Y. (2018). Demokratik referandum ilkeleri ışığı altında Türkiye'deki 1987 halkoylamasına yönelik bir analiz. *Uluslararası Politik Araştırmalar Dergisi*, 4(2), 58-74.
- Karakartal, B. (1984). Bir siyasal katılma türü olarak referandum ve 1961 Türk anayasa referandumu. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 38(4), 161-206.
- Kaya, B. (2013). *Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının vatandaşlık algıları ile politik ilgi ve katılımları arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Doktora Tezi.
- Khan, M. Y., Javeed, A., Khan, M. J., Din, S. U., Khurshid, A., & Noor, U. (2019). Political participation through social media: Comparison of Pakistani and Malaysian youth. *Open Access Journal*, 7, 35532-35543. Doi: 10.1109/ACCESS.2019.2904553
- Keskin, S., & Sönmez, M. F. (2015). Liderler ve takipçileri: Siyasi parti liderlerinin Twitter performansları ve takip ilişkisi. *Selçuk İletişim*, 9(1), 339-362.
- Khanzode, C. A., & Sarode, R. D. (2016). Evolution of the World Wide Web: from Web 1.0 to 6.0. *International Journal of Digital Library Services*, 6(2), 1-11
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241-251.
- Kim, Y., & Chen, H. T. (2016). Social media and online political participation: The mediating role of exposure to cross-cutting and like-minded perspectives. *Telematics and Informatics*, 33(2), 320-330.
- Knutsen, C. H., Gerring, J., Skaaning, S. E., Teorell, J., Maguire, M., Coppedge, M., & Lindberg, S. I. (2018). Economic development and democracy: An electoral connection. *European Journal of Political Research*, 58(1), 292-314.
- Köken, E. (2016). Büyükşehir belediye meclisi. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 65(4), 3511-3528.
- Kroh, M. & Könnecke, C. (2014). Poor, unemployed, and politically inactive? *DIW Economic Bulletin*.
- Lane, R. E. (1965). *Political life*. New York: The Free Press.
- Lasswell, H. D. (1950). *Who gets what, when, how*. P. Smith. ISBN: 978-0844612775

- Lorenzini, J., & Giugni, M. (2012). Employment status, social capital, and political participation: A comparison of unemployed and employed youth in Geneva. *Swiss Political Science Review*, 18(3), 332-351. Doi:10.1111/j.1662-6370.2012.02076.x
- Lupia, A., & Philpot, T. S. (2005). Views from inside the net: How websites affect young adults' political interest. *Journal of Politics*, 67(4), 1122–1142.
- Mendelsohn, M., & Parkin, A. (2001). *Referendum democracy: Citizens, elites and deliberation in referendum campaigns*. Springer. ISBN: 978-1-4039-0096-8.
- Mesfin, B. (2008). Democracy, elections & political parties: A conceptual overview with special emphasis on Africa. *Institute for Security Studies Papers*, (166), 1-12.
- Milazzo, A., & Goldstein, M. (2017). Governance and women's economic and political participation: Power inequalities, formal constraints and norms. *The World Bank Research Observer*, 34(1), 34-64. Doi: 10.1093/wbro/lky006
- Milbrath, L. W. (1965). *Political participation: How and why do people get involved in politics?*. Chicago: Rand McNally College Publishing Company.
- Milbrath, L. W., & Goel, M. L. (1977). *Political participation. How and why do people get involved in politics*, Chicago: Rand McNally College Publishing Company.
- Musonera, E. (2018). Instagram: A photo sharing application. *Journal of the International Academy for Case Studies*.
- Nachmias, D. (1974). Modes and types of political alienation. *The British Journal of Sociology*, 25(4), 478-493.
- Nath, K., Dhar, S., & Basishtha, S. (2014). Web 1.0 to web 3.0-evolution of the web and its various challenges. In *2014 International Conference on Reliability Optimization and Information Technology (ICROIT)*, 86-89.
- Neumayer, C., & Farkas, J. (2018). Disguised propaganda from digital to social media. In *Second International Handbook of Internet Research*. Springer.
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., & Nielsen, R. (2019). Reuters Institute Digital News Report 2019. *Reuters Institute For The Study of Journalism*.
- Norris, P. (1997). *Political communications. In developments in British politics*, Palgrave, London. 75-88.
- Ohme, J., Marquart, F., & Kristensen, L. M. (2019). School lessons, social media and political events in a get-out-the-vote campaign: Successful drivers of political

