

**SOSYAL MEDYANIN ÜNİVERSİTE
ÖĞRENCİLERİNİN
SİYASAL KATILIM DAVRANIŞLARINA
ETKİSİ
KEMAL ELCİYAR
(Yüksek Lisans Tezi)
Eskişehir, 2016**

**SOSYAL MEDYANIN ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SİYASAL KATILIM
DAVRANIŞLARINA ETKİSİ**

Kemal ELCİYAR

YÜKSEK LİSANS TEZİ
İletişim Tasarımı ve Yönetimi Anabilim Dalı
Danışman: Prof. Dr. Ali Şimşek

Eskişehir
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Haziran 2016

Jüri ve Enstitü Onayı

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Kemal ELCİYAR'ın "Sosyal Medyanın Üniversite Öğrencilerinin Siyasal Katılım Davranışlarına Etkisi" başlıklı tezi 17 Haziran 2016 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca toplanan İletişim Tasarımı ve Yönetimi Anabilim Dalında, yüksek lisans tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

İmza

Üye (Tez Danışmanı) : Prof.Dr.Ali ŞİMŞEK
Üye : Prof.Dr.Rauf YILDIZ
Üye : Doç.Dr.Jale BALABAN SALI

Prof.Dr.Kemal YILDIRIM
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü



Yüksek Lisans Tez Özü

SOSYAL MEDYANIN ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SİYASAL KATILIM DAVRANIŞLARINA ETKİSİ

Kemal ELCİYAR

İletişim Tasarımı ve Yönetimi Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Haziran 2016

Danışman: Prof. Dr. Ali Şimşek

Siyaset, en geniş anlamda, insanların hayatlarını düzenleyen genel kuralları yapmak, korumak ve değiştirmek için gerçekleştirdikleri etkinliklerdir. Siyaset kaçınılmaz bir unsur olduğundan bireyin siyasete katılması da bu karşı karşıya geliş noktasında ortaya çıkmaktadır. Bireyler hemen her alanda hayatlarına dâhil ettikleri sosyal medya ve internet teknolojilerini siyaset alanında da kullanmaya başlamaktadırlar.

Bu çalışmanın genel amacı sosyal medya üzerinden üniversite öğrencilerinin siyaset katılım davranışlarını belirlemek, bu davranışlara yönelik algıları tespit etmek ve çevrimiçi davranışlarla belirlenen demografik etkenler arası ilişkiyi incelemektir.

Araştırma tarama modelinde desenlenmiştir. Araştırma sürecinde öncelikle konuyla ilgili alanyazın taraması yapılmış ve kavramsal çerçeve ortaya konulmuştur. Araştırma sürecinin devamında araştırmanın amacına ve desenine uygun olarak Anadolu Üniversitesi öğrencilerinin görüşlerine ilişkin iki bölümden oluşan ölçek uygulanmıştır. Araştırmanın alanyazın taramasının ardından veri toplama aracının bir taslağı geliştirilmiş ve uzman panel değerlendirmesine sunulmuştur. Belirlenen 46 davranış için tekrar araştırma görevlileriyle görüşülmüş ve uzman panel değerlendirmesinden alınan geri bildirimler paralelinde 3 ifade çıkarılmış, 4 ifade üzerinde değişiklik yapılmıştır. Ölçeğin ilk bölümü katılımcının kişisel bilgilerini içermektedir. İkinci bölümünde belirlenen çevrimiçi siyaset katılım davranışları boyutlarına ilişkin 46 ifade yer almaktadır. Ölçeğin geliştirilmesi süresince biri araştırma görevlileri biri de öğrenciler olmak üzere iki grup ile görüşülerek olası çevrimiçi siyaset davranışları son olarak onlarla da tartışılmıştır. İki grup ile de ön deneme yapılarak ölçeğin güvenilirliği ölçülmüştür. Araştırma kapsamında Anadolu

Üniversitesi öğrencilerinden 406 kişiye ulaşılmış ve katılım konusundaki görüşleri incelenmiştir. Birçok yönden Türkiye ortalamasını karşılaması nedeniyle ortalama bir üniversite olan Anadolu Üniversitesi üniversite öğrencilerinin yapısını da yansıtmaya uygun olarak görülmüştür. Araştırma sonuçlarının değerlendirilmesinde istatistiksel yöntemlerden olan t-testi, ANOVA ve Ki kare testlerinden yararlanılmış, dağılımlar için ise frekansların alınması yöntemi tercih edilmiştir.

Araştırma sonuçları sosyal medyanın siyasal kullanımına yönelik kuramlardan “pekiştirme kuramına” uygun veriler ortaya koymuştur. Sonuçlara göre katılımcılar sosyal medya üzerinden yoğun siyasal etkinlikler gerçekleştirmemektedirler. Başvurulan davranışların hemen hepsi düşük yoğunlukta gerçekleşmektedir. Sosyal medya, siyasal olarak daha ilgili ve kendisini siberaktivist olarak tanımlayan kişiler tarafından siyasal amaçlarla kullanılmaktadır. Geri kalan daha kalabalık kesim ise sosyal medyada siyasal davranışlara anlık olarak başvurmaktadır. Bu başvurulan davranışlar da genel olarak paylaşım ve iletişim temelli yani düşük emek harcanan eylemler olarak ortaya çıkmaktadır. Yine sonuçlara göre üniversite öğrencileri siyasal haberlere sosyal medya üzerinden ulaşmakta, sosyal medyaya çok fazla zaman ayırmakta ve siyasal davranışlarda filtrelerin, internet fiyatlarının ve veri kaydının birer engel olduğunu belirtmektedirler.

Anahtar Sözcükler: Siyasal katılım, aktivizm, siberaktivizm, sosyal medya, internet.

Abstract

THE EFFECTS of SOCIAL MEDIA on POLITICAL PARTICIPATION BEHAVIOR of UNIVERSITY STUDENTS

Kemal ELCİYAR

Department of Communication Design and Management

Anadolu University, Graduate School of Social Sciences, June 2016

Adviser: Prof. Dr. Ali Şimşek

Politics in the broadest definition is the collection of activities to establish, protect and change the general rules that manage people's lives. As being involved in politics is an indispensable concept, participation of the individual in politics arises in this coming across. Individuals are starting to use social media and internet technologies, which they adopted in almost every aspect of their lives, in politics, too. Therefore, it is assumed that they show high rates of involvement in online political behavior.

The general purpose of this study is to determine the political behaviors of university students on social media and describe the perceptions towards these behaviors, as well as new behavior types.

The study is designed as a survey model. In the course of research, a literature review was conducted and a conceptual frame was presented. In the following stages of the study, a scale of two parts on the opinions of students of Anadolu University was implemented in accordance with the purpose and design of the study. The first part of the scale contains personal information of the participants. There are 46 statements in the second part regarding the determined dimensions of online political participation. Online political behaviors were determined by brainstorming in two groups, one for researchers and one for students. In the scope of the study, 406 individuals among Anadolu University students were reached and their opinions on participation were analyzed. Being an average university, as it represents the average of Turkish population in many aspects, Anadolu University was seen suitable to reflect the characteristics of Turkish university students. As statistical method, t-test, ANOVA and chi-squared tests were utilized in analyzing the results of the study, and frequency distributions were used to describe the data.

The results of the study presented information in accordance with one of the theories on the political usage of social media, “reinforcement theory.” According to the results, participants do not perform intensive political activities on social media. Almost all of the behaviors are performed in low intensity. Social media are used for political reasons by people who are more politically inclined that describe themselves as cyber-activists. The more crowded remaining people resort to political behavior on social media instantaneously. These resorted behaviors generally emerge as acts based on sharing and communication, that is, acts that require low amounts of effort. Again, according to the results, university students reach political news via social media, spend a lot of time on social media and they think filters, internet connection prices and data recording are obstacles for political behaviors.

Key Words: Political participation, activism, cyberactivism, social media, internet.

Etik İlke Ve Kurallarına Uygunluk Taahhütnamesi

17/06/2016

Etik İlke Ve Kurallarına Uygunluk Taahhütnamesi

Bu tez/proje çalışmamın bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumunda bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilmeyen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmamın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan bilimsel intihal tespit programıyla tarandığını ve hiçbir şekilde intihal içermediğini beyan ederim.

Her hangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

Kemal Elciyar

Önsöz

Siyasal katılım hem geleneksel hem de artık günümüzde çevrimiçi olarak güçlü demokrasiler için oldukça önemlidir. Bu çalışma, Anadolu Üniversitesi evreni üzerinden üniversite öğrencilerinin çevrimiçi ortamlardaki siyasi davranışlarını ortaya çıkarmak amacıyla yapılmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde araştırmanın problem, amaç, önem, varsayım ve sınırlılıklarına, ikinci bölümünde konuyla ilgili alanyazına, üçüncü bölümünde araştırmanın yöntemine, dördüncü bölümünde araştırmanın bulgular ve yorumlarına, son bölüm olan beşinci bölümünde tartışmalara, sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

Tez süresince bana bilgi birikiminden ve değerli görüşlerinden yararlanma olanağı veren, manevi desteğini ve zamanını esirgemeyen, öneri ve yönlendirmeleriyle her zaman yol gösteren değerli danışmanım Prof. Dr. Ali Şimşek'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Bu çalışmanın çeşitli aşamalarında katkılarıyla yardımcı olan tüm diğer hocalarıma, araştırma ölçeğinin uygulanmasına ve geliştirilmesine katkı sağlayan tüm katılımcılara ve manevi desteklerini hep hissettiğim sevgili aileme ve arkadaşlarıma gönülden teşekkür ederim.

Kemal Elciyar
Eskişehir, 2016

İçindekiler

Sayfa

Jüri ve Enstitü Onayı.....	ii
Yüksek Lisans Tez Özü	iii
Abstract.....	v
Etik İlke Ve Kurallarına Uygunluk Taahhütnamesi.....	vii
Önsöz.....	viii
Özgeçmiş	ix
Tablolar Listesi	xiv
Kısaltmalar Listesi	xvi
1. Giriş.....	1
1.1 Problem	1
1.2 Amaç.....	6
1.3 Önem	6
1.4 Varsayımlar	7
1.5 Sınırlılıklar.....	7
1.6 Tanımlar	7
2. Alanyazın Taraması.....	9
2.1 Siyasal Katılım.....	9
2.1.1 Siyaset.....	9
2.1.2 Siyasal kültür ve toplumsallaşma	12
2.1.2.1 Siyasal kültür	12
2.1.2.2 Siyasal toplumsallaşma	14
2.1.2.2.1 Siyasal toplumsallaşmada ailenin etkisi.....	14
2.1.2.2.2 Siyasal toplumsallaşmada okul çevresinin etkisi	15
2.1.2.2.3 Siyasal toplumsallaşmada arkadaş çevresinin etkisi	15
2.1.2.2.4 Siyasal toplumsallaşmada dernek ve örgütlerin etkisi.....	15
2.1.2.2.5 Siyasal toplumsallaşmada kitle iletişim araçlarının rolü	16
2.1.3 Siyasal davranış	16
2.1.4 Siyasal katılım.....	17
2.1.4.1 Siyasal katılım biçimleri.....	19
2.1.4.2 Siyasal katılımı etkileyen faktörler	23

2.1.4.2.1 Psikolojik faktörler	23
2.1.4.2.2 Hukuki ve siyasi faktörler	23
2.1.4.2.3 Sosyal faktörler	23
2.1.5 Demokrasi ve katılım	29
2.1.5.1 Demokrasinin hedefleri	31
2.1.5.2 Katılımcı demokrasi kuramı.....	32
2.2 Yeni İletişim Teknolojileri.....	33
2.2.1 Web teknolojileri	33
2.2.2 Sosyal medya.....	38
2.2.2.1 Sosyal medyanın gelişimi ve tarihi	39
2.2.2.2 Sosyal medya türleri ve özellikleri	42
2.2.2.2.1 Sosyal ağ siteleri	42
2.2.2.2.2 Bloglar	43
2.2.2.2.3 Mikrobloglar	44
2.2.2.2.4 İçerik paylaşım siteleri	45
2.2.2.2.5 Wiki.....	46
2.2.2.2.6 Forumlar.....	47
2.2.2.3 Başlıca sosyal medya uygulamaları.....	47
2.2.2.3.1 Facebook	47
2.2.2.3.2 Twitter.....	48
2.2.2.3.3 İnstagram.....	48
2.2.2.3.4 Youtube.....	48
2.2.2.3.5 LinkedIn.....	49
2.2.2.3.6 Wikipedia.....	49
2.3 Sosyal Medya ve Siyasal Katılım.....	49
2.3.1 Mobilizasyon ve pekiştirme kuramları.....	49
2.3.2 Web 1.0 ve siyasal katılım.....	53
2.3.3 Web 2.0-sosyal medya ve siyasal katılım.....	54
2.3.4 Siberaktivizm	56
2.3.5 Siyasal iletişim ve iletişim davranışları	60
2.3.5.1 İnternet ve sosyal medyanın siyasal iletişimde kullanımı	62
2.3.6 2008 ABD Başkanlık Seçimleri'nde sosyal medya kullanımı.....	65

2.3.7 Siyasal katılım davranışlarının önündeki engeller	66
3.Yöntem	69
3.1 Araştırma Modeli.....	69
3.2 Evren ve Örneklem	69
3.3 Verilerin Toplanması.....	70
3.4 Verilerin Çözümlemesi ve Yorumlanması.....	72
4.Bulgular	74
4.1 Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Analiz Sonuçları.....	74
4.1.1 Katılımcıların cinsiyete göre dağılımı.....	74
4.1.2 Katılımcıların yaşa göre dağılımı.....	74
4.1.3 Katılımcıların internet erişimlerine göre dağılımı	75
4.1.4 Katılımcıların internet ve sosyal medya kullanımına göre dağılımı.....	76
4.1.5 Kullanıcıların oy kullanma durumlarına göre dağılımı	77
4.1.6 Katılımcıların sosyal medya uygulamalarını kullandılarına göre dağılımı.....	78
4.1.7 Katılımcıların sosyal medya katılım davranışlarının geleneksel katılıma teşvik değişkenine göre dağılımı.....	79
4.1.8 Katılımcıların sosyal medya siyasal katılım etkinliklerinin yönetenler üzerindeki etkisi değişkenine göre dağılımı.....	79
4.1.9 Katılımcıların habere hızlı ulaşımda kullandıkları araca göre dağılımı.....	80
4.1.10 Katılımcıların siyasal olaylardan haberdar olduktan sonraki tutumlarına göre dağılımı	81
4.1.11 Katılımcıların sosyal medya katılım etkinliklerinin önündeki engellere göre dağılım	81
4.2 Katılımcıların Çevrimiçi Siyasal Katılım Davranışlarına İlişkin Analiz Sonuçları.....	82
4.2.1 Katılımcıların çevrimiçi siyasal katılım puanlarına göre dağılımı	82
4.2.1.1 Paylaşım davranışları.....	83
4.2.1.2 İletişim davranışları	84
4.2.1.3 Katılım davranışları	86
4.2.1.4 Üretim davranışları	88

4.2.2 Katılım davranışlarının yaş değişkenine göre sınılanması	89
4.2.3 Katılım davranışlarının cinsiyet değişkenine göre sınılanması.....	90
4.2.4 Katılım davranışlarının siberaktizm değişkenine göre sınılanması	91
4.2.5 Katılım davranışlarının çevrimiçi katılım engelleri değişkenine göre sınılanması.....	92
4.2.5.1 İnternet filtrelemeleri, sansürleri ve siyasal katılım davranışları ilişkisi.....	92
4.2.5.2 İnternet hızı ve siyasal katılım davranışları ilişkisi.....	93
4.2.5.3 Mobil aygıt tarife fiyatları ve siyasal katılım davranışları ilişkisi .	94
4.2.5.4 Gözetim ve siyasal katılım davranışları ilişkisi.....	95
4.2.6 Katılım davranışlarının siyasal katılıma teşvik değişkenine göre sınılanması	96
4.2.7 Katılım davranışlarının çevrimiçi siyasal katılımın etkisi değişkenine göre sınılanması.....	97
4.2.8 Katılım davranışlarının sosyal medya kullanım süreleri değişkenine göre sınılanması.....	98
4.2.9 Katılım davranışlarının internet kullanım değişkenine göre sınılanması	99
5. Sonuçlar ve Öneriler.....	101
5.1 Sonuçlar	101
5.2 Öneriler	111
5.3.1 Yeni araştırmalara yönelik öneriler	111
5.3.2 Uygulamaya yönelik öneriler	113
Ekler.....	114
Kaynakça	120

Tablolar Listesi

	<u>Sayfa</u>
Tablo 1: Web Teknoloji Türleri ve Odak Noktaları	33
Tablo 2: Web 1.0 ve Web 2.0 Arasındaki Temel Farklar	35
Tablo 3: Web 2.0'ın Boyutları	36
Tablo 4: Web 2.0 ile 3.0 Karşılaştırması.....	38
Tablo 5: Aktivizm (Eylemcilik) Türleri Karşılaştırması.....	58
Tablo 6: Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılım Tablosu	74
Tablo 7: Katılımcıların Yaş Dağılım Tablosu	75
Tablo 8: Katılımcıların İnternete Her An Erişimine Göre Dağılım Tablosu.....	75
Tablo 9: Katılımcıların Evlerinde İnternet Sahipliğine Göre Dağılım Tablosu	75
Tablo 10: Katılımcıların Mobil Aygıtlardan İnternete Erişim Dağılım Tablosu ...	76
Tablo 11: İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Çapraz Tablosu	76
Tablo 12: Katılımcıların Son Seçimde Oy Kullanma Dağılım Tablosu.....	77
Tablo 13: Katılımcıların Bir Sonraki Seçimde Oy Kullanım Görüşleri Tablosu ...	77
Tablo 14: Katılımcıların Sosyal Medya Uygulamalarını Kullanımlarına Göre Dağılım Tablosu.....	78
Tablo 15: Katılımcıların Sosyal Medya Katılım Davranışlarının Geleneksel Katılıma Teşvik Değişkenine Göre Dağılım Tablosu.....	79
Tablo 16: Katılımcıların Sosyal Medya Siyasal Katılım Etkinliklerinin Yönetenler Üzerinde Etkisi Değişkenine Göre Dağılım Tablosu.....	80
Tablo 17: Katılımcıların Habere Hızlı Ulaşımında Kullandıkları Araca Göre Dağılım Tablosu.....	80
Tablo 18: Katılımcıların Siyasal Olaylardan Haberdar Olduktan Sonraki Tutumlarına Göre Dağılım Tablosu	81
Tablo 19: Katılımcıların Siyasal Katılım Engelleri Dağılım Tablosu	81
Tablo 20: Katılımcıların Paylaşım Davranışları Genel Puan Dağılım Tablosu.....	84
Tablo 21: Katılımcıların İletişim Davranışları Genel Puan Dağılım Tablosu	85
Tablo 22: Katılımcıların Katılım Davranışları Genel Puan Dağılım Tablosu	88
Tablo 23: Katılımcıların Üretim Davranışları Genel Puan Dağılım Tablosu	89
Tablo 24: Katılım Davranışları ve Yaş Değişkenine Yönelik Bağımsız İki Grup Arası Farkların Testi Tablosu	90

Tablo 25: Katılım Davranışları ve Cinsiyete Yönelik Bağımsız İki Grup Arası Farkların Testi Tablosu	90
Tablo 26: Katılım Davranışları ve Siberaktivizm Değişkenine Yönelik Bağımsız İki Grup Arası Farkların Testi Tablosu	91
Tablo 27: Katılım Davranışları ve İnternet Filtreleri Değişkenine Yönelik Bağımsız İki Grup Arası Farkların Testi Tablosu	92
Tablo 28: İnternet Filtreleri ve Anonim Erişim Değişkenine Yönelik Bağımsız İki Grup Arası Farkların Testi Tablosu	93
Tablo 29: Katılım Davranışları ve İnternet Hızı Değişkenine Yönelik Bağımsız İki Grup Arası Farkların Testi Tablosu	94
Tablo 30: Katılım Davranışları ve Mobil Aygıt Tarife Fiyatları Değişkenine Yönelik Bağımsız İki Grup Arası Farkların Testi Tablosu.....	94
Tablo 31: Katılım Davranışları ve Gözetim Değişkenine Yönelik Bağımsız İki Grup Arası Farkların Testi Tablosu	95
Tablo 32: Gözetim Algısı ve Anonim Erişim Değişkenine Yönelik Bağımsız İki Grup Arası Farkların Testi Tablosu	96
Tablo 33: Katılım Davranışları ve Geleneksel Siyasal Katılıma Teşvik Değişkenine Yönelik Bağımsız İki Grup Arası Farkların Testi Tablosu	97
Tablo 34: Katılım Davranışları ve Çevrimiçi Katılımın Etkisi Değişkenine Yönelik Bağımsız İki Grup Arası Farkların Testi Tablosu.....	97
Tablo 35: Katılım Davranışları ve Sosyal Medya Kullanım Sürelerine Yönelik Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu.....	98
Tablo 36: Katılım Davranışları ve Sosyal Medya Kullanım Sürelerine Yönelik İzleme Testi Tablosu (Scheffe)	99
Tablo 37: Katılım Davranışları ve İnternet Kullanımına Yönelik Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu	100

Kısaltmalar Listesi

Blog	Weblog
Çev.	Çeviren
Der.	Derleyen
Ed.	Editör
vd.	ve diğerleri
vs.	vesaire
www	World Wide Web
LAN	Local Area Network (Yerel Ağ)
ARPA	Advanced Research Projects Agency (İleri Araştırma Projeleri Ajansı)
HTML	Hyper Text Markup Language (Hiper Metin İşaretleme Dili)
Akt.	Aktaran
AOL	American Online (Çevrimiçi Amerika)
BBS	Bulletin Board Services (Duyuru Panosu Hizmetleri)
IRC	Internet Relay Chat (İnternet Aktarmalı Sohbet)
ICQ	(I seek you) Chat Uygulaması
M2M	Machine to Machine (Cihazdan Cihaza)
RSS	Rich Site Summary (Zengin Site Özeti)

1. Giriş

Bu bölümde araştırmanın kuramsal temellerine, problemine, amacına, önemine, varsayımlarına, sınırlılıklarına, kavramların tanımlarına ve kullanılan kısaltmaların açıklıklarına yer verilmiştir.

1.1 Problem

Seçimlere dayalı geleneksel katılımcılık, son yıllarda gelişmiş ülkeler de dâhil olmak üzere azalmaktadır. Aynı zamanda temsili demokrasiye yönelik artan bir hoşnutsuzluk bulunmaktadır (Franklin, 2004). Çağdaş demokrasilerin gelişmişliğinin, siyasal katılımın yaygınlığı ve etkinliğiyle ölçüldüğü düşünüldüğünde bu olumsuz bir durumdur.