- engagement among youth?. *Journal of Youth Studies*, 1-23. Doi: 10.1080/13676261.2019.1645311
- Okçabol, R. (2008). Globalization, political exclusion, and the role of NGOs with special reference to Turkey. *Boğaziçi Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 25(1), 9-23.
- Olgun, K. (2011). Türkiye’de cumhuriyetin İlanından 1950’ye genel seçim uygulamaları. *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, 27(79), 1-36.
- Olgun, K. (2012). Osmanlı Meclis-i Mebusanı’nda ara seçimler (1908-1912 Dönemi). *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, 82, 1-23.
- Olsen, M. E. (1969). Two categories of political alienation. *Social Forces*, 47(3), 288-299.
- Özbudun, E. (2000). Contemporary Turkish politics: Challenges to democratic consolidation.
- Özdemir, G. (2018). Huntington’un demokratikleşme dalgaları bağlamında türk demokratikleşmesine bakış ve 15 Temmuz’un önemi. *Türkiye Siyaset Bilimi Dergisi*, 1(1), 17-35.
- Özkan, T. (2012). *Demokratikleşme sürecinde Türkiye'nin referandumla sınanı*. Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi.
- Özkaynar, K., Altunışık, R., & Yolcu, T. (2017). Facebook ve Twitter kullanıcılarının siyasal katılım eğilimlerinin incelenmesi üzerine bir araştırma. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 5(5), 99-109.
- Parmelee, J. H., & Roman, N. (2019). Insta-Politics: Motivations for following political leaders on Instagram. *Social Media+ Society*, 5(2), 1-12. Doi: 10.1177/2056305119837662
- Parry, G., & Anderson, B. (1972). *Participation in politics*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Parry, G., Moyser, G., & Day, N. (1992). *Political participation and democracy in Britain*. Cambridge University Press. ISBN: 0-521-33602-3
- Persson, M. (2013). *Does education cause participation in politics?*. University of Gothenburg, Department of Political Science. ISBN: 978-91-628-8824-4
- Platon. (Çev. 2005). *Devlet* (C. Saraçoğlu, & V. Atayman, Çev.). İstanbul: Bordo Siyah Yayınevi. ISBN: 6053541813
- Podolnjak, R. (2015). Constitutional reforms of citizen-initiated referendum: Causes of different outcomes in Slovenia and Croatia. *Revus. Journal for Constitutional Theory and Philosophy of Law*, (26), 129-149.

- Pontes, A., Henn, M., & Griffiths, M. (2018). Towards a conceptualization of young people's political engagement: A qualitative focus group study. *Societies*, 8(1), 1-17.
- Prabhu, D. (2016). Application of Web 2.0 and Web 3.0: An overview. *International Journal of Research in Library Science*, 2(1), 54-62.
- Prior, M. (2010). You've either got it or you don't? The stability of political interest over the life cycle. *Journal of Politics*, 72, 747-766.
- Prior, M., & Bougher, L. D. (2018). "Like they've never, ever seen in this country"? Political interest and voter engagement in 2016. *Public Opinion Quarterly*, 82(1), 822-842.
- Rainie, L., Smith, A., Schlozman, K. L., Brady, H., & Verba, S. (2012). Social Media and Political Engagement. *Pew Internet & American Life Project*, 19, 2-13.
- Rebenstorf, H. (2004). Political interest—its meaning and general development. *In Democratic Development*, 89-93.
- Reichert, F. (2018). How important are political interest and internal political efficacy in the prediction of political participation? *International Journal of Social Psychology*, 33(3), 459-503.
- Richter, A., & Koch, M. (2008). Functions of social networking services. *From CSCW to Web 2.0: European Developments in Collaborative Design Selected Papers from COOP08*. 1-12.
- Robertson, C., Fernandez, L., & Shillair, R. (2019). The political outcomes of unfriending: Social network curation, network agreeability, and political participation. *SSRN Electronic Journal*, 1-36. Doi: 10.2139/ssrn.3426216
- Rothmund, T., & Otto, L., (2016). The changing role of media use in political participation. *Journal of Media Psychology*, 28, 97- 105. Doi: 10.1027/1864-1105/a000204
- Sanborn, H., Heuer, V. (2018). Internet use and political participation. In *CeDEM Asia 2018: Proceedings of the International Conference for E-Democracy and Open Government*; Edition Donau-Universität Krems.
- Sánchez-Vítores, I. (2018). Different governments, different interests: The gender gap in political interest. *Social Politics: International Studies in Gender, State & Society*, 1-22.
- Setala, M. T. (1997). *Theories of referendum and the analysis of agenda-setting*. Doctoral dissertation, London School of Economics and Political Science.

- Shani, D. (2009). *On the origins of political interest*. Doctoral dissertation, Princeton University.
- Shapland, C. (2015). *Explaining variations in political interest and participation amongst countries: a cross-national comparison*. Undergraduate Honors Theses.
- Shehata, A., & Amnå, E. (2017). The development of political interest among adolescents: A communication mediation approach using five waves of panel data. *Communication Research*, 1-23.
- Simidchieva, B. I., Engle, S., Clifford, M., Jones, A. C., Peisert, S., Bishop, M., Clarke, L. A. & Osterweil, L. J. (2010). Modeling and analyzing faults to improve election process robustness. 1-16.
- Singh, S. P. (2014). Not all election winners are equal: Satisfaction with democracy and the nature of the vote. *European Journal of Political Research*, 53(2), 308-327.
- Social Media Trends Report. (2019). Hootsuite's annual report on the latest global trends in social media. *Hootsuite*.
- Stabile, C., & Ershler, J. (Eds.). (2015). *Constructivism reconsidered in the age of social media: New directions for teaching and learning*. USA: John Wiley & Sons.
- Szabó, A., & Oross, D. (2017). Factors of political interest-the internal and external political efficacy in different regions of Europe. *Individual & Society/Clovek a Spolocnost*, 20(4), 12-26.
- Şen, A. F., & Şen, Y. F. (2015). Sosyal medya, iletişim hakkı ve ifade özgürlüğü üzerine bir değerlendirme. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 122-136.
- Şenel, S. (2014). *Yerel demokrasi ve Bağcılar Belediyesi örneği*. Doktora Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi.
- Tarrow, S. (2013). Contentious politics. *The Wiley-Blackwell Encyclopedia of Social and Political Movements*. 1-4.
- Tekelioğlu, S., Örtlek, M. (2013). Türkiye'de siyaset ve kadın. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(2), 278-287.
- Tereci, A. (2017). *Siyasi partilerin y nesli ile bağ kurmada sosyal medya kullanımı üzerine bir çalışma*. Yüksek lisans tezi, Doğu Üniversitesi.
- Theocharis, Y. & Lowe, W. (2016). Does Facebook increase political participation? Evidence from a field experiment. *Information, Communication & Society*, 19(10), 1465-1486. Doi: 10.1080/1369118X.2015.1119871