Siyasal katılım, kesin tanımı bulunmayan bir kavramdır ve her şeyden önce bir siyasal davranıştır (Baykal, 1970: 29). Bütünleşmenin devam ettiği ve karşılıklı bağımlılıkların arttığı dünyamızda siyasal sistemin dışında bir yaşam mümkün değildir çünkü siyaset insan varlığının vazgeçilmez bir olgusudur (Daver, 1969). Bu nedenle birey bu kaçınılmaz alan içinde siyasal etkinliklerle ve katılım davranışlarıyla iç içe olabilmektedir. Yurttaşların, devletin çeşitli düzeylerdeki karar ve uygulamalarını etkileme eylemlerine siyasal katılım denilmektedir. Mahalle ya da köy yöneticilerinden devleti yönetenlere kadar, çeşitli düzeylerde yapılan seçimler, siyasal katılım olgusunun yalnızca bir bölümünü oluşturur (Kışlalı, 1993). Siyasal katılım, kamu politikaları içindeki yönetim seçeneklerini doğrudan ya da dolaylı olarak tercih eden toplum üyelerinin gönüllü etkinlikleridir. Siyasal katılım genel olarak toplum üyelerinin siyasal sistem karşısında durum ve tutumlarını belirleyen bir kavram olarak tanımlanmaktadır. Bunun yanı sıra siyasal katılım insanların siyasal süreci etkileme çabalarının tüm biçimleri olarak da tanımlanabilir. Dahl (2001) siyasal katılımın boyutları şu maddelerle sıralamaktadır:

- (a) İlgi; siyasal olayları izleme
- (b) Önemseme; siyasal olaylara önem verme
- (c) Bilgi; olaylar ve sorunlar hakkında bilgi sahibi olma
- (d) Eylem; siyasal olaylara aktif olarak karışma.

Yücekök (1987: 28)'e göre birey; çıkarlarını korumak, çevre edinmek, sosyal dayanışma sağlamak, dünyayı anlamak, çeşitli psikolojik tatminsizlikleri ikame etmek, toplumda kendine bir yer edinmek ve yabancılaşmak istemediği için siyasal katılım etkinliklerinde bulunmaktadır. Ayrıca sanayileşmiş tüketim toplumlarında erkekler, eğitilmişler, şehirleşenler, yüksek statü ve gelir sahipleri, kurumlara üye olanlar diğerlerine göre daha çok siyasal hayata katılım göstermektedirler. Siyasi partilerin yapısı, halkın eğitim düzeyinin yüksek olması, sivil toplum kuruluşlarının yaygınlaşması ve kitle iletişim araçlarının etkinliği ve nitelikleri gibi birçok unsur da katılım davranışının artması bakımından özel bir anlama sahiptir (Çukurçayır, 2002: 32).

Lerner Batı'da görülen kentleşmenin, artan okuryazarlığa; artan okuryazarlığın, kitle haberleşme araçlarının daha etkili olmasına; artan kitle haberleşme araçlarının ise daha geniş ekonomik ve toplumsal katılıma yol açacağını belirtmektedir. Lerner süreçlerin bu sıra ile bütün dünyada geçerli olduğunu savunmaktadır. Lerner'e göre siyasal katılmayı etkileyen ve oluşturan en önemli etken kitle iletişim araçlarıdır (Lerner'dan aktaran Kongar, 1972).

Günümüzde demokratik ya da antidemokratik bütün çağdaş siyasi rejimlerin meşruluğunu topluma dayandırdığı, en azından böyle bir iddiayı ileri sürdüğü görülmektedir. Bir rejimin demokratikliği, vatandaşlara tanınan siyasal katılma olanaklarıyla ölçülmektedir (Kışlalı, 2003: 220). Bir siyasal sistem, varlığını devam ettirebilmek için asgari düzeyde dahi olsa toplumsal bir desteğe ihtiyaç duymaktadır. Toplumsal desteğin en önemli göstergelerinden biri ise siyasal katılım ya da siyasal katılma olarak tanımlanan bir dizi etkinlikler bütünüdür (Öz, 1992: 39).

İletişim araçları Dahl'ın belirttiği hemen her katılım boyutunda etkili rol oynamaktadır (Wihbey, 2015). İnternetin demokrasiye ve siyasal iletişime sağlayacağı çok sayıda yarar bulunmaktadır (Dahlgren, 2005). Geleneksel medyanın tersine teknolojik yeniliklerin temelinde ortaya çıkan yeni iletişim ortamı bireylerin birbiriyle iletişimini ve bilgi alışverişini daha etkileşimli hale getirmiştir. Yeni medya, İnternet temelli bir yapıdır ve internet teknolojileri sonucu ortaya çıkmıştır. Bu nedenle katılımcılığın İnternet ekseninde düşünülmesi gerekmektedir.

İnternetin ve sosyal medyanın siyasal katılımcılığa etkisi konusunda iyimser ya da kötümser görüşler bulunmakta, araştırmalardan da farklı sonuçlar çıkmaktadır. Olumsuz görüşler bireylerin İnternette atomize bir hal aldığını ve güçsüzleştiğini savunmaktadır (Davis, 1999; Noveok, 2000). Yine bazı araştırmalar İnternet sayesinde katılımın az da olsa arttığını (Bimber 1999; Schuefele ve Nisbet 2002), kimileri ise olumlu yaklaşarak İnternetin siyasal katılımcılığı arttırarak daha katılımcı bir toplum sağlayacağı üzerinde durmaktadırlar (Negroponte 1996).

İnternetin politik katılımcılığa etkisini Norris (1999) genel olarak iki kuram etrafında şekillendirmiştir. Bunlar hareketlilik ve pekiştirme kuramlarıdır. Hareketlilik kuramcılarına göre İnternet katılımcılık için yeni bir yapıdır, vatandaşları ve onların sosyal sermayelerini güçlendirmektedir. Yöneten ve yönetilen arasındaki bölünmeyi azaltmakta, katılımcı bir demokrasi için katkıda bulunmaktadır. Aynı zamanda siyasal eylemciliğin yeni yapılarını da oluşturmaktadır. Bunun karşısında pekiştirme yaklaşımı ise İnternetin var olan siyasal katılımcılık ve siyasal iletişim yapılarını değiştirmeyeceğini öne sürmektedir. Bu kuramcıların üzerinde durduğu konu ise İnternete erişebilenler ve erişemeyenler arasındaki fark yani sayısal bölünmedir. İnternet ona sahip olanlarla olmayanlar arasındaki katılım uçurumunu genişletmeye, mevcut durumu pekiştirmeye hizmet edecektir (Aktaş, 2004). Pekiştirme kuramcıları İnternetin siyasal katılımcılığa etkisinin televizyon ve gazete gibi geleneksel medya unsurlarından farklı olmayacağını savunurlar.

Sosyal medya için çalışmacılar farklı sınıflandırmalar yapmışlar ve kullanmışlardır. Chai (2010) sosyal medyayı yayınlama, paylaşım, tartışma, ticaret, konum, ağ ve oyunlar olarak 7 türe ayırmıştır. Kietzmann vd. (2011) ise sosyal medyayı fonksiyonlarına göre paylaşım, iletişim, sosyal varoluş, kimlik oluşturma, ilişki sürdürme, grup oluşturma ve ün kazanama olarak 7 başlıkta incelemiştir. Ancak Kaplan ve Haenlein (2010) yaptıkları çalışmada sosyal medya ağlarını altı farklı gruba ayırarak incelemişlerdir. Bu gruplandırma gerek alanyazında sıkça kullanılması gerekse de araştırma için en uygun başlıkları içermesi nedeniyle tercih edilmiştir. Sosyal medya tanımına uyabilecek platformları genel olarak; “sosyal ağ siteleri”, “blog”, “mikroblog”, “içerik paylaşım siteleri”, “sosyal imleme siteleri”, “wiki”, “podcast” ve “forum” şeklinde sınıflandırmak mümkündür (Constantinides ve Fountain, 2008; Bell, 2009; Constantinides, 2009; Richardson, 2009; Akar, 2010).

İnternetin Web 2,0'a evrilmesiyle ortaya çıkan sosyal medya da yine İnternet ekseninde değerlendirilmektedir. En yaygın sosyal medya uygulamaları olan Facebook, Twitter ve Youtube; İnternet üzerindeki haber ve bilgi akışının büyük bölümünü içinde barındırmaktadır. Sosyal medyanın getirdiği daha kolay organize olma, bilgiye kolay erişim ve yayma olanaklarının, küresel çapta yeni bir demokratikleşme dalgasını getirmesi olanaklıdır (Papic ve Sean 2012). Bu oluşan demokratikleşme dalgası daha çok katılımı da getirebilecektir. Günümüzde sosyal medya çok çeşitli elektronik araçlarla bütünleşerek çift yönlü bir diyalog ortamı oluşturmuştur. Bu diyalog içinde içerikler yayılmakta ve sonrasında bunlar üzerinde tartışılabilmektedir. Tartışma ortamı ve bilginin hızla yayılması sosyal medyayı siyasal alanda etkin hale getirmiştir (Koçgündüz, 2011).

Sosyal medyanın siyasal katılıma etkisinin yanı sıra kolektif siyasal eylemlere katkısı da söz konusu olabilmektedir. Sosyal medya tek başına siyasal eylemlerde etken olarak sayılamasa da toplumlar sosyal medyayı bir örgütlenme ve iletişim platformu olarak kullanmaktadır (Joseph, 2011). Bu açıdan bakıldığında sosyal medya bu eylemler için destekleyici ve organize edici bir işlev görmektedir. Birbirinden çok farklı toplumlarda meydana gelen Wall Street İşgali, Londra İsyancıları ve Arap Başkaldırısı gibi siyasal eylemlerde sosyal medya insanları örgütlemek, daha çok kişiye ulaşmak ve iletişimi sağlamak için kullanılmıştır. Birbirinden tümüyle farklı olan toplumlarda bile sosyal medyanın siyasal eylemler bakımından aynı doğrultuda kullanılması sosyal medyanın evrensel kimliğini gözler önüne sermektedir (Çıldan vd., 2012;1).

Küreselleşmenin başlıca iletişim aracı olan İnternet, toplumsal muhalefetin, yerel ve ulusal hatta küresel boyutta organize olmasını ve toplumsal hareketlerin etkileşimini hızlandıran bir etkiye sahiptir. İnternet yeni toplumsal hareketler için tek olmasa bile en önemli iletişim araçlarından biridir (Şener, 2007). Siyasete katılım düzeyleri düşük olan genç kesimler sosyal medya aracılığıyla bu tür konulara olan ilgilerini arttırmaktadırlar. Bu sayede de katılımları artmaktadır. En çok bilgilendirilen kişinin en çok katılımı göstereceğine inanılmaktadır (Milner, 2002).

Sosyal medya kolektif eylemlerde iki farklı şekilde kullanılmaktadır. Birincisi eylemcilik olarak tanımlanabilecek doğrudan sokak gösterileri şeklinde ortaya çıkması, ikincisi ise siber eylemcilik (dijital aktivizm, internet aktivizmi) olarak adlandırılan

daha çok internet teknolojileri üzerinden temellenen ve sokak eylemleri yerine çevrimiçi platformlar kullanılarak bu tür hareketlerde yer almak, destek sağlamaktır. Bu “siber aktivist” davranışlar; eylemlere yönelik unsurların sosyal medyada paylaşılması, destekleyici paylaşımlar yapılması, bu eylemlere ilişkin sayfa ya da grupların beğenilmesi, ürünlere ve kuruluşlara yönelik protestolar, bağışlar, profil fotoğraflarının değiştirilmesi, bu eylemlere ilişkin kıyafet ve aksesuarların kullanılması, dilekçeler, tweetler vb. olarak sayılabilir (Joyce, 2000).

Çevrimiçi kendini ifade etme işlevsel bakıldığında basit çevrimiçi içerik tüketiminden ayrılmaktadır (Katz, 2001; Shah, 2005; Wang, 2007). Çevrimiçi görüş ifade etme ve alışverişi son yıllarda çok artmıştır. Amerika’daki son anketler göstermektedir ki Amerikalıların %15’i 2008 seçimleri sürecinde diğerlerinin de belirli bir adayı desteklemelerini sağlamak ve %10’u da bağış yapmak için interneti kullanmışlardır (Smith ve Rainie, 2008). Aynı seçim döneminde 30 yaş altındaki birçok kişi interneti siyasal görüş aliverişi ve siyasal yorumlarda bulunmak için kullanmışlardır (Kohut, 2008; Smith ve Rainie, 2008).

Tarihi boyunca geçen süreç içinde İnternet bir politik bilgi kaynağı haline gelmiştir. 1996 ve 2008 arası Amerika’da politik bilgiyi internette alanlarının oranı %4’den %40’a yükselmiştir (Rainie, 2007a; Smith ve Rainie, 2008). Kamuya yönelik içeriğe ilişkin internete olan güven gençlerde ve genç yetişkinlerde her zaman yaygın olmuştur. 1996’da yine Amerika’da politik internet kullanımının %37’si 30 yaş altı insanlara aitti (Rainie, 2007a). Pew Internet Research (2012) yaptığı Amerika genelli araştırmada sosyal medya kullanıcılarının %66’sı, yetişkinlerin ise %39’u sosyal medyada siyasal aktivitelerde bulunmaktadır. Rakamların yetişkinlerde daha aşağılara çekildiği görüldüğünden gençlerin daha aktif oldukları düşünülmektedir. Sosyal medya kullanıcı profilini oluşturan gençler birçok bilgiyi bu ağlardan elde etmektedirler. Dahl’ın (2001) bahsettiği katılımcılık boyutlarına yönelik ilgi ve bilgi de bu yollarla gençlerle buluşmaktadır.

Türkiye’de seçimlerde hem oy kullanan yani siyasal katılımcılığın en kesin ölçütünü yerine getirenler, hem de sosyal medya etkin olanlar üniversite öğrencileridir. Aynı zamanda kolektif eylemlerde de -Gezi Parkı örneğinde görüldüğü gibi- genç kesim daha etkin katılım göstermektedir. Bu nedenle çalışma üniversite öğrencilerine

uygulanmıştır. Türkiye özelinde düşünüldüğünde hem sosyal medyanın siyasal katılımcılık noktasındaki etkisi hem de yeni bir kavram olarak kolektif aktivist-siber aktivist davranışlar incelenmesi gereken konular olarak görülmüştür. Sosyal medyada bu kadar etkin olan genç nüfusun karşıt tepkilerde ve kolektif eylemlerde ne tür davranışlara başvurduğu, sosyal medyanın bunun içindeki rolü de çizilmeye çalışılmıştır.

1.2 Amaç

Araştırmada, sosyal medyanın üniversite öğrencilerinin siyasal katılımcılığına etkisinin incelenmesi kapsamında eylemciliğin ve kolektif eylemlerin yapısında ne tür dönüşümlere neden olduğunu ortaya koyabilmek amaçlanmaktadır. Bu bağlamda aşağıda bulunan sorulara yanıt aranmıştır:

- (1) Sosyal medya kullanımı üniversite öğrencilerinin siyasal katılımcılıklarının artmasında nasıl bir rol oynamaktadır?
- (2) Kolektif eylemler özelinde düşünüldüğünde üniversite öğrencilerinin bu tür eylemlere katılımıyla sosyal medya kullanımı arasında bir ilişki var mıdır?
- (3) Sosyal medya üzerinden gelişen çevrimiçi veya çevrimdışı kolektif eylemlerde kullanıcılar siber aktivizme yönelmekte midir?
- (4) Yeni teknolojilerin gelişimiyle geleneksel katılım davranışları çevrimiçi ortamda da görülmekte midir?
- (5) Çevrimiçi ortamlarda gerçekleştirilen siyasal davranışların gücü/etkisiyle ilgili sosyal medya kullanıcılarının algıları ne şekildedir?
- (6) Kullanıcıların daha çok çevrimiçi etkinlikte bulunması daha çok çevrimdışı etkinliğe neden olmakta mıdır?

1.3 Önem

Sosyal medya hızlı bir büyüme göstererek çok sayıda disiplinin çalışma alanına dâhil olmuş ve incelenmiştir. Siyasal katılımcılık konusunda birçok araştırma bulunmakta ve bunlar farklı sonuçlar gösterebilmektedir. Sosyal medya temelli meydana gelen birçok kolektif eylem hem Türkiye’de hem de dünyada meydana gelmekte, bireyler bu medya üzerinden örgütlenebilmektedir. Ancak günümüzde ve gelecekte bu aktivizm olarak nitelenen eylemlerin dijital-siber uzama taşınacağı, siyasal tartışmaların eylemlerin buralarda yapılacağı ileri sürülmektedir. Bu bağlamda

Türkiye'deki üniversite öğrencilerinin siber aktivist yönelimlerinin ilk kez araştırılıyor olmasının araştırmayı önemli kıldığı düşünülmektedir.

Bu çalışma sonucunda elde edilecek bulguların;

- (1) Genç seçmenleri siyasal katılıma çekme amacıyla olan ve çevrimiçi siyasal davranışlara önem veren siyasal oluşumlar için faydalı olacağı düşünülmektedir.
- (2) Araştırmalarında sosyal medya kullanıcılarının çevrimiçi siyasal davranışları inceleyen ya da incelemeyi düşünen araştırmacılar için yol gösterici olabileceği tahmin edilmektedir.
- (3) Siyasal katılım düşüklüğünden rahatsızlık duyan ve bunu azaltmak için çevrimiçi yolların da önemli olduğunu düşünen kurum ve kuruluşlar için de işlev görebileceği düşünülmektedir.

1.4 Varsayımlar

Bu araştırmada aşağıdaki varsayımlardan hareket edilmiştir:

- (1) Sosyal medya doğası gereği İnternet ile iç içe geçmiş bir yapıdır ve internet kullanımıyla arasında doğrudan bir ilişki olduğu düşünülmektedir. Yoğun İnternet kullanımının sosyal medya kullanım süresini arttırdığı varsayılmaktadır.
- (2) Hemen her alanda etkili olan sosyal medya uygulamalarının siyasal alanda ve katılımda da etkili olduğu ve yeni olanaklar yarattığı varsayılmaktadır.

1.5 Sınırlılıklar

Bu araştırma,

- (1) Anadolu Üniversitesi öğrencileriyle sınırlıdır.
- (2) Araştırmada bulunan sonuçlar dönemlere ve gerçekleşen büyük siyasal olaylara göre değişebileceğinden bulunan veriler söz konusu dönemle sınırlıdır.

1.6 Tanımlar

Aktivizm: Toplumsal değişme ya da siyasal değişiklik meydana getirmek için kasıtlı bir biçimde yapılan eylemlerdir.

Siber-sayısal aktivizm: Belli bir amacın savunusu, bu amaç etrafında veya belirli bir eylemi gerçekleştirmek için örgütlenme, amaca yönelik mesajları bir iletişim kampanyası çerçevesinde kitlelere iletme, amaç doğrultusunda lobi etkinlikleri gerçekleştirme, İnternet üzerinde eylem gerçekleştirme (boykot, site karartma vb.), amaca yönelik kaynak toplama/fon oluşturma, hükümetler veya şirketlerin etkinliklerini izleyerek düzenli olarak raporlama (watchdog) gibi temel aktivist etkinlikler, başta sosyal medya olmak üzere geniş kitlelere gerçek zamanlı bilgi akışı ile ulaşmaya olanak tanıyan alanlarda veya blog, vlog, podcast, video, fotoğraf paylaşım siteleri gibi alanlarda gerçekleştirilmesidir.

Kollektif eylem: İnsan gruplarının ortak amaçları başarmak amacıyla bir araya gelerek yaptıkları eylemler, davranışlardır.

Siyasal katılım: Yurttaşların, devletin çeşitli düzeylerdeki karar ve uygulamalarını etkileme eylemlerine siyasal katılma denmektedir.

2. Alanyazın Taraması

2.1 Siyasal Katılım

Siyasal katılım kavramı çok farklı anlamlarda kullanılabilen, bu nedenle de faydalılığını yitirmeye yatkın terimlerden biridir. Siyasal katılım her şeyden önce bir siyasal davranıştır (Baykal, 1970: 29). Dolayısıyla siyasal katılımdan bahsetmeye geçmeden önce siyasete ve ona yönelik bazı kavramlara da değinmek yerinde olacaktır.

2.1.1 Siyaset

Günümüzde insanların ister gönüllü olsun ister zorunlu siyasal sistemin dışında kalmaları imkânsız hale gelmiştir. Bütünleşmenin devam ettiği ve karşılıklı bağımlılıkların arttığı dünyamızda siyasal sistemin dışında bir yaşam mümkün değildir çünkü siyaset insan varlığının vazgeçilmez bir olgusudur (Daver, 1969). İnsan, siyaset ve siyasal sistem 2400 yıl öncesinde iç içe geçmeye başlamıştır ve bu bilimin kurucusu olarak kabul edilen kişi ise Aristo'dur. Aristo o dönemdeki şehir devletlerini, anayasalarını, örgütleri incelediği "Politika" isimli eserinde aile, köy ve şehir birliklerini doğal bir yapı olarak görmekte, devletin aile ve bireylere göre öncelikli bir başlık olduğunu söylemektedir. Ona göre siyaset en yüksek iyiyi ve iyi yaşamayı hedefleyen devlete ilişkin tüm etkinlikler, devlet yönetimi ve vatandaşlığa ilişkin etkinlikler şeklinde ifade edilmektedir (Aristoteles, 1983).

Siyaset kaçınılmaz bir unsur olduğundan bireyin siyasetle karşı karşıya gelmesi de kaçınılmaz olmaktadır. Siyasal gelişmelerin 2400 yıldır değişmeyen özelliği olan, kapsamlılığı ve yaşamımızın bir parçası olması, bireylerin siyasetle her koşul altında karşı karşıya gelmesini de birlikte getirmektedir (Daver, 1969). Fakat siyaset tanımlamalarını yalnızca devlet ile daraltmak siyasetin belli bir noktada sınırlandırılması sorununu ortaya çıkarmaktadır. Lipson (2005) konuya bu açıdan yaklaşarak, devletin olduğu her yerde siyasetin varlığının kaçınılmaz olduğunu, ancak siyasetin olduğu her yerde devletin varlığından söz etmenin mümkün olmadığını belirtmektedir (Atabek ve Kılıç, 2007).

Günlük dilde farklı anlamlarda kullanılmakta olan siyaset sözcüğü Arapça'dan Türkçe'ye geçmiştir. Siyaset kurum olarak düşünüldüğünde kamu düzenini sağlamak ve kamu yönetimini gerçekleştirmek için görevini yerine getiren temel bir kurumdur. Bu dildeki kullanımı yönetmek, eğitmek gibi anlamlara gelen "siyasa" şeklindedir.