- Tierney, S. (2018). Reflections on referendums. *International IDEA Discussion Paper*, 5.
- Tiwari, S., & Ghosh, G. (2014). Social media and freedom of speech and expression: Challenges before the Indian law. *SSRN Electronic Journal*, 1-15.
- Uluç, A. V. (2007). *Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin toplumsal ve siyasal yapısı: Mardin örneğinde siyasal katılım*. Doktora tezi. İstanbul Üniversitesi.
- Uysal, Y., & Atmaca, Y. (2018). Türkiye'deki merkezi ve yerel yönetim ilişkilerinin yönetim modeli çerçevesinde değerlendirilmesi. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 1(3), 411-424.
- Uzunsakal, E. & Yıldız, D. (2018). Alan araştırmalarında güvenilirlik testlerinin karşılaştırılması ve tarımsal veriler üzerine bir uygulama. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 14-28.
- Van Deth, J. W. (2001). Studying political participation: Towards a theory of everything. *In Joint Sessions of Workshops of the European Consortium for Political Research, Grenoble*, 6-11.
- Verba, S., Nie, N. H. (1987). *Participation in America: Political democracy and social equality*. University of Chicago Press. ISBN: 0-226-85296-2.
- Verma, S. (2015). *Business communication: essential strategies for 21st century managers*. Vikas Publishing House.
- Women in Politics Raporu (2019). <https://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2019/women-in-politics-2019-map-en.pdf?la=en&vs=3303>, Erişim Tarihi: 16.12.2019.
- Yalçınkaya, A., & Ağaoğulları, M. A. (2013). *Siyasi düşünceler tarihi*. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi. ISBN: 978-975-06-1533-7
- Yılmaz, E. (2010). 1946 seçimlerinde öne çıkan bazı hususlar. *Odü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 177-188.
- Yücekök, A. N. (1987). *Siyasetin toplumsal tabanı*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

İNTERNET KAYNAKLARI

- <https://technotoday.com.tr/facebook-sivil-bir-siyasi-tartisma-forumu-icin-patent-basvurusunda-bulundu/>, Erişim tarihi: 07.01.2020.
- <https://tez.yok.gov.tr>, Erişim Tarihi: 10.01.2020.

- <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/son-dakika-haberi-twitter-iranin-dini-lideri-ali-hamaneyin-hesabini-askiya-aldi-41417394>, Erişim Tarihi: 11.01.2020.
- <http://marmara.gov.tr/UserFiles/Attachments/2019/04/26/95c5f61b-336b-4109-b63b-75a8e12c1e08.pdf>, Erişim Tarihi: 15.12.2019
- <https://www.statista.com/statistics/570098/distribution-of-social-media-used-turkey/>, Erişim Tarihi: 22.12.2019.
- <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>, Erişim Tarihi: 22.12.2019.
- <https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users/>, Erişim Tarihi: 20.12.2019.
- https://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/kanunlar_gd.durumu?kanun_no=4764, Erişim Tarihi: 12.01.2020.
- <https://www.thewindowsclub.com/list-of-countries-that-have-banned-social-media-for-its-citizens>, Erişim Tarihi: 28.01.2020
- <https://www.twitter.com>, Erişim Tarihi: 07.01.2020.

8. EKLER

8.1. Etik Kurulu Onay Belgesi

T.C	
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ	
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ	
TEZ / ARAŞTIRMA / ANKET / ÇALIŞMA İZİNİ / ETİK KURULU İZİNİ TALEP FORMU VE ONAY TUTANAK FORMU	
ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
T.C. NOSU	36625244338
ADI VE SOYADI	Fatma YEŞİLKUŞ
ÖĞRENCİ NO	20185017
TEL. NO.	
E-POSTA ADRESLERİ	fbysesilkus@gmail.com
ANA BİLİM DALI	ULUSLARARASI İLİŞKİLER VE KÜRESELLEŞME
HANGİ AŞAMADA OLDUĞU (DERS / TEZ)	TEZ
İSTEKDE BULUNDUĞU DÖNEME AİT DÖNEMLİK KAYDININ YAPILIP-YAPILMADIĞI	2019 / 2020- BAHAR DÖNEMİ KAYDINI YENİLEDİM
ARAŞTIRMA/ANKET/ÇALIŞMA TALEBİ İLE İLGİLİ BİLGİLER	
TEZİN KONUSU	Politik İlgisi ile Politik Katılım Arasındaki İlişkide Siyasal Açısından Sosyal Medya Algısının Aracılık Rolü: Belediye Meclis Üyeleri Üzerine Mersin İlinde Bir Araştırma
TEZİN AMACI	Türkiye'de, il ve ilçe belediyelerindeki en önemli yapı taşlarından birisi olma niteliği taşıyan, temelde, vatandaşların yaşantılarına etki edecek, proje, yatırım ve problem alanlarına ilişkin çözümlerin üretildiği ve birçok kararın alındığı; bununla birlikte, belediyelerin karar alma organı olması sebebiyle yerel siyasetin önemli birer dinamiği olan belediye meclislerinde kritik roller üstlenen belediye meclis üyelerinin politik ilgi düzeylerinin politik katılım ile arasındaki ilişkide sosyal medya gibi önem arz eden bir enstrümanın aracılık rolünün incelenmesine istinaden literatürde açıkça görülen eksikliğin giderilmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. □
TEZİN TÜRKÇE ÖZETİ	Bireylerin, devletlerarası ilişkilerin kurulması ve bu ilişkilerin yönetilmesinde ön plana çıkan politikadaki güncel gelişmeleri takip ederek politikaya dâhil olması, iyi bir yönetim alt yapısının oluşturulmasında önem arz etmektedir. Nitekim günümüzde, gerek yerel/bölgesel gerekse ulusal ve uluslararası düzlemde politikaya dâhil olma sürecinde kolayca erişilebilir, doğrudan, etkileşimli ve etkili bir aracı ifade eden sosyal medyanın kritik bir rol oynadığı görülmektedir. Diğer taraftan, çalışmanın odağında yer alan ve yerel siyasetin önemli birer dinamiği olan belediye meclislerinde merkezi role sahip belediye meclis üyeleri, Türkiye'de belediyeciliğin en önemli yapı taşlarından birisi olma niteliği taşımaktadır. Buradan hareketle bu çalışma, vatandaşların yaşantılarına etki edecek, proje, yatırım ve problem alanlarına ilişkin kararların alındığı belediye meclislerindeki üyelerin politik ilgi düzeylerinin politik katılım ile arasındaki ilişkide sosyal medya gibi önem arz eden bir enstrümanın aracılık rolünün incelenmesine ilişkin literatürde açıkça görülen eksikliğin giderilmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda, kartopu örneklem yöntemiyle, Mersin ilindeki 141 belediye meclis üyesine anket uygulanarak, elde edilmiş olan veriler, "SPSS 26.0" programı ile analize tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda ise, politik ilginin politik katılım ile istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Dahası, siyasal açıdan sosyal medya algısının hem politik ilgi hem de politik katılım ile istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki içerisinde olduğu tespit edilmiştir. Ek olarak, politik ilginin politik katılım ile arasındaki ilişkide, siyasal açıdan sosyal medya algısının aracılık rolüne sahip olduğu görülmüş ve bu hususlar doğrultusunda geleceğe yönelik çıkarımlarda bulunulmuştur.