Sözcüğün özgün hali Bedevi toplumlarına dayanmaktadır ve atların develerin yetiştirilmesi, terbiye edilmesi anlamlarında kullanılmıştır (Daver, 1969). Sonraki dönemlerde şehirlerin ve insanların yönetimi anlamında kullanılmış ve insanları yönetme sanatını ifade etmiştir. . Politikanın kökü Eski Yunan şehir devletlerini ifade eden “polis” , yurttaş için kullanılan “polites” , devlet yapısı, siyasal rejim gibi anlamlarda kullanılan “politeia” , vatandaşlık hakkına ilişkin şeyler anlamındaki “politica” ile politika sanatı anlamındaki “politike” kelimeleriyle aynı kökten gelmekte olup devletle ilgili etkinlikler anlamını taşımaktadır (Dursun, 2013).

Kurum olarak düşünüldüğünde siyaset, kamu düzenini sağlamak ve kamu yönetimini yerine getirmek için görevini yerine getiren bir kurumdur. Buna paralel olarak da insanlığın varlığıyla doğru orantılı bir olgudur (Fichter, 1992: 116). Kamu düzenini sağlama ve yönetimi sürdürme görevini yerine getiren siyaset (Aydın, 1997: 143) ; kamuoyu ya da belirli bir grubu ilgilendiren konularda, karar verme, kararları etkileme ya da uygulamaya yönelik; mücadele etme ya da mensup olma, işbirliği ve dayanışma içerisinde olabildiği gibi çatışma şeklinde de beliren değişen bir sosyal ilişkiler bütünüdür (Özkul ve Tatar, 1997: 68).

Siyaset, en geniş anlamda, insanların hayatlarını düzenleyen genel kuralları yapmak, korumak ve değiştirmek için gerçekleştirdikleri etkinliklerdir. Çatışma ve işbirliği olgularıyla karmaşık bir bağlantı içinde olan bir bilimdir. Bir taraftan, rakip fikirlerin, farklı isteklerin, ihtiyaçların ve çatışan çıkarların varlığı, insanların birlikte tabi oldukları kurallar hakkında hemfikir olmamalarını yanında getirir; diğer yandan, yurttaşlar bilirler ki, bu kurallar üzerinde etkili olmak ya da onların yürürlükte kalmasını sağlamak için birlikte çalışmak, yani, Hannah Arendt'in (1951) siyasi iktidarı tanımlarken kullandığı ifadeyle, “elbirliği etmek” zorundadırlar. Bu sebeptendir ki, siyasetin temel özelliği, genellikle rakip görüşlerin ve birbiriyle rekabet halindeki çıkarların uzlaştırıldığı bir çatışmayı çözme süreci olarak ifade edilir (Heywood, 2006:2).

Heywood (2006: 23), siyasetin tanımına yönelik farklı görüşleri dört başlık altında ele almıştır:

- Hükümet etme sanatı olarak siyaset
- Kamusal işler olarak siyaset

- Uzlaşma ve mutabakat olarak siyaset
- İktidarın ve kaynakların dağılımı olarak siyaset

Siyasete yönelik tanımlar iki önemli sorunla karşı karşıya olmaktadır. İlki, kelimenin günlük kullanımından kaynaklanan bir dolu çağrışımla ilgilidir; yani siyaset “yükü” bir terimdir. Birçok insan siyaset konusunda düşünmek gereği hissettiğinde siyasete tarafsız yaklaşmanın imkânsız olduğuna inanmakta, siyaset incelemelerinin taraflı olduğunu düşünmekte ve daha da kötüsü siyaseti kirli bir kelime olarak belirtmekte, aldatma ve yönlendirme olarak görülmektedir. Doğal olarak siyasetin tanımına çalışırken öncelikli yapılması gereken onu bu tür çağrışımlardan kurtarma çabası olmaktadır. İkinci sorun ise en saygın isimlerin bile kavramın tanımını yapmakta hemfikir olamamalarıdır. Tanımlar genellikle şu başlıklarda şekillenmektedir: iktidar kullanma, otorite kullanma, kolektif karar alma, kıt kaynakların tahsisi, aldatma ve manipülasyon (Heywood, 2006: 23).

Belirli bir yapı, süreklilik ve hukuksal dayanaklara sahip olan siyaset kurumu esas olarak kurallardan oluşur. Kurallar ve normlar ise belli örgüt yapıları içinde anlam kazanırlar. Bu yapıların başında devlet gelir. Devletin egemenlik gücünü kullanan kişi, grup ya da hükümet yani iktidar, bu güce talip olan kişi, grup ya da partiler yani muhalefet siyasal kurumun ilk ve en dinamik unsurlarıdır. Siyaset kurumu toplumsal sistemin bir alt sistemi olarak işlevsel bir niteliktedir. Aile, din, eğitim, ekonomi, hukuk gibi toplumsal yapıyı belirleyen siyaset kurumu, devlet, hükümet, sivil toplum örgütleri gibi alt-sistemlere sahiptir (Bal, 1997). Batı demokrasiye giden yolda ilerlerken yasaların, yönetim kurallarının keyfi olmayan, doğru, haklı temellerini araştırmaktan vazgeçememiştir. Ahlak, siyaseti iyi yaşama ve mutlu olmak olarak sıralanabilecek bu yasalar Antik Yunan’da daha önce belirtilmiştir (Arslan, 1990: 78).

İnsanlar doğaları gereği, sosyal ve ekonomik durumları yönünden değişik fikirlere ve çıkarlara sahiptirler. Bireyler arası düşünce, çıkar ve psikolojik eğilim gibi farklılıklarından doğan çatışma, özü itibarıyla siyaset biliminin temelini oluşturmaktadır. Bu yönüyle söz konusu çatışmanın asıl başlığı toplumdaki değerlerin paylaşılması olarak düşünülebilir. Çatışmanın hedefi ise iktidarın kazanılması yani ele geçirilmesidir. Karşıt görüşleri temsil eden yaklaşımlara göre ise; siyasetin amacı hepsinden önce toplumda bütünlüğü sağlamak, özel çıkarlara karşı koyarak makro

yararı ve insanların ortak iyiliğini gerçekleştirmektir. Bu düşünceye göre siyaset herkesin yararına olan bir toplum düzeni sağlama çabasından başka bir şey değildir (Kapani, 2005). Bu başlıkta bahsedilen iktidar kavramı yalnızca siyasi iktidar anlamında değil, karar alma ve onu uygulama, uygulatma gücünü de içermektedir.

Modern devlet ya da geleneksel siyasal formlarda topluma egemen olan güç ve otoritenin eylemleri ve bu eylemler karşısında toplum üyelerinin tutum ve davranışlarından oluşan bir etkileşim alanı mevcuttur. Bu yüzden her tür toplum yapısında nitelikleri farklı olsa bile bir iktidar ve siyaset olgusu ile bu olgu çerçevesinde cereyan eden bir siyasal hayat vardır (Dursun, 2013). Dolayısıyla toplumun içinde meydana gelen bazı olaylar, siyasi iktidarın elde edilmesi, kullanılması, el değiştirmesi, yönetilmesi, etkilenmesi için yapılan çabalardır ve bunların tamamına siyasal hayat denmektedir. Siyasal hayatın temelinde yönetilen-yöneten ilişkisi, diyalogu vardır. İktidarda olanlar iktidarda kalabilmek için, iktidarda olmayanlar iktidar üzerine etki ve baskı yaparak toplumun daha iyi yönetilmesini sağlamak için mücadele ederler (Akçalı, 1991: 50).

2.1.2 Siyasal kültür ve toplumsallaşma

Siyasal kültür ve toplumsallaşma siyasal katılım açısından hem çevrimiçi hem geleneksel olarak önemli olduğu düşünülmektedir ve alanyazında da ayrı ayrı incelenmektedir.

2.1.2.1 Siyasal kültür

Kültür en genel tanımıyla, bir topluluk ya da toplumun hayatını meydana getiren maddi ve manevi değerlerin tümüdür (Ozankaya, 1971: 32). Diğer bir tanımda ise kültür, insan ve toplum tarafından yapılan ya da gerçekleştirilen ve kuşaklar arasında sonra gelene miras yolu ile devredilen bütün davranış kalıpları ya da alışkanlıkların tamamı olarak tanımlanabilmektedir (Alpan, 2000: 86). Kültür, sosyal hayat içinde bireyin neleri yapıp yapamayacağını belirterek bireye hazır düşünce ve davranış kalıpları sunar (Kışlalı, 2005: 117). Her toplumun kendine özgü olan kültürü, zamanla oluşan ve topluma yeni katılan bireylere aktarılan bir süreçtir. Toplum hayatını belirleyen ve yön veren siyasete yönelik de, bireylerin ortaklaşa geliştirdikleri görüşler ve beklentiler olacaktır. Toplumda siyasi olguya ilişkin geliştirilmiş olan kanaat ve inançlar, tutum ve davranışlar da toplumun siyasal kültürünü meydana getirir (Tatar, 1997: 31). Siyasal kültür kavramı, bir toplumun siyasal ideolojisi, kimliği, halkın

yerleşik değerleri ve siyasal rolleri gibi başlıkları daha iyi anlamak için ortaya çıkarılmıştır. Bu sebeple siyasal kültür, öncelikle siyasal sistemleri tanımlamak için sonrasında ise siyasal konuları analiz için kullanılmaktadır. Verba'ya göre siyasal kültür, herhangi bir insan topluluğunun siyasi eylemlerinin içinde gerçekleştiği bütünsel çerçeveyi tayin eden tecrübe, inanç, sembol ve değerlerin oluşturduğu sistem olarak tanımlanmaktadır (Türküne, 2003: 223).

Siyasal kültürün siyasal süreç açısından iki görevi vardır. İlk olarak siyasal kültür, bazı inanç ve davranış kurallarının standartlaşması yoluyla, siyasal sürecin devamını kolaylaştırmaktadır. İkincisi; siyasal sistemin benimsenmesini ve bunun sonucunda yönetimin devamlılığını sağlayan bir araçtır (Türkkahraman, 2000: 27). Siyasal kültürün gelişmesindeki en önemli etken ise eğitimidir.

Almond ve Verba; beş ülkede yaptıkları araştırmanın sonunda, siyasi kültür tiplerini, mahalli kültür, uyrukluk kültürü ve katılımcı kültür olarak üçe ayırmışlardır. Mahalli kültür, homojen bir millete dayanmayan yeni devletlerde ya da milli kültür niteliği elde edememiş etnik kimlik yapılarının yaygın olduğu yerlerde görülen siyasi kültür tipidir. Uyrukluk kültürüne sahip vatandaş siyasi sistem hakkında onu tanıyacak kadar bilgiye sahiptir. Fakat kendisi siyasi sistemin dışındadır. Siyasi sistemin bireysel taleplerini dikkate almayacağını ve siyasi sistemi değiştiremeyeceğini düşünerek, pasif durumdadır. Katılımcı kültüre sahip vatandaş ise, siyasi sisteme dair bilgilere sahip olmasının yanında, sistemi değiştirebileceği ve sisteme etki edebileceği şeklinde bir duygu ve değer yargısına da sahiptir. Parti üyeliği, dernek üyeliği, gösteri yapma dilekçe verme gibi siyasal katılım yolları ile sisteme etki etmeyi dener (Akt. Türküne, 2003).

Günümüzde küreselleşme ve iletişim ağlarının gelişmesi gibi nedenlerden dolayı dünya çapında bir siyasal kültür geleneği oluşmaya başlamıştır. Demokrasinin temel ilkeleri hemen her toplumda kabul edilmeye başlanmıştır. Ayrıca siyasal kültürü farklı olan toplumlar da bütün demokrasilerde geçerli siyasal kültürü edinmeye başlamışlardır (Turan, 1996).

Özetle siyasal kültür, siyasal süreçteki tercihler ve beklentiler bağlamında siyasal sistemin sürekliliği açısından hayati bir öneme sahiptir. Siyasal kültür üzerinde ise en

güçlü etken yönetenlere yönetilenler üzerinde etkili olma olanağı sağlayan siyasal toplumsallaşmadır.

2.1.2.2 Siyasal toplumsallaşma

İnsanlar aynı biyolojik yapılarda dünyaya gelseler de sonrasında toplum bireye kurallarını ve kurumlarını öğretmektedir. Bu süreç içerisinde de insan yurttaş haline gelmektedir (Bilgin, 1997: 205). Toplumsallaşma; bireyin yalnızca biyolojik bir varlık olmaktan çıkıp belli bir topluma bütünleştirilmesi sürecidir (Ozankaya, 1977: 99). Toplumsallaşmanın bir başlığını oluşturan siyasal toplumsallaşma; siyasal inanç, değer ve davranışların birey tarafından benimsenme ya da toplum tarafından bireye öğretilme sürecidir (Kışlalı, 2005: 118). Alkan'ın yaptığı bir diğer tanımda ise, siyasal toplumsallaşma, toplumsal, siyasal çevre ile bireyin arasında yaşam boyu süren dolaylı ve doğrudan etkileşim sonucunda, bireyin siyasal sistemle ilgili görüş, davranış, tutum ve değerlerinin gelişmesidir (Alkan, 1989: 8).

Siyasal sistemlerin varlığını devam ettirebilmesi için toplumda siyasal sisteme ilişkin inanç, değer ve tutumların yaygınlaştırılması ve benimsetilmesi gerekmektedir (Turan, 1996: 29). Bireyin belirli siyasal sorunlar karşısındaki olası tercihlerini ve davranışlarını, onun kişiliği, çıkarları, eğitimi ve öncesinde edindiği ideolojik eğilimler yanında, girdiği, üyesi olduğu parti, kurum ve grup ile açıklamak mümkün olabilmektedir (Daver, 1993). Siyasal kültürün tamamlayıcı unsurlarından birisi olan siyasal toplumsallaşma süreci Durdu (2013: 31) 'ya göre, modern toplumların devlet biçimi olan ulus-devletin meşruluk zemininin sağlanmasında önemli bir yere sahiptir.

Her toplumda kültürün gelecek nesillere aktarımı, yetişkin kuşakların kültürünün devamı ya da değiştirilmesi, bazı aracı kurumlar yoluyla yapılmaktadır.

2.1.2.2.1 Siyasal toplumsallaşmada ailenin etkisi

Her çocuk doğumundan itibaren ailesinden oldukça etkilenmekte, bilgiler edinmektedir. Bu siyasal boyutları da içeren bir toplumsallaşma sürecidir (Turan, 1996: 55). Bireyin toplumsallaşması aile temelinde başladığından aile yapısı, ailede alınan karar aşamaları çocuğun toplumsallaşmasını etkiler ve bunun dolaylı siyasal sonuçları da bulunmaktadır. Ailedeki bu eğitim bireyin siyasal otorite ile ilişkilerini, onu kabul etmesinin şartlarını da etkiler (Uysal, 1984: 132).

Aile, kişinin siyasal kültürünü biçimlendiren ana kurumlardan bir tanesidir. Bireyin temel değer ve inançlarını şekillendiren ilk kurum olması ve kamu tarafından denetlenmesinin zor olması nedeniyle, ailenin ayrı bir önemi vardır (Turan, 1996: 57). Birey üzerinde ailenin en özgül etkisi ise parti seçimidir (Alkan, 1989: 62).

2.1.2.2.2 Siyasal toplumsallaşmada okul çevresinin etkisi

Eğitim kurumları da toplumsallaşmada etkili ve yaygın kurumlardandır. Her siyasal sistem, toplum üyelerine tutumlar, değer yargıları ve davranış kuralları öğretme amacındadır. Siyasal sistemlerin çoğu eğitim sistemi aracılığı ile özellikle de tarih, coğrafya ve anadil eğitimi yoluyla gelecek kuşakları kendi sistemini devam ettirebilmek için sadık bir insan olarak yetiştirmeyi hedefler (Türkkahraman, 2000: 33).

Okulun birey üzerindeki etkileri dört başlıkta görülebilmektedir. İlki toplumda egemen olan sınıfların ideolojisini en etkili biçimde benimsetilmesi işlevidir. İkincisi, eğitim düzeyi arttıkça, bireyin otoriterlik eğilimleri azalır. Üçüncüsü, bireyin eğitim seviyesi yükseldikçe siyasal konulardaki bilgileri ve ilgileri de yükselir. Dördüncüsü ise, okul bir eğitim kurumu olduğundan gençler siyasal bilgilerinin çoğunu dolaylı ya da dolaysız olarak eğitimleri sırasında öğrenmektedirler (Alkan, 1989: 86).

2.1.2.2.3 Siyasal toplumsallaşmada arkadaş çevresinin etkisi

Arkadaşlıklar, bireyin üzerinde ailesinin etkisinin azaldığı bir dönemde başladığından arkadaş grupları bireyin siyasallaşmasında önemli bir belirleyici olmaktadır (Kalaycıoğlu, 1984: 162). Birey yaşı ilerledikçe siyasal başlıkları daha çok arkadaş grupları içinde tartışmaya başlamaktadır (Kışlalı, 2005: 119). Arkadaş, bireyin siyasal tutumlarının bir yapı kazanmaya başladığı yaşlarda bireye etki ederek bazen de ailenin etkisini geçerek en çok etki eden faktörü oluşturmaktadır. Bireyin siyasal yaşamdaki değişimlere uyumunu sağlayan bilgi ve tutumları ona aktarır (Kalaycıoğlu, 1984: 160).

2.1.2.2.4 Siyasal toplumsallaşmada dernek ve örgütlerin etkisi

Dernekler, mesleki örgütler ve siyasal partilerin de bireyin siyasal toplumsallaşmasında belirli etkileri vardır. Örgütler oluşturdukları değerlerini, siyasal görüşlerini bireye aktarmaktadırlar. Örgütlere katılımda bireyin işi, arkadaş grubu ya da kendisine yakın bulduğundan bir siyasi partiye üye olma gibi etkenleri vardır. Örgüt üyeliği bireyin ne tür siyasal olayları izleyeceğini, onları nasıl değerlendireceğini belirleyen, siyasal sistemin işleyişi hakkında bireyin bilgisini arttıran etkilere sahiptir.

Siyasal örgütler üyelerine doğrudan ya da dolaylı yoldan bazı siyasal inanç, tutum ve değerleri benimsetme çabasındadırlar (Kalaycıoğlu, 1984: 174).

2.1.2.2.5 Siyasal toplumsallaşmada kitle iletişim araçlarının rolü

20. yüzyılda teknolojinin gelişmesi ile kitle iletişim araçları günlük hayata katılmaya başlamış, televizyon kanallarının çoğalması, gazete, dergi ve internet sayesinde kitle iletişim araçlarının önemi artmıştır. Kitle iletişim araçları, okuyucusu, seyircisi ve dinleyicisine bilgi aktaran, olaylar ve gelişmeler konusunda bilgi ve haber veren araçlardır. Bilgi ve haber vermenin yanında bireylere belli tutum ve değerleri de aktarma, bireyin yönlendirilmesi gibi işlevleri de bulunmaktadır (Dursun, 2006: 227). Kitle iletişim araçlarını izleyen birey çevresindeki olayla hakkında bilgilenir. Kitle iletişim araçlarını daha çok takip edenlerin, siyasal yaşama daha çok katıldığı, ilgilendiği ve siyasal konular hakkında tartıştığı gözlenmiştir (Çukurçayır, 2000: 86). Güz, 27 Mart 1994 seçimleri öncesinde Ankara'da yaptığı araştırmada, kitle iletişim araçlarının önemini belirtmiştir. Siyasal parti tercihini belirlerken katılımcıların yaklaşık %75'i kitle iletişim araçlarından etkilendiklerini ifade etmişlerdir (Güz, 1995).

Kitle iletişim araçları gündem belirleme ve kamuoyu oluşturmada önemli bir güce sahiptir. Genel siyasal ve kültürel ortamı belirlemekte, gündemi tespit etmekte ve insanların tutum ve düşüncelerini yönlendirmektedir (Kalender, 2005: 118).

2.1.3 Siyasal davranış

Davranış, insanların ve meydana getirdikleri toplumların, toplumsal olaylar karşısında gösterdikleri tepkiler ve bunlarla ilgili aldıkları eylemsel tavırlardır (Öztekin, 2003). Davranış, tutumlarımızın gözlenebilen sonucudur. Siyasal davranış ise, siyasal olaylarla ilgili alternatifler arasında bir seçim yapmak ve buna uygun eyleme yönelmektir (Daver, 1993: 72). Milbrath da siyasal davranışı, hükümet kararları ile ilgili süreç, hükümet kararlarını etkilemeyi amaçlayan davranış olarak görmektedir (Gülmen, 1979: 7).

Birey eğer bir siyasal davranışta bulunacaksa önce harekete geçmeye karar vermesi gerekmektedir (Daver, 1993: 204). Siyasal davranışın yönünü içinde bulunulan toplumun yapısı ve siyasal koşulları etkilemektedir. Davranış kendi içinde kapalı bir işleyişin sonucu değildir. Çevre ile karşılıklı etkileşim sonucunda ortaya çıkan bir olaydır (Baykal, 1970: 31).

Bireyin siyasal davranışının, hem statüsüne, hem de toplumsal yapıya bağlı oluşu nedeniyle, kişinin siyasal davranışı toplumun kendisini devam ettirایشinin bir aracı olarak görev yapmaktadır. Siyasal sosyalizasyon, toplumun kendisini bireyde devam ettirmesinden başka bir şey değildir. Siyasal davranış, bireyin toplumda bulunduğu yerin bir işlevi olmaktadır. Yapılan araştırmalarda, siyasal davranışın bilgisel temelini hiç de sağlam olmadığı ve davranışın rasyonel düşünceden çok, sosyal baskılara dayandığı görülmüştür (Baykal, 1970: 151).

2.1.4 Siyasal katılım

İnsanların siyasetle ilişkisi, en genel haliyle yöneten-yönetilen ilişkisinin doğumu kadar eskidir. Devletin ve toplumsal yapının geçirdiği değişim, insan-siyaset ilişkisine yeni bir anlam kazandırmıştır. Günümüzde demokratik ya da antidemokratik bütün çağdaş siyasi rejimlerin meşruluğunu topluma dayandırdığı, en azından böyle bir iddiayı öne sürdüğü görülmektedir. Bir rejimin demokratikliği, vatandaşlara sunulan siyasal katılma olanaklarıyla ölçülmektedir (Kışlalı, 2003: 220). Bu şekilde söz konusu rejimlerde, siyasal iktidarın belirlenmesi ve denetlenmesi süreci olan siyasete, vatandaşların karışması öngörülmektedir. Günümüzde bir siyasal yapı, varlığını devam ettirebilmek için asgari de olsa toplumsal bir desteğe ihtiyaç duymaktadır. Toplumsal desteğin en önemli göstergelerinden biri ise siyasal katılım ya da siyasal katılma olarak tanımlanan etkinlikler bütünüdür (Öz, 1992: 39).