ARAŞTIRMA YAPILACAK OLAN SEKTÖRLER/ KURUMLARIN ADLARI	Belediye Meclis Üyeleri
İZİN ALINACAK OLAN KURUMA AİT BİLGİLER (KURUMUN ADI-ŞUBESİ/ MÜDÜRLÜĞÜ - İLİ - İLÇESİ)	Mersin, Akdeniz Mersin, Mezitli Mersin, Toroslar Mersin, Yenişehir Mersin, Anamur Mersin, Aydıncık Mersin, Bozyazı Mersin, Erdemli Mersin, Çamlıyayla Mersin, Mut Mersin, Silifke Mersin, Gülnar Mersin, Tarsus
YAPILMAK İSTENEN ÇALIŞMANIN İZİN ALINMAK İSTENEN KURUMUN HANGİ İLÇELERİNE/ HANGİ KURUMUNA/ HANGİ BÖLÜMÜNDE/ HANGİ ALANINA/ HANGİ KONULARDA/ HANGİ GRUBA/ KİMLERE/ NE UYGULANACAĞI GİBİ AYRINTILI BİLGİLER	Mersin, Akdeniz Belediyesi, Meclis Üyeleri, Anket Mersin, Mezitli Belediyesi, Meclis Üyeleri, Anket Mersin, Toroslar Belediyesi, Meclis Üyeleri, Anket Mersin, Yenişehir Belediyesi, Meclis Üyeleri, Anket Mersin, Anamur Belediyesi, Meclis Üyeleri, Anket Mersin, Aydıncık Belediyesi, Meclis Üyeleri, Anket Mersin, Bozyazı Belediyesi, Meclis Üyeleri, Anket Mersin, Erdemli Belediyesi, Meclis Üyeleri, Anket Mersin, Çamlıyayla Belediyesi, Meclis Üyeleri, Anket Mersin, Mut Belediyesi, Meclis Üyeleri, Anket Mersin, Silifke Belediyesi, Meclis Üyeleri, Anket Mersin, Gülnar Belediyesi, Meclis Üyeleri, Anket Mersin, Tarsus Belediyesi, Meclis Üyeleri, Anket
UYGULANACAK OLAN ÇALIŞMAYA AİT ANKETLERİN/ ÖLÇEKLERİN BAŞLIKLARI/ HANGİ ANKETLERİN - ÖLÇELERİN UYGULANACAĞI	Politik İlgı Ölçeği Politik Katılım Ölçeği Siyasal Açından Sosyal Medya Algısı Ölçeği
EKLER (ANKETLER, ÖLÇEKLER, FORMLAR, V.B. GİBİ EVRAKLARIN İSİMLERİYLE BİRLİKTE KAÇ ADET/SAYFA OLDUKLARINA AİT BİLGİLER İLE AYRINTILI YAZILACAKTIR)	1) Kaya (2013) Politik İlgı Anketi 2) Kaya (2013) Politik Katılım Anketi 3) Aktan. (2017) Siyasal Açından Sosyal Medya Algısı Anketi
ÖĞRENCİNİN ADI - SOYADI: Fatma YEŞİLKUŞ	ÖĞRENCİNİN İMZASI: (E-İmzalıdır) TARİH: 03 / 02/ 2020
TEZ/ ARAŞTIRMA/ANKET/ÇALIŞMA TALEBİ İLE İLGİLİ DEĞERLENDİRME SONUCU	