Bu bağlamda siyasal sistem, vatandaşların istekleriyle, bunlara yönelik çıktıklarından oluşan tepkiler ve eylemler ile bir bütün olarak ortaya çıkmaktadır. Ayrıca devletin artan fonksiyonları, bireylerin yaşamlarını daha yoğun etkileyen etkinlikleri, bireyin ve topluluğun siyasal sürece daha çok katılımına ve onu etkileme çabasına sebep olmaktadır (Kahraman, 2001: 52).

Katılım kavramı, günlük dilde oldukça kullanılmasına rağmen oldukça belirsiz bir kavramdır. Herhangi bir özel işletmede çalışanların yönetsel kararların oluşumuna katılmaları, bir sendika ve dernekte görev alma, herhangi bir siyasal, sosyal, ekonomik ve kültürel olayın ya da durumun protestosu, değişik ideolojiler ve onların toplumsal yansımalarına ilişkin takınılan tutumlar, yerel ve genel düzeyde siyasal kararları etkileme gibi birçok konu katılım kavramı içerisinde yer almaktadır (Çukurçayır, 2002:25).

Siyasal katılım kavramı da çok farklı anlamlarda kullanılabilen, bu sebeple de yararlılığını yitirmeye yatkın terimlerdenidir. Siyasal katılma her şeyden önce bir siyasal davranıştır (Baykal, 1970: 29). Kavram, siyasal sistemin her düzeyinde yer alan bireylerin eylemlerini anlatmak için kullanılmaktadır; örneğin seçmen oyunu kullanarak katılmaktadır. Bakanlar vb. ise siyasetin oluşum sürecine katılmaktadır. Katılım kimi zaman eylemleri değil, yönelişleri anlatmak için de kullanılmaktadır. Vatandaş siyasete ilgi duyunca katılım davranışı göstermiş olabilmektedir. Bunlara ek olarak, katılım ya da katılma deyiminin alıştığımız siyaset tanımının dışında kalan durumları ifade etmek için de kullanıldığı da görülmektedir. Kısaca tanımlamak gerekirse; siyasal katılım, siyasal sistem içinde yurttaşların doğrudan ya da dolaylı biçimde yöneticilerin seçimini ve kararlarını etkilemeyi amaçlayan eylemlerin bütünüdür (Çam, 2002: 169). Diğer bir tanıma göre ise, vatandaşların hükümet yetkililerinin seçimini ve onların yaptıkları işleri doğrudan ya da dolaylı olarak etkilemek amacıyla giriştikleri yasal eylemlerdir (Nie vd., 1989). Bu tanımların ortak noktası ise yönetilenlerin, kendilerini yönetecek kişileri seçmesi ve onların izleyeceği siyasete yön vermesidir.

Siyasal katılımın tanımında siyasal bilimciler arasında bir anlaşma olmamasına rağmen nitelikleri ve hedefi konusunda ortak bir yönelim vardır. Bu bağlamda siyasal yöneticilerin belirlenmesi ile bunların aldıkları ve alacakları kararları, eylem ve davranışlarla etkilemeleri siyasal katılımın temel amacı olarak öne çıkmaktadır. Siyasal katılımın iki ana alanda ortaya çıktığı ifade edilmektedir; birincisi siyasal toplumu yönetecek siyasal yöneticilerin seçiminde, ikincisi ise bu yöneticilerin siyasal kararlar almaları sürecinde. Bu tarz bir ilişkide taraflardan birini bireyler, diğerini ise siyasal iktidar yetkisini kullananlar oluşturmaktadır (Dursun, 2013).

Siyasal katılım kavramını Kalaycıoğlu (1983), siyasal kararları etkilemek üzere yapılan tüm eylemler olarak tanımlamıştır. Buna göre, bir genel ya da yerel seçimde oy vermektan, bir seçim kampanyasına mali katkıda bulunmaya, pankart taşımaktan, tartışmada bulunup çözüm aramaya kadar çeşitli eylemlerin tamamı siyasal katılım olayını oluşturan eylemler olarak kabul edilebilirler. Bir siyaset adamına kurşun sıkmak; gösteri, boykot, yürüyüş yapmak gibi etkinlikler de bu tanıma girebilmektedir.

Yücekök (1987)'e göre kişi; çıkarlarını korumak, çevre edinmek, sosyal dayanışma sağlamak, toplumda kendine bir yer edinmek ve yabancılaşmak istemediği gibi nedenlerle siyasal katılım etkinliklerinde bulunmaktadır. Sanayileşmesini

tamamlamış tüketim toplumlarında erkekler, eğitilmişler, şehirleşenler, yüksek statü ve gelir sahipleri, kurumlara üye olanlar gibi kişiler diğerlerine oranla daha çok siyasal yaşama katılım göstermektedirler. Siyasi partilerin yapısı, halkın eğitim seviyesinin yüksek olması, sivil toplum kuruluşlarının yaygınlaşması ve kitle iletişim araçlarının etkinliği gibi birçok unsur da katılım davranışının artması bakımından öneme sahiptir (Çukurçayır, 2002: 32).

Bir başka görüşe göre ise insanlar genel olarak dört farklı sebepten siyasete katılırlar. İlki olan kişisel bağlılığa dayanan katılma, az gelişmiş ülkelerin kırsal bölgelerinde görülür. Seçmenler bağlılıklarından dolayı geleneksel liderler tarafından siyasal katılma için harekete geçirilirler. İkincisi olan dayanışmadan doğan siyasal katılma ise, seçmenin ait olduğu sosyal gruba olan bağlılığını göstermek üzere, çoğunlukla aynı yönde katılma eylemine yönelmesidir. Çıkara dayanan siyasal katılmada, seçmen, çıkarına göre katılımda bulunur. Son olarak yurttaşlık duygusuna dayanan siyasal katılmada ise, bireyin kendi vicdani yükümlülük duygusundan ve görev hissinden kaynaklanan katılmadır (Özbudun, 1975).

Bir diğer noktada Dahl ise siyasal katılımın boyutlarını, “ilgi, önemseme, bilgi ve eylem” şeklinde sıralamaktadır. İlgi, siyasal olayları izlemeyi, takip etmeyi; önemseme, siyasal olaylara önem vermeyi; bilgi, olaylar ve sorunlar hakkında bilgi sahibi olmayı; eylem ise siyasal olaylara aktif olarak katılmayı ifade etmektedir. Siyasal katılımın bu dört boyutu, birbiriyle ilgisi olmayan tutumlar değildir; aksine yapılan araştırmalarda bu unsurlar arasında yakın bir ilişki olduğu ortaya konmuştur. Örneğin seçim sonuçlarına ilgi gösteren kimselerin, seçim kampanyasını önemseyerek daha çok bilgi sahibi olanların, seçimlerde oy kullanma oranlarının da, ilgisiz olanlara karşılaştırıldığında daha yüksek olduğu görülmektedir (Kapani, 2005). Siyasal katılımın ortaya çıkmasında ise en genel anlamda “halkın iktidarı” olarak tanımlanan ve demokrasi belirleyici olmuştur. Bu bağlamda modern demokratik sistemlerde halkın siyasal karar alma sürecine katılım göstermesi söz konusudur.

2.1.4.1 Siyasal katılım biçimleri

Bireylerin siyasal sistem karşısındaki tutum farklılıklarından yola çıkarak sekiz tür siyasal katılım biçiminden bahsedilmektedir.

- **Açık ve gizli siyasal katılım:** Siyasal davranışların bazıları, herkesin gözü önünde açıkça yapılırken (gazetelere yazı yazma, televizyonda konuşma vb.), bazıları ise evde ya da özel toplantı şeklinde gizli yapılmaktadır.
- **Özerk ve zorunlu katılım:** Siyasal sisteme katılımında bazı davranışlar, istenerek kendiliğinden yapılmaktadır. Bazıları ise, karşı konulmaz bir talep üzerine gerçekleşmektedir (vergi ödemek).
- **Yaklaşan ve kaçınan katılım:** Yaklaşan davranışta herkesin öznesi ile nesnesi arasında pozitif bir çekme söz konusu iken, kaçınan tutum ve davranışlarda negatif bir durum görülmektedir. Kaçınan tutum ve davranışlarda özne, daha çok maliyeti hesaplarken, yaklaşan tutum ve davranışlarda ise ödülü düşünmektedir.
- **Geçici ve devamlı katılım:** Siyasal katılım bazı hallerde geçici, bazı hallerde ise devamlıdır. Örneğin oy verme yalnızca seçim zamanlarında yapılan bir siyasal katılım olup sürekliliği yoktur. Oysa bir siyasi partiye üyelik devamlı bir siyasal katılıma işaret etmektedir.
- **Siyasal sisteme belli çıkarlar doğrultusunda katılım:** Siyasal sisteme katılım, belirli davranışlar (oy verme, gösteriye katılma, propaganda yapma vb.) karşılığında bireyler siyasal sistemden bir takım sonuçlar, menfaatler, hizmetler beklerler.
- **Açıklayıcı ve araçsal katılım:** Mitinglere katılma, siyasal sembollerin kullanılması, protesto eylemleri, siyasal tartışma açıklayıcı katılmaya örnek olarak verilebilir. Araçsal katılım, araçların kullanılması ve değiştirilmesi ile ilgili eylem ve etkinlikler kapsamaktadır. Örneğin, lider seçimi, parti içi etkinlikler, para yardımıyla bulunma, siyasal bir konuda bilgi toplama gibi.
- **Sözlü ve sözsüz katılım:** Bir siyasal konuyu tartışmak, açık oturuma katılmak sözlü bir siyasal katılımıdır. Buna karşılık mitinglerde bulunmak, protesto yürüyüşleri, mektup yazmak, propaganda broşürleri göndermek gibi eylemler de sözsüz katılımı ifade etmektedir.
- **Sosyal ve sosyal olmayan katılım:** Siyasal etkinlikte bulunan kişi, toplumun diğer kişileri ile birlikte olursa, etkinlik belirli bir grup dinamiği içerirse, sosyal anlamda bir katılım söz konusudur. Bu katılım türüne, kapı kapı dolaşarak siyasi bir parti için yardım yapılmasını istemek ve destek sağlamak örnek olarak gösterilebilir (Milrath ve Goel'den akt. Topbaş, 2009: 148-149).

Bireylerin siyasal sistem karşısındaki tutumları, davranışları çok çeşitlidir. Bazı bireyler siyasal sistemi olduğu gibi kabul ederler. Bu kişiler davranışlarını siyasal sisteme adapte etmekte hiç zorlanmazken, bazıları ise sistemi değiştirmek için çaba harcamaktadırlar. Bu açıdan bakıldığında insanların bir kısmı siyasal sistemle yakından ilgilendiği için aktif siyasal katılım içindedir. Diğer kısımda kalanlar ise siyasal sistemle çok az ilişkide bulunduğu için pasif katılım sergilemektedir. Bir grup vatandaş da vardır ki siyasetle hiç ilgilenmezler; bunlara da aporetik ya da parokial (hareketsiz vatandaşlar) denmektedir (Daver, 1993: 203). Van Deth (2008: 531) de siyasal katılımı, siyasal kararları etkilemeye yönelik vatandaş etkinlikleri olarak ortaya koymaktadır. Bu yönüyle siyasal katılım, oy verme, imza toplama ve sokak protestoları gibi aktiviteleri de içermektedir. Pek çok çalışmada siyasal katılımın farklı biçimleri tartışılmaktadır.

Bireylerin siyasete katılma davranışlarını yedi gruba ayırabiliriz (Öztekin, 2003):

- **Politikacılarla ilişkiler kurma:** Bireylerin siyasal sistemde görevli kişilerle, siyasi partilerin lider kadrosu ya da yerel yöneticilerle vatandaşların çıkarı için doğrudan ve dolaylı ilişkileri bir siyasal katılmadır.
- **Seçimlerde oy kullanma ve siyasi partiler için çalışma:** En genel katılma şeklidir. Birey oy verdiği, dünya görüşünü savunduğu, programını beğendiği siyasi partinin seçimi kazanması için partinin seçim kampanyalarında çalışabilir.
- **Siyasal alanyazını izleme:** İnsanların kendi çevreleri, ülkesi ve dünyadaki toplumsal sorunlarla ilgilenmesi de bir siyasal katılmadır. Siyasal olayları takip eden bireyin dünyaya ve olaylara bakış açısı gelişir.
- **Siyasal tartışmalara katılma:** Birey kendi ailesi içinde, bulunduğu çevrede ya da ülke ve dünyadaki güncel siyasal, ekonomik ve toplumsal olayları tartışır. Yalnız siyasal tartışmalara katılabilmek için de belirli düzeyde siyasal ve toplumsal bilgi birikimi olmalıdır.
- **Siyasal örgütlere üye olma:** Siyasal katılmanın en ileri şekli siyasal gelişmelerin içine karışarak yapılandır. Siyasal katılmanın oy verme davranışından sonra ikinci etkili yolu siyasi parti, dernek ve sendika gibi örgütlere üye olmaktır. Siyasi örgütlere üye olanlar, örgütün verdiği görevleri yaparak siyasal ve toplumsal olaylara daha aktif katılırlar.

- **Siyasal eylemlere katılma:** Siyasal katılmanın bir türü de insanların tek ya da toplu olarak miting, gösteri, grev gibi siyasal eyleme katılmasıdır. Siyasal eylemlere katılma çoğu zaman örgütlerin desteği ve toplu katılım ile etkili olur. Örgütlü olarak yapılan siyasal etkinliklerle kamuoyu oluşturup, siyasal sisteme baskı yaparak sorunlar daha etkili olarak çözümlenebilir.
- **Bağışta bulunma:** Genellikle varlıklı kişilere özgü bir siyasal katılma türüdür. Günümüzde siyasi partilerin sesini duyurmak propagandasını yapmak için nakdi desteğe ihtiyacı vardır. Bağışta bulunma da siyasi partiler için çok önemlidir.

Milbrath ise bir çalışmasında, siyasal katılma içinde yer alan eylemleri zorluk sırasına göre şu şekilde sıralamaktadır (Milbrath, 1965: 18):

Gladyatör etkinlikleri:

- Kamuya ya da siyasal partiye ait bir mevkide çalışmak
- Siyasi bir makama aday olmak
- Siyasal amaçlı para toplamak
- Partinin stratejik toplantılarına katılmak
- Siyasal partinin aktif üyesi olmak
- Seçim kampanyasında etkinlikte bulunmak

Geçiş etkinlikleri:

- Bir siyasal toplantı ya da gösteri, mitinge katılmak
- Bir parti ve adayın kampanyasına para yardımı yapmak
- Bir siyasal lider ya da bürokratla görüşme ya da temasa geçmek

İzleyici etkinlikleri:

- Parti ya da aday rozeti taşımak
- Başkalarını herhangi bir parti ya da adaya doğru oy kullanmaya ikna etmeye çalışmak.
- Bir siyasal konu hakkında Politik konuşmalara ya da tartışmalara katılmak
- Oy vermek
- Siyasal uyarılara açık olmak ve kabul etmek

2.1.4.2 Siyasal katılımı etkileyen faktörler

Siyasal katılımın çeşitli bireysel ve toplumsal başlıklardan etkilendiği konusunda görüş birliği vardır. Sosyoekonomik, psikolojik ve siyasal değişkenler, kişinin siyasal katılmasına hem yoğunluğu hem de yönü bakımından tesir etmektedir. Bireyin sosyoekonomik çevresi ve siyasal katılma düzeyi arasında yakın bir ilişki vardır. Ayrıca sanayileşme, şehirleşme, okur-yazarlığın ve kitle haberleşme araçlarının artışı ve kişi başına düşen ulusal gelirin yükselişi gibi modernleşme süreçleri, halkta daha iyi kamu hizmetleri yönünde istekler yaratmaktadır. Bu istekler, bir süre sonra, toplumda siyasal katılmanın artması ve seçimlere katılma oranının yükselmesini sağlar (Özbudun, 1975:195).

Genel olarak bakıldığında siyasal katılımı etkileyen faktörleri üç alanda toplamak mümkündür: Bunlar sosyal, psikolojik ve siyasi-hukuki faktörlerdir (Dursun, 2013).

2.1.4.2.1 Psikolojik faktörler

Siyasal davranışın ortaya çıkmasında psikolojik faktörlerin de etkisi bulunmaktadır. Bireyin taşıdığı etkinlik ve girişkenlik duygusu çoğu zaman katılmayı uyarıcı, yabancılaşma duygusu ise azaltıcı unsur olmaktadır (Dursun, 2013). Bir diğer unsur olarak da siyasal ilgi ve siyasal güdüyü saymamız mümkündür. Siyasal olayları sürekli izleyen bir kişinin siyasal güdüsü de artacaktır (Kalaycıoğlu, 1983). Siyasal katılmayı olumsuz etkileyen psikolojik faktörlerin başında ise yabancılaşma, sosyal edilgenlik ve bireysel soyutlanma gelmektedir (Çukurçayır, 2002: 59).

2.1.4.2.2 Hukuki ve siyasi faktörler

Bütün siyasal sistemlerde siyasal süreçlerin işleyişi ve yurttaşın bu sürece katılımı belli kurallara bağlanmıştır. Anayasa başta olmak üzere yasalarla siyasal sisteme bir çerçeve çizilmektedir. Ülkelerin yönetilmekte olduğu rejim de yine katılımın farklılaşmasına etken olmaktadır (Dursun, 2013b: 111).

2.1.4.2.3 Sosyal faktörler

• Cinsiyet

Çoğu toplumda cinsiyet temelli bir rol farklılaşması bulunmakta ve bu durum siyasal davranışlara da yansımaktadır. Cinsiyetler arasındaki bu rol farklılaşması erkeklerde siyasal katılım sürecini arttırırken, kadınlarda ise daraltmaktadır. Hukuk yönünden böyle bir farklılaşma söz konusu olmasa bile sosyolojik bakımdan böyle bir gerçeklik bulunmaktadır. Ekonomik ve siyasal gelişmesi ileri düzeyinde olan

toplumlarda bile, kadınların oy kullanma hakkı elde etmesi yakın geçmişte gerçekleşmiş bir olgudur. Erkeğe evin dışındaki roller belirlenirken kadınlara aile içinde olan ve eve yönelik roller verilmektedir. Kadınlar ev dışında erkeklerden daha az vakit harcamaktadırlar, ev dışındaki bireylerle daha az etkileşimde bulunmaktadırlar. Siyasal konulardaki bilgileri de erkeklerden daha azdır. Bu gerçeklerin etkisi altında, kadınların siyasal katılmasının da düşük düzeylerde olduğunu söyleyebiliriz (Turan, 2000: 80). Siyasal eylemlerde bulunabilme yönünden erkeğin sosyoekonomik altyapısı ile kadının ki arasında farkların olması da kadınlar için olumsuz bir durum meydana getirmektedir. Ev ve aile içi roller yüklenen kadınların siyasal hayata da çok aktif bir katılımı beklenemez (Dursun, 2013). Bu nedenle kadınlar, oy vermek daha az zaman ve enerji harcamayı gerektiren siyasal katılım türlerinden birine yönelirken, hükümet ve bürokrasiyle ilgili ilişkilerde daha çekingen bir davranışı benimsemektedir (Kalaycıoğlu, 1983).

Kadınların siyasete erkeklerden daha az ilgi duymalarının birçok nedeni vardır. Kadınların siyasete katılımları erkeklere göre her toplumda az olmasına rağmen, toplumların yapısına göre kadınlar arasında siyasete katılımın boyutları değişmektedir. Cinsiyet etkeni, aynı toplum tipindeki kadınların kendi aralarında da eğitim, evli olup olmama, çalışıp çalışmama ve yaş gibi sebeplerle farklılaşabilmektedir. Bu bağlamda düşünüldüğünde, eğitim seviyesi yüksek, meslek sahibi olan kadınların her düzeyde siyaset alanına katıldıkları yapılan araştırmalarda ortaya konmaktadır (Öztekin, 2003).

- Yaş

İnsanların siyasetle ilgilenmeleri ve bilgi edinmeleri çocukluk yaşlarından itibaren aile içinde gelişmektedir (Tatar, 1997: 122). Farklı kuşaklar, farklı toplumsallaşma etkileri altında, farklı olayların yaşandığı dünyalarda erginliğe geçen gruplar olarak siyasal katılım farklılıkları gösterebilmektedir (Kalaycıoğlu, 1983).

Gençlerin geleneksel siyasal katılım türlerine daha az ilgi duydukları bulunmuştur. Ayrıca, gençlerin güçlü ve geleneksel yapılara karşı olan ideolojilere yakınlık duydukları gözlemlenmiştir. İlerleyen yaşlarda bireyin siyasal tercihleri yerine oturmaktadır. Bu nedenle de yaş ilerledikçe siyasal katılım da artar. (Çukurçayır, 2002:66).

Genç bireylerin siyasal katılım düzeylerinin düşük olmasının nedenlerine bakılacak olursa; gençler, yaşça büyük olanlara göre daha çok yer değiştirir, seyahat ederler. Bu yüzden çevre hissi ve aidiyetleri zayıftır (Yücekök, 1987).

- Eğitim

Eğitimle siyasal katılım arasında anlamlı ilişkilerin bulunduğu düşünülmektedir. Eğitim düzeyinin yükselmesinin bireylerin siyasal katılımlarını artacağı, yüksek eğitilmiş kişilerin daha düşük seviyede eğitim alanlara oranla daha çok katılım göstereceği savunulmaktadır. Eğitim bir yandan bireylerin siyasal toplumsallaşmasına katkı sağlarken diğer yandan siyasete karşı ilgi ve bilgilerin kazanılmasında etkili olmaktadır (Dursun, 2013).

Eğitim seviyesinin artışı ile birlikte siyasal katılım seviyesinin de artacağı yönündeki hipotez, birçok araştırma ile kanıtlanmıştır. Buna göre her kademedeki eğitim artışı kendisini siyasal katılım oranında bir artış ile hissettirebilmektedir. Bununla birlikte asıl önemli değişmeyi yaratan faktörün ise yüksek eğitim olduğu görülmektedir (Baykal, 1970:54). Açık oturumlar, gösteri yürüyüşleri vb. hep üniversite öğrencilerinin ve yüksek eğitilmiş kişilerin başvurdukları araçlardır. Siyasal partilerin yönetici kadrolarında da daha çok eğitim düzeyi yüksek kişiler egemendir (Sitembölükbaşı, 2001: 37).

Kalaycıoğlu (1983)'na göre eğitim, toplumsal statüyü yukarı çekme, bireye örgütsel ve siyasal etkinlik için geçerli olabilecek donanımı sağlama, soyut düşünme ve karmaşık siyasal ilişkiler düzenini anlayabilecek bilişsel beceri sağlama noktasında büyük bir öneme sahiptir. Bu bakımdan eğitim, bireyde yurttaşlık duygusu oluşturma ve siyasal kararlara etki için eğilim yaratma gibi işlevleriyle siyasal katılım üzerinde çok önemli bir etki meydana getirmektedir.

- Sosyo-ekonomik statü

Bir toplumda siyasal katılım düzeyi, sosyoekonomik statüye bağlı olarak değişebilmektedir. Daha çok eğitim görmüş olanlar, daha yüksek gelir sahipleri ve yüksek statülü işlerde çalışanlar, çoğu zaman, fakir, eğitimsiz ve aşağı statülü mesleklerde olanlara oranla daha çok katılım göstermektedirler (Dursun, 2013).

- Gelir

Gelir de diğer birçok değişken gibi siyasal katılımı ile ilgili önemli alanlardandır. Ekonomik bakımdan zengin olan yüksek gelirli bireylerin, eğitim düzeyleri yüksek olmasa bile, siyasal bakımdan daha etkin bir yerde oldukları bilinmektedir (Çukurçayır, 2002: 74).

Yapılan araştırmalar, alt gelir grubunda bulunanların üst gelir grubundakilere göre siyasete ilgisiz olduklarını, katılımlarının az olduğunu göstermektedir. Bunda yaşam koşullarının etkisi; yani fiziksel ihtiyaçların zor karşılanmasıyla bir üst statüye geçişin zor olması, kişilerin sosyal alanın dışında kalmalarına sebep olmaktadır. Ayrıca, gelirin gazete, dergi, internet vb. bilgi-iletişim kaynaklarına ulaşmada etkin bir araç olması nedeniyle alt gelir grubundaki insanların olanakları kısıtlanmakta, öğrenememenin vermiş olduğu olumsuz durum, ilgisizliği doğurmaktadır (Turan, 2011: 164). Bütün toplumlarda gelir dağılımında eşitsizlik piramitleri bulunmaktadır. Sonuç olarak da en çok kaynağa sahip olanların, en çok siyasal katılımı buldukları görülmektedir (Çiftçi'den akt. Topbaş, 2009: 165).

- Meslek

Meslek ile siyasal katılım konusunda bazı genellemelere ulaşmak mümkündür. Mesleklerin bazı yönleriyle siyasal katılım üzerinde belirli bir etkiye sahip olduğu söylenmektedir. Bazı meslekler siyasal katılımı artırıcı yönde etkili olurken bazıları ise sınırlayıcı etkide bulunmaktadır. Bazı meslekler siyasal kararlardan ve hükümetlerin etkinliklerinden doğrudan etkilenmektedir. Bu nedenle bu tür meslek sahiplerinin ilgileri hükümetin üzerindedir. Bağımsız olarak iş yapanlarda ise dayanışma durumu az ve etkileme gücü düşük olduğu için siyasal katılım üzerindeki etkisi de daha sınırlı kalmaktadır (Dursun, 2013). Ayrıca çeşitli hukuki düzenlemeler nedeniyle kamu hizmeti verenlerin de siyasal katılımının nispeten düşük seviyelerde olduğu görülmektedir.

- Etnik köken

Siyasete katılım siyasetle ilgilenme bireylere bir aidiyet duygusu kazandırmaktadır. Bunun karşısında “mahrumiyet” güdüsü de siyasete katılımı etkileyen faktörlerden birini oluşturmaktadır. Kendini bazı haklardan mahrum hisseden bireyler, demokratik yollardan daha çok katılım göstermek için haklarını elde etmenin

yollarını arayabilmektedirler (Çaha vd., 2008: 50). Bu bağlamda, bir toplumda hak arayan etnik azınlıklar ne kadar çok ise o toplumda her düzeyde siyasete katılım da o kadar yoğun olmaktadır. ABD ve İsveç gibi ülkelerde olduğu gibi etnik azınlıklar çok olmasına rağmen çıkar çatışmaları az ise bu tür toplumlarda sosyal sorunlar, uyuşmazlıklar büyük ölçüde çözülmüş olacağından siyasal katılım da yoğunluğunu yitirecektir (Öztekin, 2003).

- Aile

Aile, çocuğun kimlik ve kişilik kazanmasında en önemli kurumların başında yer almaktadır. Çünkü çocuğun okula kadar en yoğun ilişki geliştirdiği kesim ailesidir. Kişinin temel değer ve inançlarını şekillendiren ve siyasal kurumlar tarafından denetlenmesi en zor kurum olan aileler; çocuğa kendi kültürel dünyasının değerlerini, ilkelerini ve kurallarını öğretebilmektedir. Aile içindeki hiyerarşik yapı, ideolojik tanımlamalar, siyasi simgelerin anlamlandırılması, büyük oranda aile içi ilişkiler tarafından meydana getirilmektedir (Çetin, 2003: 72).

- Yerleşme biçimi

Siyasal eylemlerde farklı açılardan bakarak kent ya da kırsal yaşamın siyasal katılımında daha etkin rol oynadığını savunan farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Bazıları köy hayatının siyasal katılımı arttırdığını düşünürken bazıları şehirde katılımın daha yüksek olacağını savunmaktadır (Kalaycıoğlu, 1983).

- Örgüt üyeliği

Toplumsal örgütlere üye olmak siyasal ilgi, etkinlik ve bilginin artmasını sağlayabilmektedir. Demokratik bir toplumda örgüt üyeliğinin demografik tabanlı faktörlerden de bağımsız bir biçimde siyasal katılımı teşvik edici olduğu gözlenmiştir (Kalaycıoğlu, 1983).

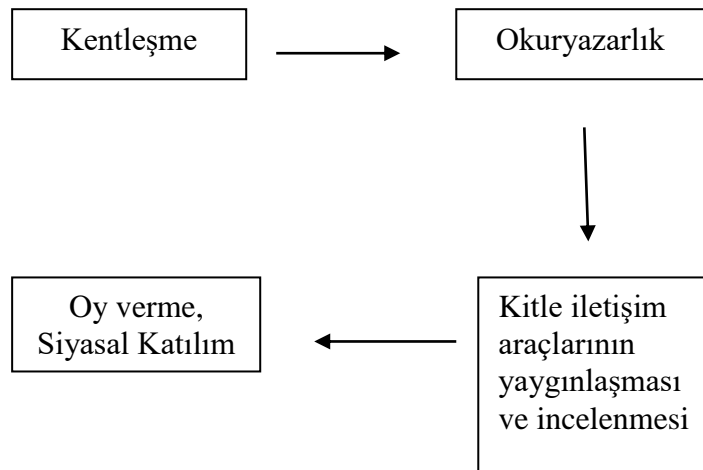
- Kitle iletişim araçları

Yurttaşların siyasete ve siyasal kararların alınması sürecine katılmaları da genellikle kitle iletişim araçları ile olmaktadır. Bu süreçte kitle iletişim araçları, vatandaşların görüşlerine yer veren bir araç olarak önemli bir işlev üstlenmektedir (Karaçor, 2006: 130). Günümüz dünyasında toplumsal ve siyasal olayları bireylere en kısa zamanda ve tüm içeriği ile ulaştırabilmenin en etkili yolu kitle iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçlarının siyasal yaşamda önemli bir rolü bulunmaktadır. Kitle iletişim araçları bireyin, çevresindeki olaylar hakkında bilgilenmesini, çevresini algılamasını

kolaylaştırmaktadır. Bu nedenle kitle iletişim araçlarını daha çok takip edenlerin siyasal yaşama yoğun katıldığı, ilgilendiği ve siyasal yaşam hakkında tartıştığı gözlenmektedir (Çukurçayır, 2002; 72).

Siyasal davranışlardaki değişim genellikle kitle iletişim araçlarından yararlanma olanağına bağlanmaktadır. Bireysel değerleri etkileyen ve oluşturan bu araçlar aynı zamanda toplumsal siyasal kültürün oluşmasına ve kuşaklar arası bilgi ve değer aktarımına da yardımcı olmaktadır. Kişinin siyasal sistem hakkında bilgi sahibi olabilmesi için kişisel tartışmalara katılımın yanında, radyo, televizyon, gazete ve internet gibi araçlara ulaşabilmesi gerekmektedir (Özer, 2008;29).

Zittel'e göre, bireyler, siyasal sistemin eylemlerine ve kararlarına erişebildiği ölçüde bilinçlenmekte ve güçlenmektedir. Bu bağlamda kitle iletişim araçları, sistemin girdilerini ve çıktılarını taşıma rolü üstlenirken, siyasal katılım davranışını tetiklemektedir. Bu aşamada kişi, siyasal karar alma organlarını kitle iletişim araçlarıyla daha yoğun takip edebilmekte ve siyasal katılım adına olumlu ya da olumsuz tepkisini de daha hızlı bir şekilde siyasal iktidarı kullananlara iletebilmektedir (Dilber, 2012). Lerner, bu konuda batıyı örnek göstererek batıda görülen kentleşme ve artan okuryazarlığın, kitle iletişim araçlarının daha etkili olmasına, artan kitle haberleşme araçlarının ise daha geniş ekonomik ve toplumsal katılıma yol açacağını belirtmektedir (Kongar, 1972; 193)(Şekil 1).



Şekil 1: Siyasal Katılım ve Kitle İletişim Araçları İlişkisi

Kaynak: Lerner'dan Aktaran Kongar, 1972

Kitle iletişim araçları hem siyasetçilerin kitlelere ulaşmaları bağlamında hem de bireylerin siyasal enformasyona kolayca ulaşmaları dolayısıyla önemli araçlar olarak nitelendirilmektedir (Akın, 2013: 130). Kitle iletişim araçları, açık bir toplum olmanın, yönetim ve siyaseti kavranabilir kılmanın ve demokratik gelişmeyi sağlamanın hayati araçları durumuna gelmişlerdir (Çukurçayır, 2002: 71).

Sonuç olarak kitle iletişim araçlarının, siyasal katılım açısından bilgi, ilgi ve teşvik edici yönde olumlu bir etkisinden söz edilmektedir.

Siyasal katılımın tam anlamıyla gerçekleşmesi yani yurttaşların siyasal katılım davranışlarına başvurabilmesindeki temel kıstasların başında söz konusu ülkede ya da platformda demokrasinin var olması gerekmektedir. Bu tür demokrasiler katılımcı demokrasi olarak adlandırılmaktadır.

2.1.5 Demokrasi ve katılım

Siyasi düşüncelerin tarihine bakıldığında ilk çağlardan günümüze kadar demokrasinin tartışıldığı görülmektedir. Yunanca kökenli bir sözcük olan demokrasi, Yunanca 'da halk, halk kitlesi ya da tam yurttaşlık anlamında bir kelime olan “demos” ile egemen olmak ya da iktidar kullanmak gibi anlamlara gelen “kratein” sözcüklerinden oluşmaktadır (Schmidt, 2002: 13). Bu yönüyle bakıldığında demokrasi halk yönetimi anlamına gelmektedir (Tunca, 1996: 21). Yunancadan gelen bu kavram giderek yaygınlaşmış ve Batı demokrasilerinde şekillenerek, Abraham Lincoln'ün 1864 yılında İç Savaş sırasında Gettysburg Söylevi'nde yaptığı tanımdaki gibi halkın halk için halk tarafından yönetilmesi olarak tanımlanmaya başlamıştır (Heywood, 2006: 102).

Eski Yunanistan sitelerinde halk bir meydana bir araya gelmekte ve önemli konulardaki kararlarını yöneticilere doğrudan bildirmekteydiler. Atina'da uygulanan bu yöntem Antik Çağ'da bilinen ilk demokrasi örneği olmakla birlikte, yalnız yurttaşlar demokratik hak ve özgürlüklerden yararlandırılmakta, kölelerin ise hiçbir hak ve özgürlüğü bulunmamaktadır.

Demokrasi kavramının ilkelerinin tanımı zamanla genişletilmiş, birçok bilim adamı daha geniş tanımları ortaya koymuştur. Demokrasi kelimesi artık bir yandan da siyasi rejimi belirlemektedir. Rejimin niteliği demokrasi tanımını oluşturmaktadır. Demokrasi, organize bir sosyal etkinliğin amaçları ve araçları hakkında fikirlerden

oluşmaz. Belirli bir yönetim sistemi ile bunun içindeki güçlerin dağılımının tanımıdır. Sosyal rejimlerin biçimlerini birbirinden ayırt etmemizi sağlayan en büyük fark yöneticilerin genel ve dürüst seçimlerle iş başına gelip gelmediklerine dayanmaktadır. O zaman yönetenlerin seçilmesini yönetilenlere bırakan demokratik yöntemleri içeren tanım ön plana çıkmaktadır. Sonuç olarak tam olarak bir tanımın yapılamadığı görülmekte ve rejim tarzı olarak en yakın belirlediği hal özgürlük ve eşitlik arasında bir denklemin kurulduğu sistem şeklinde açıklanmaktadır (Dahl, 2001).

Modern demokrasinin tanımı konusunda Dahl demokrasinin varlığı için asgari usul ve şartlar adını verdiği, yaygın bir şekilde kabul gören yedi şart belirlemiştir. Bunlar (Diamond ve Platner, 1995: 72-73):

- Devlet politikası hakkındaki hükümet kararları üzerindeki kontrol yetkisi anayasal olarak seçilmiş organlarda toplanmalıdır.
- Seçilmiş organlar, baskının nispeten nadir olarak görüldüğü, sık sık yapılan ve dürüstçe idare edilen seçimlerle işbaşına gelmelidir.
- Pratik olarak bütün yetişkinler hükümetteki seçimle belirlenen organlara seçilebilme olanağına sahip olmalıdır.
- Vatandaşların geniş tanımlanmış siyasi meselelerle ilgili ciddi cezaların tehdidi olmaksızın kendilerini ifade edebilme olanakları olmalıdır.
- Vatandaşlar alternatif bilgi kaynaklarına ulaşma imkânlarına sahip olmalıdırlar. Bundan da öte, alternatif haber kaynakları var olmalı ve bunlar kanunlar tarafından korunmalıdır.
- Pratik olarak bütün yetişkinler organların seçiminde oy hakkına sahip olmalıdırlar.
- Vatandaşlar aynı zamanda bağımsız siyasi partileri ve çıkar guruplarını içine alan nispeten bağımsız kuruluş ve organizasyonları şekillendirebilme hakkına sahip olmalıdır.

Bu kuramdan yola çıkarak demokratik yönetim biçimi şu özelliklerle tanımlanabilir; demokrasi, genel, özgür, eşit seçim hakkı, partiler arası rekabet, tüm yurttaşlar için sağlıklı bilgi edinme, düşünce, muhalefet ve koalisyon özgürlüğü, oy hakkı sayesinde yöneticilerin düzenli olarak seçimle gelme, seçimle gitme imkânına sahip olduğu bir yönetim biçimidir (Schmidt, 2002: 21).

2.1.5.1 Demokrasinin hedefleri

Demokrasilerin belli başlı hedefleri bulunmaktadır. Bu hedeflerin gerçekleştirilmesi çağdaş demokrasiler için oldukça önemlidir. Bu hedefler genel olarak dört başlıkta incelenmektedir: özgürlük ve eşitlik, siyasal temsil, siyasal katılım, haklar.

- **Özgürlük ve Eşitlik**

Demokrasinin ilk hedefi ve ortak değeri olan özgürlük demokrasinin vazgeçilmezidir. Burada özgürlükten kastedilen, herkesin anayasal sınırlar içinde kalmak koşuluyla başkalarının özgürlüğünü engellemeden istediğini yapabilmesidir. Bu açıdan bakıldığında eğitim, sağlığını koruma, haberleşme gibi özgürlüklerin yanında düşünce özgürlüğü de bulunması gereken özgürlüklerdendir. Demokrasiyle yönetilen bir toplumda her düşünce savunulabilmelidir, bu düşünceyi savunanlar örgütlenebilmelidirler. Demokrasinin temelinde hak ve özgürlüklere sahip, baskılardan arınmış özgür bireyler vardır (Selçuk, 1999: 23).

Demokrasinin olmazsa olmaz koşullarından birisi de eşitliktir. Eşitlikten amaç da herkesin her yönden eşitliği değildir. Burada söz edilen eşitlik, devletin dolayısıyla siyasi iktidarın vatandaşlara götürdüğü hizmetlerde, yasalar önünde vatandaşların eşitliğidir. Devlet vatandaşlara hizmet ulaştırırken ya da yasalar vatandaşlara uygulanırken vatandaşlar arasında dil, din, ırk, inanç, eğitim, yaş, cinsiyet, siyasi ve ideolojik görüş farkı gözetmeden herkese eşit olarak uygulanmasıdır.

- **Siyasal temsil**

Siyasal temsil kavramı da, demokrasi için en gerekli unsurlardan biridir. Temsil kavramının siyasal alana uygulanması sonucu millet “temsil olunan kişi”, halkın seçtiği kişiler de “temsilci” olarak kabul edilmiştir (Gözler, 2001:117).

Demokraside, siyasal temsilden kastedilen ülkeyi yönetmek için siyasi iktidarı ele geçirme yarışına her türlü ideolojinin örgütlenerek katılabilmesi ve her düşüncenin meclislerde ve platformlarda temsil edilebilmesi, seslerini duyurabilmesidir. Bunun gerçekleşmesi içinde toplumda örgütlenme, düşünce, basın-yayın vb. temel özgürlüklerinin bulunması gereklidir. Aksi durumlarda siyasi iktidar yarışına belirli siyasi ve ideolojik görüşlerin, örgütlerin girdiği, bu sebeple de belirli kesimlerin yönetimde seslerini duyurdukları ve temsil edildikleri yönetim biçimlerinde, çoğulculuktan ve demokrasiden söz edilemez.

- Siyasal katılım

Katılımcılık da yine demokrasi ilkelerinden birisidir. Halkın kendini yönetecekleri seçtikten sonra, siyasi iktidarların kararlarına zaman zaman katılabilmesi, o kararları etkileyebilmesi, değiştirebilme ilkesidir (Kışlalı, 2003). Çalışmanın asıl konusu bu olduğundan daha ayrıntılı bir şekilde ilerleyen konularda siyasal katılıma değinilecektir.

- Haklar

Temel hak ve özgürlükler alanında özgürlük; “insan hakları”, “kamu özgürlüğü”, “kişi hakları”, “vatandaş hakları”, “temel haklar” gibi değişik terimler kullanılmaktadır. Hak, özgürlüğün somutlaştırılmış biçimidir (Gözler, 2001: 146). Demokrasinin tanımında belirtilen, temel kamu haklarının güvence altına alınmış olması, bu kavramın ne denli önemli olduğunu gözler önünü sermektedir. Demokratik bir yapıda siyasal kurumları belirlemek için düzenlenen seçimlerin bir anlam ifade edebilmesi için, temel hak ve özgürlüklerin tanınmış ve korunmuş olması gerekmektedir. Bu haklara örnek olarak düşünce özgürlüğü, basın özgürlüğü, konuşma, toplantı ve gösteri yapma vb. haklar sayılabilir.

Kitle iletişim araçlarıyla günümüzde güçlenen yurttaşlar katılım konusunda da yeni olanaklar elde etmektedirler. Demokrasinin hedefleri içinde de bulunan siyasal katılımın gerçekleşmesi, söz konusu alanda buna izin veren katılımcı demokrasi düzenini gerektirmektedir.

2.1.5.2 Katılımcı demokrasi kuramı

Rousseau için demokrasi insanların özgürlük ya da özerkliği gerçekleştirebilmelerinin bir aracıdır. Yurttaşlar toplumsal hayatın şekillenmesine doğrudan doğruya ve sürekli olarak katıldıkları zaman özgür olmaktadır. Rousseau'nun modelini yeni yapan özgürlüğün sonuç olarak genel iradeye itaat anlamına geldiği düşüncesidir. Genel irade her bir yurttaşın, özel ya da bencil iradesinin tersine gerçek iradesi olmak durumundadır. Bu bağlamda bakıldığında genel iradeye uymak suretiyle yurttaşlar kendi sahici doğalarına itaat etmekten başka bir şey yapmış olmazlar (Erdoğan, 2001; 201).

Günümüzdeki temsili demokrasi yapıları karar alma mekanizmalarında yurttaş sınırlı bir toplumsal katılım sunmaktadır. Bu kurumlar, kadınların ve azınlık gruplarının yetersiz temsili gibi toplumsal eşitsizlikleri yansıtmaktadırlar. Oysaki Katılımcı

Demokrasi kavramı, tüm yurttaşların görüşlerini açıklayabildiği, yaşamlarını etkileyen ekonomik, sosyal ya da politik tartışmalarda doğrudan bulunabildiği, yetki ve sorumluluğun yerel ve bölgesel topluluklarda olduğu ve sadece zorunlu hallerde daha üst basamaklara devredilebildiği bir sistemi açıklamaktadır.

Katılımcı Demokrasi Kuramı, kararların oluşturulma sürecinin karar alma sürecinden daha önemli olduğunu savunmaktadır. Halkın, toplumsal ve ekonomik alanda katılımının yüksek olması amaçlanmaktadır. Kuram oy kullanma hakkına sahip olan kişilerin oranını genişletmek ve kendilerini ilgilendiren konularda söz hakkı ve karar vermeye katılımı yaygınlaştırmak ve yoğunlaştırmak istemektedir. Bu anlayışa göre, toplumsal alanların katılım olanaklarının en üst düzeye çıkması gerekmektedir (Schmidt, 2002: 164).

Katılımcı Demokrasi Kuramı temsilcilerinden B.Barber liberal temsili demokrasinin, yurttaşın katılımsızlığını ve yabancılaşmasını getiren, demokrasiyi tahrip eden cılız bir demokrasi olduğunu öne sürmektedir. Katılımcı Demokrasi Kuramı da diğer kuramlar gibi bazı eleştirilere maruz kalmıştır. Bu eleştiriler, yurttaş yetkinliğinin abartılması, genişlemeci bir demokrasi anlayışı; yani siyasal sisteme karşı baş edilemeyecek boyutta katılım ve talep üretilmesidir. Bu yapının, siyasal düzenin istikrarını zayıflatmaya neden olabileceği üzerinde durulmaktadır (Demir, 2010).

2.2 Yeni İletişim Teknolojileri

2.2.1 Web teknolojileri

Tablo 1: Web Teknoloji Türleri ve Odak Noktaları

Web Teknolojisi	Geçerlilik Yılı	Odak Noktası
Web 1.0 (tek yönlü)	1995-2000	Belge odaklı
Web 2.0 (etkileşimli web)	2000-2010	İnsan odaklı (etkileşimli)
Web 3.0 (anlamsal web)	2010-2020	Bilgi odaklı

Kaynak: <http://bilprog.ege.edu.tr/~ozgur/index.php/web-tech-2/>

Web 1.0, 1989 yılında Tim Burners-Lee tarafından ortaya atılan ve İnternetin ilk dönemi için kullanılan bir kavramdır. Küresel bir bilgi ağı oluşturularak bireylerin bu

ağda iletişim gerçekleştirilmesi ve bilgi paylaşımı amacıyla ortaya atılmıştır. Durağan HTML yapısındaydılar ve bu siteler çevrimiçi broşürler olarak düşünülmektedir. Bu dönemde kullanıcılar internet sitelerini bilgi edinme amacıyla ziyaret etmekte, almak istediği bilgileri alıp sonrasında siteden ayrılmaktaydılar. Kullanıcıların verilen içeriğe yorum yapma, katkıda bulunma, içerik üretme gibi olanakları bulunmamaktaydı. Web 1.0 temelli web siteleri salt okunur ve statik yapıdaydılar (Aghaei, Nematbakhsh ve Farsani, 2012).