1. Seçilen konu Bilim ve İş Dünyasına katkı sağlayabilecektir.				
2. Anılan konu Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler faaliyet alanı içerisine girmektedir.				
1.TEZ DANIŞMANININ ONAYI	2.TEZ DANIŞMANININ ONAYI (VARSA)	SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRÜNÜN ONAYI	A.B.D. BAŞKANININ ONAYI	
Adı - Soyadı: Ali Engin OBA	Adı - Soyadı: Esat ARSLAN	Adı - Soyadı: Murat K	Adı - Soyadı: Ali Engin OBA	
Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı: Prof. Dr	Unvanı: Doç. Dr.	Unvanı: Prof. Dr.	
İmzası : (E-İmzalıdır)	İmzası: (E-İmzalıdır)	İmzası: (E-İmzalıdır)	İmzası: (E-İmzalıdır)	
10 / 01/ 2020	10 / 01/ 2020	10 / 01/ 2020	10 / 01/ 2020	
ETİK KURULU ASIL ÜYELERİNE AİT BİLGİLER				
Adı - Soyadı: Mustafa BAŞARAN	Adı - Soyadı: Yücel ERTEKİN	Adı - Soyadı: Deniz Aynur GÜLER	Adı - Soyadı: Ali Engin OBA	Adı - Soyadı: Mustafa Tevfik ODMAN
Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı: Prof. Dr.	Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı: Prof. Dr.
İmzası : (E-İmzalıdır)	İmzası : (E-İmzalıdır)	İmzası : (E-İmzalıdır)	İmzası : (E-İmzalıdır)	İmzası :
10 / 01/ 2020	10 / 01/ 2020	... / / 20.....	10 / 01 / 2020	... / / 20.....
Etik Kurulu Jüri Başkanı - Asıl Üye	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi
OY BİRLİĞİ İLE	<input type="radio"/>	Çalışma yapılacak olan tez için uygulayacak olduğu Anketleri/Formları/Ölçekleri Çağ Üniversitesi Etik Kurulu Asıl Jüri Üyelerince İncelenmiş olup, 10 / 01 / 2020 - 10 / 01 / 2020. tarihleri arasında uygulanmak üzere gerekli iznin verilmesi taraflarımızca uygundur.		
OY ÇOKLUĞU İLE	<input checked="" type="radio"/>			
AÇIKLAMA: BU FORM ÖĞRENCİLER TARAFINDAN HAZIRLANDIKTAN SONRA ENSTİTÜ MÜDÜRÜNE ONAYLATILARAK ENSTİTÜ SEKRETERLİĞİNE TESLİM EDİLECEKTİR. AYRICA YAZININ PUNTOSU İSE 12 (ON İKİ) PUNTO OLACAK ŞEKİLDE YAZILARAK ÇIKTI ALINACAKTIR.				

8.2. Kişisel Bilgi Formu

Çalışma sonuçlarının sağlıklı olabilmesi için, her bir soruyu dikkatle okuduktan sonra, size uygun düşen seçeneği çarpı işareti ile “(x)” belirtiniz. İşaretsiz ifade bırakmayınız ve lütfen birden fazla seçenek işaretlemeyiniz.

Teşekkür ederim.

1. Yaşınız

25 yaş ve altı () 26-35 () 36-45 () 46-55 () 56 yaş ve üzeri ()

2. Cinsiyetiniz

Kadın () Erkek ()

3. Medeni Haliniz

Evli () Bekâr ()

4. Eğitim Durumunuz

Lise () Lisans () Lisansüstü ()

5. Siyasi Deneyiminiz

1-5 yıl () 6-10 yıl () 11-15 yıl () 16-20 yıl () 21 yıl ve üzeri ()

6. Siyasi Paylaşım Yaparken En Sık Kullandığımız Sosyal Medya Platformu

Facebook () Instagram () Twitter () Diğer ()

8.3. Politik İlgi Ölçeği

Bu anket, tarafımdan gerçekleştirilen yüksek lisans tezi kapsamında veri sağlanması amacıyla hazırlanmıştır. Araştırmanın başarısı sorulara vereceğiniz içten ve samimi cevaplara bağlıdır. Anket soruları kapsamında açık kimliğinizi ortaya çıkaracak nitelikte soru bulunmamaktadır. Her cümleyi dikkatle okuduktan sonra sizin için uygun olan seçeneği işaretleyiniz.

	Maddeler	KESİNLİKLE KATILMAM	KATILMAM	KARARSIZIM	KATILIRIM	KESİNLİKLE KATILIRIM
1	Politik gündemi düzenli takip ederim.	1	2	3	4	5
2	Politikada kötü giden şeyler beni endişelendirir.	1	2	3	4	5
3	Politikayla ilgili sık sık tartışmalara girerim.	1	2	3	4	5
4	Politikacıların hayatımız üzerinde büyük etkisi vardır.	1	2	3	4	5
5	Politikayla çok ilgiliyim.	1	2	3	4	5
6	Politikayla ilgili yaşıtlarımdan daha az şey biliyorum.	1	2	3	4	5