Etkinliği temel alan ve iletişime dayalı olan, bilginin hızlı ve sınırsız paylaşımını mümkün kılan web ağlarına, 2004 yılında Tim O'reilly "Web 2.0" adını vermiştir (Kahraman, 2010). Bu kavram, internet kullanıcılarının ortaklaşa olarak ve paylaşım ile oluşturduğu sistemi belirtmektedir. Web 2.0 uygulamaları, daha fazla kişi kullandıkça ilerleyen bir yazılım altyapısı ve bireysel kullanıcıları içermekte, kullanıcının kendine ait veri ve hizmetlerinin başkaları tarafından yeniden yapılandırılmasına ve paylaşılmasına izin vermekte ve sürekli güncellenmektedir. Bu anlamda Web 2.0 özellik yönleriyle, Web 1.0'a göre daha gelişmiş bir yapıya sahiptir. (Bat, 2012: 2).

İnternetin ikinci nesil hizmetlerini ve özelliklerini içeren teknolojiler topluluğu olarak ifade edebileceğimiz Web 2.0, kullanıcılarına çevrim içi platformlarda işbirliği ve içerik paylaşım olanakları sunarak bireyler arasındaki iletişim düzeyini en üst seviyeye taşımıştır. Dolayısıyla Web 2.0 'la birlikte İnternet, kullanıcı sayısını arttırmasıyla beraber kullanıcıların kendi aralarındaki paylaşımların da yoğunlaştığı, sosyal hayatlarının benzerlerini internet ortamında yaşamaya yakınlaşan bir şekilde değişme göstermiştir. Bu sebeple de" Web 2.0 teknolojisi üzerine kurulu olarak etkileşim ve içerik paylaşımını sağlayan çevrimiçi uygulamalar ve platformlar sosyal medya olarak tanımlanmaktadır." (Tosun, 2010: 388).

Tablo 2, Web 1.0 ve Web 2.0 teknik kavramlarını en yalın haliyle göstermekte ve aralarındaki farkları ortaya koymaktadır. Web 1.0 sadece bilgi vermek amacıyla tek taraflı bir iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. Web 2.0' la birlikte iletişim, çift taraflı hatta çoğul bir hale gelmiştir. Bu da sosyal medyanın temelini meydana getirmiştir. Teknik altyapının gelişmesi, Web 2.0' la birlikte sayısal iletişimin çoğul bir hal alması ve internet teknolojisinin ucuzlayarak mobil kullanıcılar için daha uygun bir pozisyona erişmesiyle sosyal medyaya verilen önem daha da artmıştır. Özellikle geniş kitlelere

ulaşmaya çalışan, firmalar, politikacılar ve diğer kurumların vazgeçemeyecekleri bir araç haline gelmiştir.

Söz konusu tablodan da anlaşılacağı gibi Web 2.0'ın gelişmesiyle kullanıcılar içeriğe etki edebilme gücüne erişmişlerdir. Bu özellik öncelikle toplumda yer edinmekte zorlananlar için önem kazanmıştır. Web 1.0 sadece bir kütüphane gibiyken, Web 2.0' la birlikte bu kütüphanede her bir kullanıcı için ayrı bir kürsü olmuştur (Dağıtmaç, 2015). Artık insanlar maddi-manevi özelliklerine bakmadan kendilerini dinleyen bir kitle olduğunu öğrendiler.

Tablo 2: Web 1.0 ve Web 2.0 Arasındaki Temel Farklar

Fark Türleri	Web 1.0	Web 2.0
Biçim	Okuma	Yazma ve katkıda bulunma
İçeriğin öncelikli ögesi	Sayfa	Postalama/kayıt
Durum	Statik	Dinamik
Aracılıyla görünür...	Herhangi bir web tarayıcı	Tarayıcılar, RSS okuyucuları
Yapısı	Kullanıcı hizmeti	Web hizmeti
İçeriğin yaratılması	Web kodlayıcı tarafından	Herhangi biri tarafından

Kaynak: Lincoln, S. R. (2009). *Mastering Web 2.0: transform your business using key website and social media tools*. Kogan Page Publishers.

İlk Web 2.0 sitelerinin çoğu, 2003'ün son bölümlerinde ortaya çıkmıştır. Günümüzde Web 2.0 olarak tanımlanan çoğu başlığın AOL ve Geocities'in ilk biçimlerindeki temel yapıları olarak düşünüldüğünü söylemek mümkündür. (Akar,2010:15).

Web 2.0, uygulama çeşitleri ve bu uygulamaların sağladığı etkiler açısından üç boyutta incelenmektedir. Bu boyutlar Tablo 3.'de sunulmuştur. Web 2.0 uygulama türleri içerik kaynaklarına ve ağlara ilişkin bir yapı göstermektedir. Web 2.0, uygulama

türlerine ek olarak sosyal etkileri yönünden de farklı bir boyutta ele alınmaktadır. Kullanıcıların katılımı, ağın kullanıma ne kadar açık olduğu, ne tür amaçlarla ve nasıl kullanıldığı bu boyutta değerlendirilmektedir. Diğer taraftan bu teknolojilerin kullanıcının müdahalesine izin vermesi açısından teknolojik olanakları üçüncü bir boyutu belirtmektedir. Bu sınıflamalar, Web 2.0 uygulamalarının daha iyi incelenebilmesi için de önemlidir (Bat, 2012: 2).

Tablo 3: Web 2.0'in Boyutları

Uygulama Türleri	Sosyal Etkiler	Olanak Sağlayan Teknolojiler
Bloglar	Yetki verme	Açık Kaynak:
Sosyal Ağlar	Katılımcı	RSS
Kitleler	Açıklık	Wikiler
Forumlar	Ağ	Ajax
Yazı Panoları	Topluluk	Mashuplar
İçerik Kaynakları	Sohbet	Widgetler
	Demokratikleşme	
	Kullanıcı Kontrolü	

Kaynak: Constantinides, E. (2009, January). Social Media/Web 2.0 as marketing parameter: An introduction. In *Proceedings of 8th international congress marketing trends* (pp. 15-17).

Web 2.0'ı açıklayan bazı özellikler şu şekilde ifade edilmektedir: (Rigby, 2008)

- **Gerçek bağlı dünya:** 1 milyardan fazla kullanıcı İnternete girmektedir.
- **Network etkisi:** Bir hizmeti daha fazla insan kullandıkça, bu hizmet, daha değerli hale gelmektedir.
- **Yardımcı yaratıcı olarak kullanıcılar:** Kullanıcılar sadece çevrimiçi materyallerin okuyucusu değil, aynı zamanda yazarı ve yaratıcısı konumundadır. İnsanlar ne kadar değer katarlarsa, kullandıkları yazılım ve hizmetlerin değeri bir o kadar artmaktadır.
- **Yetki genişlemesi:** İnterneti kullananlar dünya geneline yayılmış olsa da bu insanlar birlikte hareket ettiklerinde, ortak hareketlerinin gücü çok büyük etki meydana getirmektedir.

- **Açıklık:** Veri ve yazılım gibi İnternetin çoğu parçası kullanıcılar için, düşük ücretli ya da ücretsiz olarak elde edilebilir durumdadır.
- **Karma hale getirebilme:** Bu özellik genellikle çok kaynağı birleştirme olarak tanımlanmaktadır.
- **Ortaya çıkma:** Web 2.0, esnek bir yapı sunmakta ve onu kullanmanın yollarını bulmak için kullanıcılarına dayanmaktadır.
- **Zengin deneyimler:** Web siteleri video, resim ve canlı görsel ortamları içermektedir. Bu içerikler gerçek yaşam deneyimlerine benzerlik göstermektedir.

Web 2.0 ile birlikte sosyal yazılımlar büyümesini sürdürmekte ve sosyal medya alanının değişimini doğrudan desteklemektedir. Web 2.0 teknolojilerinin kullanımı hızlı bir şekilde yayılmaya devam etmekte ve mobil internet kullanımının artmasıyla gençler tarafından benimsenmektedir. Web 2.0'ın ilk amacı toplulukları oluşturmak ve bu toplulukların sohbet için birbirleriyle etkileşimini sağlamaktır. Web 2.0 sosyal medyanın teknik boyutunu ifade etmektedir (Dağıtmaç, 2015).

Son dönemlerde ortaya atılan yeni bir kavram olan Web 3.0 kavramı ise “semantik web” olarak isimlendirilmektedir. Jon Markoff 2006'da New York Times'da 3. nesil web olarak Web 3.0'ı önermiştir. Bu noktadaki temel fikir daha etkili keşif, bütünleştirme ve yeniden kullanmak için çeşitli uygulamaları birbirine bağlama ve yapı oluşturma olarak belirtilebilir. Semantik'in kelime anlamı ise “anlambilim” veya “anlamsal” demektir. Semantik web kavramını ilk ortaya atan ise Tim Berners-Lee'dir. Bu web tanımındaki asıl önemli amaç webi yalnızca insanlar için değil makineler içinde okunabilir hale getirmeyi amaçlamaktadır. Bu açıdan bakıldığında semantik web küresel veri tabanı olarak tanımlanabilir. Tasarımındaki amaç çevrimiçi verilerinin öncelikle makineler tarafından daha sonra kullanıcı tarafından değerlendirilmesidir (Aghaei, Nematbakhsh ve Farsani, 2012). Söz konusu araştırmacıların web 2.0 ve 3.0 karşılaştırılmaları şu şekildedir:

Tablo 4: Web 2.0 ile 3.0 Karşılaştırması

Boyutlar	Web 2.0	Web 3.0
Yapı...	Okuma-Yazma	Taşınabilir kişisel web
Odağı...	Topluluklar	Bireyler
İçeriği...	İçerik paylaşımı	Dinamik içerikleri birleştirme
Web türü...	Bloglar	Lifestream
Altyapı...	AJAX	RDF
Web sayfaları...	Wikipedia, Google	Dbpedia, İgoogle
Davranış...	Etiketleme	Kullanıcı Katılımı

2.2.2 Sosyal medya

Teknolojinin hızlı ilerlemesi ve İnternetin hızının yanında kullanım alanının da genişlemesi ile sosyal alanlar da değişikliğe uğramıştır. Bu değişiklikler hayatımıza birçok kavramın girmesini de sağlamıştır. Bunların başında da sosyal medya gelmektedir (Bulunmaz, 2011).

Sosyal medya, insanların topluluklar kurmalarına ya da mevcut topluluklara katılımlarına olanak sağlayan, ortak kullanım temelli sosyal araçlar olarak tanımlanabilmektedir. Kişilerin diğer kişileri ya da grupları etkilemek için içerikleri yayımlamakta kullandıkları, yaygın iletişim teknolojileri olarak adlandırılmaktadır. Bir diğer tanıma göre de, kullanıcıları birer içerik okuyucusundan, birer içerik yayımcısına dönüştürecek biçimde bilginin demokratikleştirilmesidir. (Bekaroğlu, 2011).

Bir diğer tanımlı yapan Ellison, Steinfield, ve Lampe (2007)'ye göre, sosyal medya bireylerin halka açık veya yarı açık, belirli kurallarla çevrelenmiş bir sisteme oturtulacak şekilde diğer kişiler ile bağlantı kurdukları, kendi bağlantı listelerini oluşturabildikleri ve bağlantıları tarafından yapılan paylaşımları izleyebildikleri internet tabanlı servisler bütünüdür. Sosyal medyayı eşsiz kılan özelliği ise amacın bireylerin yabancılarla tanışması değil, var olan bağlantılarını izleyebilme ve onlarla düşüncelerini rahatça paylaşabilme olanağıdır (Ellison vd., 2007).

Safko ve Brake ise (2009) sosyal medyayı, medya etkileşimlerinde kullanılan fikirleri, bilgileri ve haberleri seçen insan grupları arasındaki uygulamalar ve

davranışlar olarak açıklamaktadır. Medya etkileşimleri, kelime, resim, video ve ses halinde kolayca ulaşım sağlamanın mümkün olduğu web tabanlı uygulamalardır. (Safko ve Brake, 2009). Lariscy (2009) sosyal medyayı, çevrimiçi ağların küresel ve anlık bilgi aktarma alanı olarak tanımlamaktadır. (Lariscy ve Sweetser, 2009). Sosyal medyanın doğuşu bir ihtiyaç sonucunda gerçekleşmiştir. İnternet kullananların, takip ettikleri ve içerik sağlayan sitelere anında destek olmak veya eleştiri yapmak ihtiyacı sonucunda kişisel bloglar ön plana çıkmıştır. Fakat bloglar dar alanda kalınca, yazarların daha çok insana ulaşma istekleri sosyal medyanın; Facebook, Twitter gibi alanların kesin hâkimiyetine girmesiyle sonuçlanmıştır.

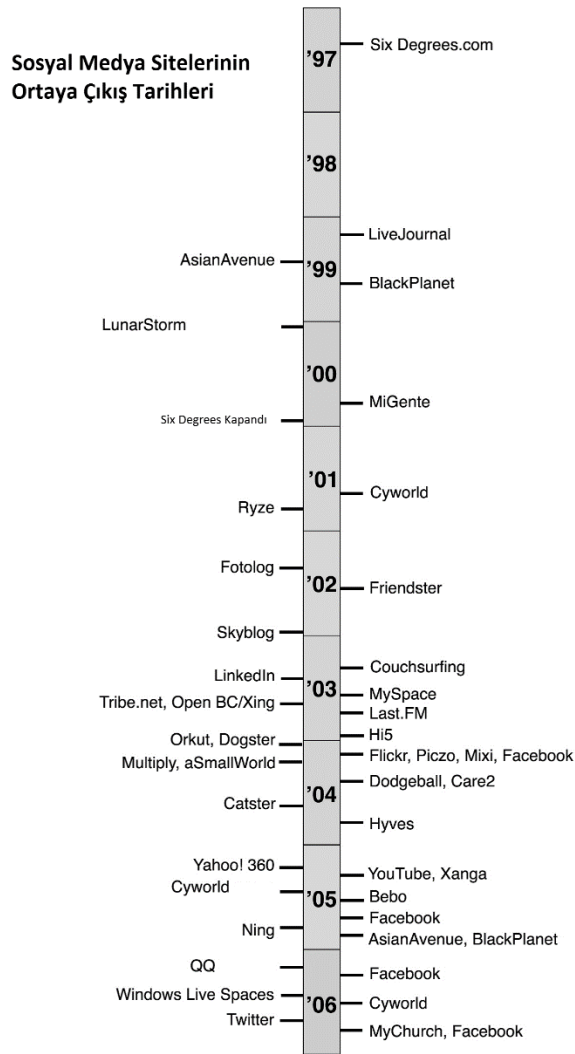
İnternet eşsiz bir içerik paylaşma platformudur. Bilginin, daha çok erişilebilirlik ve esneklikle yayılmasına olanak sağlamaktadır (Lester, 2012). Sosyal medya en güçlü iletişim aracı olma yolunda hızla ilerleyen internetin en çok kullanılan uygulamaları arasındadır. İnternetin kullanımını artarken, bu sıklığa paralel olarak sosyal medyaya giriş rakamları da yükselmektedir. Yakında İnternet kullanımının çok önemli bir kısmının sosyal medya tarafından sağlanacağı düşünülmektedir. Sosyal medya uygulamaları artık sadece iletişimi sağlamamakta, oyun, bilgi edinme, arama yapma gibi birçok konuyu da kullanarak, bireylerin hemen hemen her konuda ihtiyacını karşılamaktadır (Hazar, 2011).

2.2.2.1 Sosyal medyanın gelişimi ve tarihi

İlk sosyal medya örneğine bakıldığında yakın yıllarda birbirine benzer uygulamalar göze çarpmaktadır. Farklı çalışmacılar farklı uygulamaları ilk gerçek sosyal ağ olarak niteleyebilmektedir. Örneğin Ward Christensen ve Randy Suess'in 1978 yılında arkadaşları ile bilgi paylaşımı içerisinde bulunmak ve haberdar kalmak için oluşturdukları Bulletin Board Services (BBS) yazılımı ilk sosyal ağ örneği olarak düşünülmektedir. Bu ağ kişilerin çevrimiçi oldukları ve bununla beraber diğer kullanıcılarla iletişim kurabildikleri ilk sosyal ağ örneği olmuştur. BBS, kullanıcılara mesaj gönderme, mesaj okuma, dosya transferi yapmak ve oyun oynamak gibi etkinlikleri oturum açarak ve etkileşime geçerek yapmalarını sağlayan bir yapıdır (Chapman, 2009). 1979 yılında ise Duke Üniversitesi'nden Tom Truscott ve Jim Ellis "User's Network (Usenet)" adı ile herkesin kullanımına açık ve kullanıcıların mesajlarının yayınlanabileceği internet tabanlı bir sistem geliştirerek günümüzdeki

forumların ilk örneğini oluşturmuşlardır. “Usenet” ile birlikte internet tabanlı iletişim ARPANET, LISTSERV ve BBS sistemleri ile desteklenmiştir (Hafner, 2001).

Bugünkü anlamıyla sosyal medya ise 28 yıl kadar öncesinde Bruce ve Susan Abelson tarafından kurulan ve çevrimiçi yazarları bir araya getiren eski bir sosyal paylaşım sitesi olan “Open Diary” ile başlamıştır (Aktaş, Hasret, Ulutaş, Selçuk, 2010). “Weblog” terimi de ilk o zaman kullanılmış fakat blogculardan birinin “weblog” terimini “we blog” cümlesine dönüştürmesiyle bir yıl sonra “blog” olarak kısaltılmıştır (Kaplan ve Haenlein, 2010).



Şekil 2: Başlıca Sosyal Medya Sitelerinin Kullanıma Açılma Tarihleri

Kaynak: Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), 210-230.

Sosyal ağların ortaya çıkışına bakıldığında, anlık mesajlaşma ve dosya paylaşımını sağlayan “IRC, ICQ, ve Instant Messaging” gibi 1990’lı yıllarda popüler olan programların da etkisi bulunmaktadır. Anlık mesajlaşmaya olanak veren bu programların yanında “Arkadaşlık Siteleri (Dating)” olarak bilinen ve kullanıcıların diğer kişilerin profillerine bakabildikleri ve mesaj gönderebildikleri siteler de sosyal medyanın öncülerinden sayılabilmektedir (Chapman, 2009).

Bilgisayar tabanlı iletişimin ilk örnekleri arasında ve sosyal ağ özellikleri gösteren uygulamalara örnek olarak America Online, Prodigy, CompuServe, ChatNet, ve The WELL gibi websiteleri sayılabilmektedir (Hafner, 2001). World Wide Web (www) üzerindeki ilk sosyal medya özelliği taşıyan hizmetler arasında ise Theglobe.com (1995), Geocities (1994) ve Tripod.com (1995) yer almaktadır. Bunların ortak özelliği ise kullanıcıları sohbet odaları ile bir araya getirerek birbirleri ile etkileşime geçmelerine ve bazı kişisel bilgilerini web sayfalarında paylaşmaya yönlendirmeleridir. Bu sayfalar bir yandan da kolay ve ucuz hizmetler sunmuşlardır. Classmate.com gibi bazı hizmetler ise kişilerin birbirleri ile eposta adresleri aracılığıyla iletişim kurmalarını gerçekleştirmiştir (Elbaşı, 2015)

1990’ların sonlarına doğru kullanıcı profili ve arkadaş listesi oluşturmanın beraberinde benzer ilgi alanlarının paylaşıldığı diğer kullanıcıları arama sosyal ağların temel özelliği haline gelmiştir. Bu yıllarda birçok web sitesi arkadaş bulma ve liste oluşturma özelliklerini ortaya koymaya başlamışlardır (Romm-Livermore, 2009). Bu yeni nesil ağların ilk örnekleri SixDegrees.com (1997), Makeoutclub (2000), Hub Culture ve Friendster (2002) olarak görülmektedir. İnternet dünyasında popüler hale gelen sosyal ağları MySpace ve LinkedIn izlemiştir. 2004 yılında Harvard Üniversitesi sosyal ağı olarak kurulan Facebook önce diğer üniversitelere ve 2006 yılında tüm dünyaya açılarak 2009 yılının başlarında dünyanın en büyük sosyal ağ hizmeti olmayı başarmıştır (Patterson, 2012).

1997’de kurulan SixDegrees.com, kullanıcılara profil oluşturarak arkadaşları ve aileleri ile iletişime geçmelerine olanak getiren sanal bir topluluk sitesiydi. SixDegrees.com’da arkadaşlarınızı birbirleriyle tanıştırma olanağı da sunuluyordu. Site kullanıcıları, arkadaşlık davetlerini kabul ettikten sonra yapılacak fazla bir şey olmayışını belirtmekteydi, pek çok kişi de yabancılarla tanışmaya niyetli değildi. Site varlığını sürdüremedi ve 2001 yılında kapandı. (Scott ve Jacka, 2013).

Sixdegrees.com sitesinin 2001 yılında kapanmasından sonra en çok kullanılan sosyal medya uygulaması olan Facebook, 2004 yılında Mark Zuckerberg ve oda arkadaşları tarafından Harvard Üniversitesi içinde kurulmuştur. Uygulama 2005 yılında daha çok akademik alan içinde kalmış fakat 2006 yılıyla birlikte genele ulaşmıştır (Hazar, 2010). Youtube video paylaşım sitesinin 2005 yılında açılıp daha sonra 2006 yılında Google tarafından satın alınması sosyal medyanın önemli aşamalarından birisidir. Devamında Twitter'ın gelişmesiyle içerik paylaşımı daha kolay bir hale gelmiştir. Kullanıcılar mobil telefonlarını kullanarak herhangi bir yerde otururken düşüncelerini paylaşıp veya çekmiş olduğu videoyu anında Youtube üzerinden sitesinde yayınlatabilme imkânına sahip oldular (Dağıtmaç, 2015).

2.2.2.2 Sosyal medya türleri ve özellikleri

Kaplan ve Haenlein (2010) yaptıkları çalışmada sosyal medya ağlarını altı farklı gruba ayırarak incelemişlerdir. Fakat sosyal medyanın sınıflandırılmasında sınırlar kesin olarak çizilemediğinden bir sosyal medya kanalının hangi türden olduğuna karar vermek oldukça güçtür Sosyal medya tanımına uyabilecek platformları genel olarak; “sosyal ağ siteleri”, “blog”, “mikroblog”, “içerik paylaşım siteleri”, “sosyal imleme siteleri”, “wiki”, “podcast” ve “forum” şeklinde sınıflandırmak mümkündür (Constantinides ve Fountain, 2008; Bell, 2009; Constantinides, 2009; Richardson, 2009; Akar, 2010).

2.2.2.2.1 Sosyal ağ siteleri

Sosyal ağ siteleri her kullanıcının bireysel sayfasını ve profil bilgilerini bulunduran ve bu bilgilerin başka kullanıcılar da ile paylaşımını mümkün kılan çevrimiçi iletişim sistemleridir. Kullanıcıların içeriği ve iletişimi paylaşabilmeleri için diğer kullanıcıların erişimine açık olan kişisel web siteleri oluşturmalarını sağlamaktadır. Sosyal ağ siteleri, etkileşime olanak veren yapılarıyla bilginin dağıtımında ve ağızdan ağıza iletişimde önemli bir rol oynamaktadır (Consantinides, 2009: 270).

Sosyal ağlar, kullanıcıların kişisel bilgilerinin yer aldığı profil sayfaları oluşturmalarına izin veren, bu sayfalara arkadaşlarını ekleyerek ve birbirlerine anlık mesajlar göndererek bağlantılı kalabilmelerini sağlayan uygulamalardır. Bu kişisel sayfalar; fotoğraf, video, müzik gibi çeşitli bilgileri içerebilmektedir (Kaplan ve Haenlein, 2010).

Sosyal ağ akımının ilk ortaya çıkanları 1995 yılında açılan Classmates.com ve Match.com'dur. 1999 yılında hedef kitlelere yönelik ağlar kurulmaya başlansa da ilk sosyal ağ örneği olan Friendster 2002 yılında kullanıma açılmıştır. Friendster'ı 2003 yılında Intermix Media tarafından kurulan MySpace takip etmiştir. MySpace temelde Friendster'ın temel özelliklerini kopyalayarak hayata geçirmiştir. Ancak site, Intermix Media'nın zengin email ağını kullanarak kısa zamanda diğer sosyal ağlar arasında lider olmayı başarmıştır (Saravanakumar ve SuganthaLakshmi, 2012).

Sosyal ağların günümüzdeki en popüler örneği Mark Zuckerberg tarafından 2004 yılının Şubat ayında Harvard Üniversitesi için kurulan ve tüm dünyaya yayılan Facebook'tur. "Thefacebook" adıyla kurulan site önce Boston eyaletindeki diğer üniversitelere sonraları Kanada ve diğer Amerika Birleşik Devleti üniversitelerine erişime açıldıktan sonra 2006 yılının Eylül ayında 13 yaş ve üzeri, geçerli bir e-posta adresi olan herkesin kullanımına olanak sağlayacak hale getirilmiştir (Phillips, 2007).

2.2.2.2.2 Bloglar

Sosyal medya içeriğinin en belirginlerinden olarak öne çıkan bloglar, Web 2.0 uygulamalarının en çok bilinen ve en hızlı büyüyen alanlarından (Constantinides ve Fountain, 2008). Blog kavramının ortaya çıkması bir süreci gerektirmiştir. "Weblog" sözcüğü ilk olarak 1997 yılında kullanılmaya başlanmıştır. "Web" ve "log" kelimelerinden oluşan bu yeni sözcük çevrimiçi ağlar içerisinde günlük tutmayı belirtmektedir. Sonrasında "Weblog" kelimesi "we blog" bir diğer ifadeyle "blogluyoruz" olarak kullanılmış ve kullanıcılar kendilerini blog yazarı olarak isimlendirmişlerdir. Böylelikle İnternette tutulan günlüklere "blog", bu işi gerçekleştirmeye "blogging", yapanlara ise "blogger" denilmeye başlanmıştır. (Zarella,2010)

Bloglar, günlük biçiminde paylaşılan web siteleri ya da çevrimiçi günlükler olarak tanınmaktadır. (Bell, 2009). En genel anlamda bir Weblog, yazar ya da yazarlarının herhangi bir İnternet bağlantısıyla İnternete anlık yayın yapmalarına izin veren, kolaylıkla oluşturulabilen web sitesidir (Richardson, 2009). Bir blog, genellikle bireyler ya da gruplar tarafından devam ettirilen, geniş izleyici kitlesi için fikirler sunan web sitesidir (Akar, 2010).

Blog sitelerinin yaygınlığının sebeplerinden birisi kendisine çevrimiçi ortamda yer bulmaya çalışan kişilerin ücretsiz faydalanabildikleri web bloglarının olması ve bu yazarların içeriklerinin takipçileri tarafından kolayca ulaşılabilmesi olarak düşünülmektedir. Her ülkede popüler olmasının sebebi ise, 70 farklı ülkenin kendi dilinde kullanabilmesidir.

2.2.2.2.3 Mikrobloglar

Web 2.0'ın en yeni gelişmelerinden biri olan ve blogging ile anlık mesajlaşma arasındaki boşluğu dolduran mikroblog uygulaması, bireylerin cep telefonlarını ya da bilgisayarlarını kullanarak anlık çevrimiçi kısa mesajlar yayınlamalarına olanak vermektedir. Mikrobloglar, oldukça basit ve hızlı bir iletişim şekli olmasının yanında kullanıcılarına küçük bilgi güncellemeleri yapabilmeleri içinde olanaklar sunmaktadır. Mikrobloglar; blog, anlık mesaj ve durum güncelleme gibi unsurları bir araya getiren iletişim sistemleridir. Bunu sağlayan da katılım ve geribildirime dayalı bu tür kısa incelemeleri yayımlamanın kolaylığıdır (Passant, Hastrup, Bojars, ve Breslin, 2008).

Kullanıcıların kısa metin gönderileri aracılığıyla arkadaşları ile bağlantıda kalmalarına izin veren bir kısa mesaj hizmeti olan mikrobloglarda kısa mesajlar tipik olarak 140-200 karakter arasında sınırlandırılmaktadır (Akar, 2010). Esnek giriş sunması ve kolay bir yapıya sahip olması, mikroblogların fikirlerin paylaşımı ve eylemlerin koordine edilmesi gibi konularda önemli bir potansiyele sahip olmasını sağlamaktadır (Honeycutt. ve Herring, 2009). Sistem asıl olarak tweetlerin SMS (kısa mesaj servisi) yoluyla paylaşılması için tasarlandığından maksimum karakter sayısı 140' tır. Hizmet, web ve masaüstü istemcileri gibi alanları da kapsayacak şekilde gelişmesine rağmen, karakter sınırlaması hizmetin asıl özelliği olarak korunmuştur (Boyd vd., 2010).

Günümüzdeki en yaygın mikroblog örneği olan Twitter, 2006 yılının Ekim ayında kurulmuş ve sosyal medya araçları içinde önemlilerden biri olmayı başarmıştır. Kuruluşundan yaklaşık 3 yıl sonra, 2009 yılının sonunda toplam Twitter kullanıcısı 75 milyon kişiye yükselmiş olup ortalama aylık yeni kayıt 6,2 milyona ulaşmıştır (Kaplan ve Haenlein, 2011). 2014 yılının Temmuz ayı itibari ile Twitter'da bulunan toplam aktif kullanıcı 645.750.000 kişiye, günlük atılan tweet sayısı ise 58 milyona ulaşmıştır (Static, 2014).

Twitter, sosyal ağ sitelerinin ve blogların unsurlarını bazı farklılıklarla birleştirmektedir. Profiller sosyal ağlar gibi ağ üzerinden birbirlerine bağlanmaktadır fakat bu bağlantılar doğrudandır. Katılımcılar kimin güncellemelerini almak istiyorlarsa onların “takipçisi” olarak bağlantı kurabilirler ve tweetlerini görebilirler, ancak takipçisi olunan kullanıcının da takip etmesi gerekli değildir. Kullanıcıların Twitter sayfalarındaki tüm gönderiler bloglarda olduğu gibi ters kronolojik sırayla görüntülenmektedir. Diğer yandan kullanıcılar, kendi tweet akışlarını herkese açık hale getirebildikleri gibi, sadece onayladıkları kişiler tarafından görüntülenecek hale de getirebilmektedirler (Boyd, Golder ve Lotan, 2010). Takipçiler, kendi Twitter hesaplarına girerek takip ettikleri kişilerin tweetlerini görebilmektedirler. Aynı zamanda, takip ettikleri kişilerin kendi aralarındaki tweetleşmelerini de görerek arkadaşlar arası bir sohbete dahil olabilmektedirler. Ancak takipçisi oldukları bir kişinin takipçisi olmadıkları bir kişiye gönderdiği tweetleri görme imkânları bulunmamaktadır (Comm, 2010).

2.2.2.2.4 İçerik paylaşım siteleri

Çoklu ortam içeriklerinin saklanması ve paylaşılmasını sağlayan içerik paylaşım siteleri, sosyal medya içinde en hızlı büyüyen alanlardandır. Video, fotoğraf gibi unsurların paylaşıldığı bu siteler, bireylerin sadece içerikleri tüketen değil, aynı zamanda web içeriğinin üretimine katkıda bulunan bireyler olmalarını mümkün kılmaktadır. Bu sayede milyonlarca insan kendi videolarını ya da fotoğraflarını üreterek içerikleri paylaşmaktadır (Anderson, 2007).

İçerik ağları kişilerin farklı medya türlerini paylaşabildikleri bir birliktelik olarak ifade edilmektedir. İçerik sayfalarının metin (örneğin: kitap paylaşımına olanak tanıyan BookCrossing), fotoğraf (örneğin: Flickr), video (örneğin: Youtube) ve PowerPoint sunumları (örneğin: Slideshare) paylaşımına olanak tanıyan farklı türleri bulunmaktadır. Bu ağlarda kullanıcılar çoğu zaman kendi kişisel sayfalarını oluşturmak zorunda değildirler (Kaplan ve Haenlein, 2010).

İçerik sayfalarının ilki 1997 yılında kurulan ve kullanıcılara kısa video paylaşımına olanak sağlayan IFILM.net'tir. 1999 yılında ise fotoğraf paylaşım siteleri Ofoto, Shutterfly ve webshots kurulmuştur. 2002 yılında kullanıcılara farklı bir program yüklemeyen video izleme olanağı sunan Flash MX kurulmuştur. Ancak içerik sayfaları, 2004 yılında Flickr'ın kurulması ile popüler hale gelmiştir (Zarella, 2010). Video ve

fotoğraflar daha fazla gerçeklik duygusu sağlamaktadır (Rigby, 2008). Çoğu paylaşım sitesinin ücretsiz olması da içerik paylaşım sitelerinin bir diğer özelliğidir (Akar, 2010).

En çok kullanıcısı bulunan içerik paylaşım sitesi Youtube.com sitesidir. Kolay bir şekilde içerik güncellenmesi kişilerin kendi sistemlerini kurması, kendi çalma listesini oluşturması gibi özellikler sunar. Diğer sosyal paylaşım siteleri gibi buda sürekli güncellenen bir yapıya sahiptir.

2.2.2.2.5 Wiki

Kökeni Hawaii dilinden gelen ve bu dilde “hızlı” anlamına gelen wiki kelimesi, ilk olarak 1995 senesinde WikiWikiWeb adıyla Ward Cunningham tarafından geliştirilen bir uygulamadır. Word belgesiyle web sitesinin birleşimi olan wiki, okunabilen, erişim için herhangi ayrıcalık gerektirmeyen ve gücünü kullanıcıların standart bir web tarayıcısından başka bir şey kullanmalarına gerek olmadan içerik üzerinde işbirliği içinde çalışabilmelerinden alan bir sistemdir. Wikiler, bilginin yönetilebilir bir yapıda toplanabilmesini ve her kullanıcının erişimine sunulabilmesini sağlamaktadır. Site yöneticisinin isteğine bağlı olarak herkesin düzenlemesine açık olabilmektedirler. Ancak çoğunlukla kişiler, wikileri bir şifre ile kullanmayı tercih edebilmektedirler. Wikiler, kullanım kolaylığı ile özel bilgiye gerek duyulmadan içerik yaratımı ya da düzenleme yapabilmeyi olanaklı kılmaktadır (Bell, 2009).

Wikiler, İnternetteki herkesin sayfalarda düzenlemeler yapabileceği ve yeni içerikler ekleyebilecekleri kendi kendini örgütleyen web siteleridir. Bu nedenle wikilerde, her okuyucu aynı zamanda yazardır. Wikilerin ardındaki temel fikir, çok sayıda kullanıcının içeriği okuması ve düzenlemesi, bu sayede de hataların bulunup düzeltilebilmesidir (Kolbitsch ve Maurer, 2006). Wikiler, blog sayfalarıyla benzerlikler gösterse de, onlardan farkı tek bir yazara sahip olmamasıdır. Bloglarda, okuyucular yazarın sayfasına yorumlarını gönderebilmektedirler, ancak içerikte herhangi bir değişiklik yapmaları mümkün değildir. Wiki sayfalarında ise, kullanıcılara metin üzerinde değişiklik yapabilme olanağı sağlanmakta ve herkesin yazar olması başarılmaktadır (Aytekin, 2011). “Wiki”ler sağladıkları üç farklı fayda ile öne çıkmaktadırlar (Cutting Edge, 2014); işbirliği, kaynaklar, arşiv.

Wikiler birbirleriyle ve İnternet içerikleriyle bağlantılar kurmaktadır. Ayrıca tasarım bilgisine ihtiyaç yoktur ve açık bir düzenleme sistemine sahiptir. Wiki içerikleri

görece daha kalıcı olma yönündedir. Wiki sitelerinin amacı, zaman içinde büyüyen bilgiye dayalı bir bilgi paylaşım deposu haline gelmektir (Godwin-Jones, 2003).

2.2.2.2.6 Forumlar

Bir başka sosyal medya örneği olarak incelenebilecek forumlar, kişilerin deneyimlerini ve bilgilerini diğer kullanıcılarla paylaşabilecekleri etkileşimli çevrimiçi yapılarıdır (Bickart ve Schindler, 2001). Forumlar, topluluğun, çoğu zaman konu başlıkları olarak düzenlenen mesajlar gönderme yoluyla bilgi değiş tokuşunun sağlanabilmesi için oluşturulan bir sistemdir (Pitta ve Fowler, 2005). Kullanıcılar bir foruma girdiklerinde, bir görüş üzerine bir yorum paylaşabildikleri gibi, yeni bir başlık da açabilmektedirler.

Forumlar katılım konusundaki riski düşürerek, katılmak isteyen bireylerin hiçbir ücret ödmeden üye olmalarına olanak sunmaktadır. Forumlara kayıt olabilmek için kimlik ve iletişim bilgileri ile anonimliği korumak için bir takma ad gerekmektedir. Forumdaki bilgi güvenilir bulunduğu ve ilgi devam ettiği sürece, yeni kullanıcılar foruma güvenmeye ve hatta aktif şekilde katılımında bulunmaya başlayabilmektedirler (Pitta ve Fowler, 2005).

2.2.2.3 Başlıca sosyal medya uygulamaları

Yüzlerce sosyal medya uygulaması bulunsa da bunlardan bir kaç aktif kullanıcı sayısı bakımından diğerlerinin önüne geçmektedir. “Ebizmba” web sitesi toplam aktif kullanıcı, aylık ve günlük erişim sayılarını dikkate alarak en yaygın sosyal medya uygulamaları arasında türlere göre dağılım oluşturmuştur.

2.2.2.3.1 Facebook

Harvard Üniversitesi Öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından 2004 yılında kurulan Facebook, en hızlı gelişim gösteren sosyal ağlardandır. Önce üniversite öğrencilerinin kullanımına açılan, sonra bölgesel olarak genişleyen ve 2005 Ekim’inde dünya geneline kullanıcı olma olanağı vererek bir yayılma siyaseti izlemişlerdir. Facebook’un en önemli özelliklerinden birisi gizlilik sekmeleridir. Facebook, yazılım geliştiricileri için de bir olanak sunmuş ve uygulama adı altında pek çok yazılımı destekleyerek sosyal paylaşım ağını güçlendiren bir yapı olmuştur. Kullanıcılar birbirleri ile kişisel enformasyon paylaşmakla kalmamış, eğlence ile süreklilik gösteren bir birlikteliğe sahip olmuştur (Dilmen ve Ögüt, 2010).

2.2.2.3.2 *Twitter*

Twitter dünyaca ünlü bir sosyal ağ olma özelliği yanında basit bir arayüze sahip anlık mesajlaşma ve takip sistemidir. 2006 yılında ortaya çıkan Twitter, kişilerin kısa, önemsiz veya kişisel olabilen yazışmaları paylaşmak istemelerinden dolayı gelişmiştir. Twitter'daki 140 karakter sınırlaması paylaşılmak istenen metnin kısa tutulmasını sözü fazla uzatmadan paylaşım yapılmasının gerekliliğini belirtmektedir.

Twitter'ın kısa zaman da yaygın kullanılan bir sosyal medya aracı haline geldiği görülmektedir. Ayrıca farklı alanlarda da etkili olduğu açıkça görülmektedir. 2008 yılında ABD başkanı seçilen Barak Obama'nın seçim kampanyasında veya 2010 yılında başlayan Arap Baharı olarak adlandırılan halk hareketinde ve Türkiye'de 27 Mayıs 2013'te Taksim Gezi Parkı'nda çıkan olaylarda iletişimin merkezinde Twitter'ın olması bu hizmetin ne kadar etkili olduğunun bir kanıtı niteliğindedir (Kahraman, 2010).

2.2.2.3.3 *Instagram*

İlk olarak Ekim 2010 yılında iPhone aygıtları için geliştirilmiştir. Fotoğraf paylaşımı amacıyla kurulan ağ, ilerleyen dönemde video paylaşımlarına da olanak sunmuştur. Photoshop gibi programların özelliklerini bünyesinde bulundurarak kullanımı yaygın bir hale gelmiştir. Paylaşılan fotoğrafların altına yorum olarak fotoğrafla ilgili etiketler (#Hashtag) koyarak kullanıcıların içerikle ilgilenmesi sağlanabilmektedir. Hashtag, “#” sembolü ile gösterilmektedir. Bir başlığın kolay bulunmasını sağlayan bir çeşit etiket olarak tanımlanmaktadır.

2.2.2.3.4 *Youtube*

Youtube, 15 Şubat 2005 yılında “Kendini Yayınla” sloganı ile 3 eski Paypal çalışanı tarafından geliştirilmiştir. Ancak ekonomik sorunlar nedeniyle ilk video 23 Nisan 2005 yılında yüklenmiştir. 2006 yılında ise Google tarafından 1.65 milyar dolar karşılığında satın alınmıştır. Bu, Google tarihinin en büyük satın alımlarından biridir.

Kullanıcılarca günlük ortalama 65 bin video yüklenirken, günlük video izlenme sayısı ise 100 milyonu bulmaktadır. 2013'ün en iyi 500 firmasının yarısı Youtube kullanırken, yine 2013 yılında reklamcıların Youtube'a yaptıkları reklam harcaması 5.6 milyar dolardır (Güney, 2015).

2.2.2.3.5 LinkedIn

LinkedIn, bir iş ağı (Business Network) oluşturmak ve bu ağ aracılığı ile tanıdıkların görülebildiği 2003 yılında kurulan sosyal ağıdır. Yapı olarak iş geliştirme süreçlerinde üyeye yardımcı olabilecek, eleman, ortak veya bilgi birikiminden yararlanabileceği bir danışman gibi katkılar sağlaması amaçlanmıştır. İş dünyasından ve rakip şirketlerden yeni arkadaşlar bulmasına ve böylece kariyer için yatırım yapılmasına olanak sunar.

2.2.2.3.6 Wikipedia

Larry Sanger ve Jimmy Wales tarafından 15 Ocak 2001 yılında kurulmuştur. “Özgür Ansiklopedi” sloganı ile kurulan Wikipedia’nın içeriğini kullanıcılar geliştirmektedir. Sürekli değişiklikler yapıldığı için hiçbir zaman sona ermeyecektir. Gelir amacı gütmeyen Wikimedia Vakfı tarafından yönetilen siteyi farklı kılan özgün olması ve reklam barındırmamasıdır. Bugün artık internette ne aranırsa aransın bir Wikipedia sonucu ile karşılaşılacaktır. Wikipedia, yapılan araştırmalara göre en çok ziyaret edilen 6.sitedir ve bugünkü değeri 5 milyar dolardır (Güney, 2015).

2.3 Sosyal Medya ve Siyasal Katılım

2.3.1 Mobilizasyon ve pekiştirme kuramları

İnternet ile siyasal alanın ilişkisine yönelik bazı görüşler öne sürülmektedir. İnternetin sonsuz potansiyeline rağmen siyasal katılıma etkisine yönelik görüşler farklılık göstermektedir. Genel olarak iki karşıt görüş etrafında şekillenen bu yaklaşımlar olumlu ya da olumsuz ve temelde de mobilizasyon ve pekiştirme kuramlarıdır.

Mobilizasyon kuramcıları açısından yeni iletişim teknolojileri ve İnternetin politik alana kadar uzanan önemli etkileri bulunmaktadır. İnternetin hipermetinlilik, interaktiflik, bağlantırlılık özellikleri siyasal aşamaların yapılandırılmasında uzun vadede de olsa önemli getirilere sahiptir. İnternetin ve yeni iletişim teknolojilerinin kullanımı sayesinde yönetenlerle yönetilenler arasındaki mesafe azalmaktadır. Aynı zamanda doğrudan demokrasiyi de güçlendirmektedir. İnternet siyasal anlamda farklı katılma biçimlerini temsil etmektedir. Sayısal demokrasi taraftarları İnternet kullanımının katılımı arttırmaya hizmet edeceğini ve demokrasiyi geliştireceğini düşünmektedirler (Hague ve Loader, 2000; Hacker ve Dijk, 2000; Norris, 2001).

Bu kuramcılara göre İnternet daha katılımcı bir toplum için katkı sağlayacaktır (Negroponte, 1996). Birçok araştırma göstermiştir ki İnternetin yurttaş katılımını etkileme potansiyeli vardır (Livingstone, Bober ve Helsper, 2005; Shah, McLeod ve Yoon, 2001; Wellman vd., 2001). İyimser yaklaşımı savunanlara göre İnternetteki bilgi bolluğu ve siyasal bilgiye çevrimiçi ortamlarda istemsiz maruz kalma nedeniyle siyasal ilgi, siyasal görüş ifadeleri ve siyasal isteklendirme teşvik edilecektir (Bonchek, 1997). Tolbert ve McNeal (2003) İnternete erişimi olanların seçimlerde oy kullanmaya daha çok meyilli olduklarını bulmuştur. Gennaro ve Dutton (2006) İnternet deneyiminin siyasal ilgi, yeterlilik ve çevrimiçi siyasal katılımı önemli etkisi olduğunu savunurlar. Polat (2005) İnternet'in siyasal bilgi için geniş bir kaynak ve gelişmiş bir tartışma ortamı olduğunu düşünür.