8.4. Politik Katılım Ölçeği

	Maddeler	KESİNLİKLE KATILMAM	KATILMAM	KARARSIZIM	KATILIRIM	KESİNLİKLE KATILIRIM
1	Yerel seçimlerde oy kullanmayı düşünüyorum.	1	2	3	4	5
2	Genel seçimlerde oy kullanmayı düşünüyorum.	1	2	3	4	5
3	Siyasi içerikli bir toplantıya katılmayı düşünürüm.	1	2	3	4	5
4	Seçim kampanyası için bir adaya yardım etmeyi düşünürüm.	1	2	3	4	5
5	Siyasi amaçlarla bir dilekçe için imza toplayabilirim.	1	2	3	4	5
6	Bir siyasi partiye üye olmayı düşünürüm.	1	2	3	4	5
7	Siyasi bir gruba katılmayı düşünürüm.	1	2	3	4	5
8	Bir siyasi partinin rozetini taşımayı düşünürüm.	1	2	3	4	5
9	Siyasi bir parti için aday olmayı düşünürüm.	1	2	3	4	5
10	Siyasi amaçlı yasal gösterilere katılmak isterim.	1	2	3	4	5
11	Siyasi nedenlerle bir ürünü boykot edebilirim.	1	2	3	4	5

8.5. Siyasal Açıdan Sosyal Medya Algısı Ölçeği

	Maddeler	KESİNLİKLE KATILMAM	KATILMAM	KARARSIZIM	KATILIRIM	KESİNLİKLE KATILIRIM
1	Sosyal medyanın gündem belirleyici gücü olduğunu düşünürüm.	1	2	3	4	5
2	Sosyal medyanın siyasilerin vatandaş ile kuracakları iletişim için etkili olduğunu düşünürüm.	1	2	3	4	5
3	Siyasetçilerin sosyal medyayı aktif kullanması gerektiğini düşünürüm.	1	2	3	4	5
4	Aynı siyasi görüşe sahip olduğum siyasetçileri sosyal medyada kaç kişinin takip ettiğini önemserim.	1	2	3	4	5
5	Farklı siyasi görüşe sahip olduğum siyasetçileri sosyal medyada kaç kişinin takip ettiğini önemserim.	1	2	3	4	5
6	Sosyal medyanın siyasi fikirlerimi özgürce ifade edebileceğim bir mecra olduğunu düşünürüm.	1	2	3	4	5
7	Sosyal medyada siyasi fikirlerin özgürce paylaşılabilmesini düşünürüm.	1	2	3	4	5
8	Sosyal medyada eksik/bozulmuş/yalan bilgilerin de dolaştığını düşünürüm.	1	2	3	4	5
9	Sosyal medyada karşılaşılan siyasi içeriklerin seçmenlerin oy tercihlerini etkileyebileceğini düşünürüm.	1	2	3	4	5

9. ÖZGEÇMİŞ

Fatma YEŞİLKUŞ

fbyesilkus@gmail.com

EĞİTİM DURUMU

Yüksek Lisans: Çağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası İlişkiler ve Küreselleşme Anabilim Dalı, Mersin, 2020

Lisans: Çağ Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, Mersin, 2018

Lise: Hasan Adalı Anadolu Lisesi, Adana, 2012.

İŞ DENEYİMİ

- 2017** : Stajyer
Mersin Ticaret ve Sanayi Odası, Projeler Müdürlüğü.
- 2017** : Araştırmacı
Stratejik Araştırmalar Merkezi, Dışişleri Bakanlığı.
- 2018** : Stajyer
University of Public Administration in Kehl
(Hochschule Kehl), Erasmus Ofisi

YAYINLAR

Arslan, E., Özbozkurt, O. B., Yeşilkuş, F., & Özbozkurt, N. (2019). Political participation on twitter: An empirical survey on journalists. *Al Farabi*, 6th International Conference on Social Sciences, 197-211.

Özbozkurt, O. B., & Yeşilkuş, F. (2019). Çok uluslu işletmeler ve tekelleşmenin uluslararasılaşması. *Social Sciences Studies Journal*, 5 (41), 4312-4321. Doi: 10.26449/sss.1705