İnternete iyimser bakışların nedenlerinden biri İnternet sayesinde sürecin aktörleri arasında doğrudan erişim fırsatı başlamasıdır (Dahlgren, 2005). Ayrıca Obama'nın 2008'de sosyal medyayı seçimler süresince kullanması destekleyenlerin geleneksel medyanın sansürüne maruz kalmadan görüşlerini aktarma fırsatı vermiştir (Levenshus, 2010). İyimser görüşlerdeki ikinci neden ise İnternet'in insanlara grup halinde iletişime geçme gruplarla iletişim fırsatları sunmasıdır (Dahlgren, 2005). ABD'de 2004 seçimlerinde Dean'in destekleyicileriyle kurduğu bağ bu anlamda örnek verilebilmektedir. Üçüncü iyimser nokta ise İnternetin ortak ilgileri tartışmak için insanlara alan sağlamasıdır (Dahlgren, 2005). Ayrıca sosyal ağlar kullanıcılarına gruplara katılma ve ortak amaç, ilgi çerçevesinde bir araya gelme olanağı sunar. İyimser bakışların dördüncü nedeni de İnternet'in sınırsız sayıda farklı sesin duyulmasına olanak sağlamasıdır (McQuail, 2010). Çünkü İnternetin sunduğu çevrimiçi ortamlarda neyin paylaşılıp paylaşılmayacağını kontrol eden bir otoriter güç yoktur. Dahası herkes istediği her şeyi paylaşabilir. Sonuç olarak da İnternet insanlara ücretsiz ve özgürce;

- Katılım
- Soru teklifleri
- Yeni fikirleri sunma
- İhtiyaç ve tutumlarını ifade etme olanağı sunar.

Siyasal partiler için hem sosyal hareketlerin örgütlenmesini sağlayan İnternet hem de lobicilik yaparak geleneksel katılma etkinliklerinden farklı bir yol izlemektedir.

İnternet sayesinde vatandaşın bağımsızlığını engelleyen nedenler ortadan kalkmakta vatandaşa siyasal tartışma, bilgilenme ve bilgilerini yayabilme olanağı doğmaktadır. Bilginin hızla yayılmasıyla grup etkileşimi de artmaktadır. Aynı zamanda yeni iletişim teknolojileriyle ortaya çıkan dikey ve yatay iletişim biçimleriyle kamusal alandaki bilgi artmakta ve böylece düşünme zenginleşebilmektedir. İnternet, insanlara mesaj ve görüntüleri dünyanın her yerindeki kitlelere anlık ve çok düşük masrafla ulaştırma olanağı sunar (Lupia ve Sin, 2003).

Araştırmacılar, sayısal demokrasiye yönelik iddialarının özünde, onun yurttaşlara siyasal tartışmalara katılım, bilgiye erişim ve karar alım sürecine katılım için olanaklar sağladığını iddia etmektedirler. Bu anlamda şu özelliklerden söz edilmektedir (Tsagarousianou, Tambini ve Bryan, 1998) :

- Sayısal demokrasi şunları sağlar; bilgiye erişimde artan yeterlilik ve kolaylık
- Yurttaşların seçiminde, oy verme davranışlarında gelişim ve geri bildirim mekanizması sunması
- Ortaklaşa siyasal eylem için uygun artama katkı yapması
- İlgi odaklı grupları teşvik etmesi
- Siyasal düzlemde basın ve yayının etkisini azaltması
- Spesifik gruplara yönelik hizmetler geliştirmesi

İnternet siyasal bilgiye erişimde maliyetleri azaltır ve siyasal hayata katılım için daha uygun yollar önerir: çevrimiçi dilekçeler, imza kampanyaları. Alternatif olarak, İnternet aynı zamanda genç yetişkinler gibi bu araca fazlasıyla bağlı olan ve kullanım yeteneklerine sahip yeni katılımcıları harekete geçirerek sivil hayatı tekrar canlandırabilir (Barber, 2001; Delli Carpini, 2000; Norris, 2000b; Weber, Loumakis ve Bergman, 2003). İnternet geniş çaplı bilgiye erişim maliyetini azaltarak daha geniş siyasal aktörün siyasal bilgi arayışına katılmaya ikna eder. Yeni kaynak ve olanaklar yeni katılımcıları siyasal hayata çekecektir. İnternet maliyetleri azaltarak bilgiye erişimi genişletmekte; bu sayede siyasal bilgiye daha çok erişen aktörler ortaya çıkmakta ve bu kişiler siyasal davranışlarını bu bilgilere göre şekillendirmektedirler. Artan bilgi erişimi yeni süreçte sayılan eşitsizlikleri ve uçurumları azaltabilecektir. Daha çok kişinin aktör olarak siyasal katılım göstermesi siyasal eşitsizliği azaltacak, bilgi ve katılım uçurumunu kapatacaktır.

Pekiştirme kuramcıları ise, İnternete daha temkinli yaklaşmaktadır. İnternetin olumsuz yanlarının da olabileceğini vurgulayan pekiştirme kuramcıları, İnternet'in aynı zamanda sosyal eşitsizlikleri ve siyasal katılmanın var olan olumsuz yapılarını arttırıp güçlendirebileceğini belirtmektedirler. İnternete sahip olanlarla olmayanlar arasındaki siyasal katılım uçurumu gittikçe artabilecek ve böylece eşitsizliklerin olduğu mevcut durum pekiştirilecektir. Norris (2002) bunu pekiştirme kuramı olarak adlandırmıştır. Mobilizasyon kuramcılarının savunduğu demokratik katılımın artacağı yönündeki görüşün aksine İnternet sadece siyasal katılımı ve siyasal konularla ilgili olanlara bilgi kaynakları sağlayabilirken siyasal katılıma ilgi duymayanların ilgisini çekecek bir özellik sergilemeyecek ve bu nedenle de demokratik katılımı dönüştürücü etkiden uzak olacaktır. Bu yüzden de pekiştirme kuramcıları İnternete şüpheyile bakmaktadır (Tosun, 2001). İnternet sivil hayata zaten katılmış, ilgili ve bilgili kişiler için katılım sağlayacaktır.

Pekiştirme kuramına göre İnternet siyasete zaten ilgi duyan, bilgili ve yurttaş hayatına zaten katılmış kişilere yeni olanak ve kaynaklar sağlayarak siyasal hayatı tekrar canlandıracaktır. Ancak siyasal eşitsizlikler ile siyasal katılım ve bilgi uçurumu yeni dönemde de aynı şekilde varlığını sürdürecektir. Pekiştirme kuramı İnternete ulaşım ve kullanımda söz konusu olan eşitsizlik ve sayısal uçuruma yönelik söylem ve araştırmalar üzerine temellenmektedir. Temel söylem İnternet kullanımında zaten halihazırda siyasete katılan, eğitilmiş, erkek ve yüksek gelirli olanların etkin olduğudur (Bimber, 1999; Norris, 2001; Polat, 2005; Weber vd., 2003). Bunun bir sonucu olarak da İnternet, siyasal süreçlere zaten katılmış olan ve bilgili kişilerin bu alandaki bilgilerinin artmasına destek olma işlevi görmektedir (Bonfadelli, 2002; Norris, 2000b; DiMaggio, Hargittai, Celeste ve Shafer, 2004; Polat, 2005). Bu kuram her ne kadar İnternet'in yurttaşlık hayatını tekrar canlandırmaya yardım edebileceğini düşünse de bu sınırlı olumlu etkinin sınırlı bir kesime yönelik olacağını savunur.

Şüphelilere göre azalan politik katılımın sebebi artan İnternet kullanımının bir sonucu olarak görülmektedir. Onlar İnternetin insanların boş zamanının büyük kısmını almakta olduğunu (Nie ve Erbing, 2000; Kraut vd., 1998) ve sosyal kaynaşmayı zayıflattığını iddia etmektedirler (Davis, 1999; Noveck, 2000). Şüpheliler İnternet'in insanları siyaseten daha aktif yapmayacağını iddia ederler. Tıpkı televizyon gibi insanları kamusal konulardan uzaklaştıracağını ve toplumun atomize hale geleceğini

savunurlar (Davis, 1999). Birçok araştırmaya göre İnternette gelişen tartışmaların siyasal etkisi yüz yüzeden farklı değildir (Castells, 2007; Kerbel ve Bloom, 2005; Shah vd., 2005; Trammell ve Kaid, 2005). Benzer olarak Nie'e (2001) göre çevrimiçi ortamlarda harcanan zamanın artması sosyalleşmede ve sokaktaki olaylara katılımı azalmaya neden olacaktır.

Bir başka görüş ise normalleşme hipotezini savunmaktadır. Bu görüşe göre ise İnternet'in siyasal katılımı üzerinde çok az bir etkisi bulunmaktadır. Görüşün öncülerinden Bimber'e (2001) göre İnternet'in seçmen katılımına etkisi oldukça azdır.

2.3.2 Web 1.0 ve siyasal katılım

1990larda ve 2000lerin başlarında siyasal kampanyalar radyo, gazete, televizyon gibi geleneksel araçlar temelinde yapılmaktaydı. Siyasal stratejistler Web 1.0'ın etkisi konusunda olumlu yaklaşımlarda bulunmuşlar, siyasal katılım ve oy kullanma konusunda harekete geçirici olacağını iddia etmişlerdir. Buna rağmen öncü adayların karşılaştığı sonuç söz konusu teknolojinin geleneksel medyanın reproduksiyonu olduğudur. Dahası bireylerin İnternet üzerinde yaptıkları erişim davranışları salt okunur olarak sadece gazete okur gibi gerçekleştiğinden geleneksel medyaya benzer bir çizgiye hapsolmuştur.

İnternet üzerinden gerçekleştirilen kampanyaların ilk örneklerinin büyük bölümü yukarıdan aşağıya iletişim şeklinde görünmekteydi ve karşılıklı etkileşime çok fazla imkân tanımamaktaydı (Foot, Schneider ve Dougherty, 2007; Schweitzer, 2008). Web 1.0 kampanyaları tek yönlü işlemekte, bilgi politikacılar veya partilerden seçmene aktarılmaktaydı. Bu bilgi için standart HTML yapısı kullanılmakta ve çevrimdışı unsurlar adayın kendi web sitesine aktararak sunulmaktaydı (Vergeer, Hermans, & Sams, 2011). O dönemdeki adayların web siteleri seçim dönemi aktif olur ancak sonrasında ya silinir ya da kullanılmazdı (Lev-on, 2011; Margolis ve Resnick, 2000). İlk internet kampanyalarında adaylarda kontrolü kaybetme ve kullanıcıdan gelebilecek katkıları denetleyememe korkusu bulunmaktaydı (Gueorguieva, 2008). Ancak sonraki yıllarda stratejistler potansiyeli etkili kullanarak değişik demografik destek gruplarına mesaj iletebilmek için interneti çalışmalarına uyarlamışlardır.

2.3.3 Web 2.0-sosyal medya ve siyasal katılım

Tambini, internet ortamının kamusal ifade için yurttaş katılımını nasıl desteklediğini kentlerin / yerel yönetimlerin ağ uygulaması üzerinden incelemiş ve yeni medyanın kapasite, etkileşimsellik, zaman-uzam sınırının ortadan kalkması, geleneksel medyadaki eşik bekçisi mekanizmasının ortadan kalkması, katılım ve ifade için para ve zaman maliyetinin azalması gibi özelliklerinin kamusal ifade ve katılımındaki olumlu yönlerine dikkat çekmiştir. Tambini'ye göre yeni medya ortamı yurttaşın katılımı, enformasyon kazanımı, tercihlerin ölçümü ve kanıların ifade edilmesi şeklinde ortaya çıkmaktadır (Tambini, 1999). Robertson vd.'nin 2006-2008 tarihleri arasında Facebook ortamını gözlemleyerek yaptıkları çalışmada, Facebook duvarının siyasal katılım açısından, kanıyı destekleme, kanıtlara karşı olumsuz link verme, eyleme çağrılar, şakalar veya yazılar ve adaya ilişkin sorular için kullanıldığı saptanmıştır (2009). Bu noktada siyasal katılım sürecinde sosyal medyanın kullanılmasının web sitelerinden farkı önem kazanmaktadır. Bu farklar şu şekilde sıralanabilir:

- Adaylar web sayfasının içeriği üzerinde tam denetime sahiptir; ancak sosyal medya kullanımında bu denetim ortadan kalkabilir.
- Sosyal medya kullanımında seçmen-kullanıcı içerik üretimiyle iletişim ortamına dahil olma hatta diğer kullanıcılarla etkileşime girme olanağına sahiptir.
- Sosyal medya kullanımında içerik, çelişkili veya çatışmalı biçimde dönüştürülebilir/türeyebilir (Williams ve Gulati, 2007).

ABD'de 2012 başkanlık seçimleri kampanyaları döneminde yeni medya araçlarının adayların güncel konular hakkındaki görüşlerini sunmak amacıyla kullanıma girmesi ile birlikte sayısal araçların kullanımı da desteklenmiş olmaktadır. Seçim döneminde kampanya gönüllüleri ve destekçilerin kapı kapı gezerek oy istemesi yerini Facebook, Youtube gibi sosyal ağların yarattığı elektronik komşuluğa bırakmıştır (Wattal et al., 2010). Sosyal ağlar adaylara seçmenle iletişime geçmek için yeni yollar sağlayan çok görünür bir platform işlevi görmekteydi. Araştırmacılar (Halpern & Gibbs, 2013; Jenkins, 2006) Facebook, Twitter, Youtube ve blogların yurttaşın çevrimiçi tartışmalar yoluyla diğerlerinin ve adayların görüşlerini öğrenebilmesi ve değerlendirebilmesi için yenilikçi yollar sağladığına inanmaktadırlar. Adaylar artık 2012 seçimlerinde geleneksel medya ile sosyal ağları bir araya getirmişlerdir.

Williams ve Gulati, ayrıca sosyal medya ortamlarının siyasi yararları arasında sosyal medya ortamlarının yurttaşlara tartışma kültürü ve çevrimiçi siyasi tartışmalar kapsamındaki konu ve görüşlere çeşitlilik kazandırdığını vurgulamaktadır (Williams ve Gulati, 2007).

İnternet, siyasal arenadaki farklı görüşlerin daha dengeli biçimde temsil edilmesinde, bastırılmış ve muhalif grupların siber uzamda örgütlenme yeteneklerinin gelişmesine olanak tanımaktadır. Ayrıca İnternet, küçük çaplı partilerin ve bağımsız adayların sesini duyurmasında da önemli bir araçtır (Davis vd., 2009: s.13). Bu sayede İnternet, gerçek demokrasilerin oluşturulması sürecinde önemli rol oynar ve hem geribesleme kanalları hem de toplulukları bir araya getirme becerisiyle siyasal iletişimin güçlü bir ayağını oluşturur. Getirdiği tüm olanaklara karşın, sayısal uçurum olgusunun varlığı, İnterneti hala birincil iletişim ortamı olmaktan uzak tutmaktadır.

Siyasi parti ve liderlerinin internet ortamlarında varlık göstermelerinin temeli, her şeyden önce seçmen tabanını genişletme çabasına dayanır. Web 1.0 olarak tanımlanan geleneksel web sitelerinin bu amaca hizmet etmekte yetersiz kaldığı anlaşılabilir (Ward ve Gibson, 2009: s.29). Potansiyel seçmenin zaten toplanmış olduğu sosyal medya ise, siyasetin temel araçlarından biri olarak önem kazanmaya devam etmektedir. Bayraktutan-Sütcü, vatandaş için katılımcı bir demokrasi temelinde çeşitli imkânlarla sahip olan İnternetin, siyasal partiler tarafından da bir kitle iletişim aracı olarak kullanılmakta olduğunu söylemektedir (Bayraktutan-Sütcü, 2007). Bayraktutan-Sütcü, “İnternet kullanımı tek başına değerlendirildiğinde ise, ortamın çoğunlukla örgüt içi iletişimde kolaylaştırıcı olarak kullanıldığı dikkat çekmektedir. Örgütün dışına dönük iletişimde ise çoğunlukla liderin varlığında bedenleşmiş parti görüş ve politikaları aktarılmaktadır” (2007) saptamasında bulunmaktadır.

Yeni medya platformlarının siyasal katılım için getirdiği yeni olanaklara ve profesyonel siyasetçilerle sıradan yurttaşlar arasındaki bağlantıyı arttırdığına yapılan bu göndermelere rağmen İnternetin demokratik bir kamusallığın gelişmesindeki katkılarının sınırlarını belirten yaklaşımlar da mevcuttur:

İlk olarak İnternet herkesin erişimine açık bir yapıda değildir. Tersine, eleştirel kamusal tartışmaya erişimi olma yönünden daha çok hali vakti yerinde olan kişilere sınırlıdır. İnternette siyasal tartışma herkes tarafından başvuru bir eylem değildir. Bu

yüzden çevrimiçi akılcı eleştirel tartışma İnternet üzerinde meydana geliyor olsa bile yeterince kamusallaşmamaktadır.

İkincisi, İnternet, kamusal alan için gerekli olan bütünlük ve akılcı uyumdan yoksundur. Çevrimiçi söylem kamusal alan yaratabilmek için çok fazla parçalı ve merkezsizdir. Çevrimiçi müzakere de daha çok aynı kafada insanlar arasında gerçekleşir görünmektedir. Bu da siber görüşlerin birbirini dışlayan siber cemaatler boyunca parçalanarak devam etmesi anlamına gelmektedir. Bireyler tartışmaya girerler ve tartışmadan çıkarlar; böylelikle bir konu hakkında bir uzlaşının gelişmesini söz konusu olmamaktadır.

Son olarak İnternet, reklam gelirleri nedeniyle ticari çıkarlar tarafınca sömürgeleştirilmiştir (Polat, 2005). İnternetin ayrıca farklı demokratik özellikleri vardır. İnternet coğrafik ve siyasal sınırların aşılmasını sağlamıştır. Bu, devletin yurttaş üzerindeki kontrol gücünü ve yurttaşın katıldığı etkinlikleri düzenleme gücünü azaltmıştır. Böylelikle hükümetler daha açık, yurttaş isteklerine karşı daha sorumlu ve farkında hale gelmiştir. Birçok ülke bu sayede daha demokratik bir hal almıştır (Simon, 2002). Sınırların olmayışı nedeniyle insanlar daha özgür bir araya gelmekte, bilgi paylaşmakta, ortak ilgilerle gruplar oluşturabilmektedir. Böylelikle yurttaş daha güçlü bir hale gelmiştir. Artık bireyler bilgiye ulaşımında hem zaman ve mekan sınırlamalarına maruz kalmamakta hem de daha ucuz maliyetlerle bu erişimi gerçekleştirmektedir. İnternet üzerinden gerçekleşen siyasal katılım davranışları siber aktivizm, internet aktivizmi gibi isimlerle alan yazında araştırılmaktadır.

Sosyal medyanın demokrasiye katkıları özetle birkaç başlık altında toplanabilmektedir (Kasap, 2013):

- Zamanın ve uzaklığın esnetilmesi
- Bilgi erişiminde kolaylık ve artış
- Bilgi kaynaklarının çeşitlenmesi
- Sivil toplumun etkileşim ve örgütlenmesi

2.3.4 Siberaktivizm

İnternet ve web 2.0 teknolojileri sosyal protestolar ve farklı araçlarla öncelikli amaçları gerçekleştirmek amacıyla yurttaşların güçlenmesinde mükemmel unsurlar

haline gelmişlerdir. Bu yeni gelişen çevrimiçi aktiviteler sokak protestolarını ve çevrimiçi protestoları değiştirerek siberaktivizm denilen bir kavramı ortaya çıkarmıştır.

Bu alandaki en ünlü siberaktivizm örneklerinden biri Dünya Ticaret Örgütü'ne karşı gelişen ve çevrimiçi olarak organize olup 70 bin kişiyi bir araya getirebilen 1999 "Seattle Savaşı"dır (Ayers ve Maccaughey, 2003). Verilebilecek diğer bir örnek ise ABD'nin diğer ülkelerde bulunan elçilikleriyle yaptığı iletişim belgelerini yayınlayan ve küresel bir skandala neden olan "Wikileaks" gelişmesidir (Beckett ve Bail, 2011; Fenster, 2012; Hood, 2011). Hükümet ve kurumların kararlarını protesto etmenin bir diğer teknolojik yolu da "hack" kavramıdır. Bu konuda da dünyaca ünlü "Anonymus" grubu örnek verilebilmektedir (Himma, 2005).

Ukrayna (Goldstein, 2007), İspanya (Gonzalez-Bailon vd., 2013) vb. ülkelerden sonra gelişen ve birçok Arap ülkesinde değişimlere neden olan "Arap Baharı" (Liz Else, 2012) , gibi sosyal hareketler sosyal medya başta olmak üzere doğrudan farklı bilgi teknolojileriyle bağlantılı olarak ortaya çıkmıştır (Medina, 2010). Facebook, Twitter ve Youtube başta olmak üzere söz konusu gelişmeler sosyal medya araçlarının bilgi yönetimi ve görev dağılımının yanı sıra kullanıcıları bir araya getirme, protesto organize etme gibi ortak yönlerinin olduğunu göstermiştir.

Sosyal protestolar her ne kadar otoriter rejimlerle bir arada anılsa da Fransız Devrimi ile yurttaş haline gelen kitlelerin haklarını, düşüncelerini ifade edebileceği bir araç olarak kullanılabilir. 20. yy'da meydana gelen önceki gelişmeler geleneksel araçların kullanımıyla oluşmaktaydı. Ancak 1994'de Meksika'da ki Zapatista Hareketi bilgi iletişim teknolojilerinin kullanımına yönelik ilk eylemlerin başında gelmektedir.

Aktivizm insan gruplarının ortak bir amacı gerçekleştirmek amacıyla bir arada hareket etmesi olarak görülebilir.

Tablo 5: Aktivizm (Eylemcilik) Türleri Karşılaştırması

Benzerlik ve Farklılık Boyutları	Aktivizm	Aktivizm 1.0	Aktivizm 2.0
Aktörler	Yerel	Uluslararası ve bölgesel	Küresel, Sınırsız
Fikirlerin yayılımı	M2M, basılı, elektronik	Geleneksel medya, web siteleri, E-mektup	Web siteleri, Sosyal ağlar
Organizasyon	Liderler	Liderlerle yatay ilişkili	Kendiliğinden örgütlenen
Sanal Organizasyon	Bulunmamakta	Bağımlı, organize	Bağımsız, otomatikleşmiş araç
İçerik Güncelleme	Yavaş	Orta hız	Anlık
Güçlendirme	Kişiden kişiye	E-mektup, web siteleri	Daimi çevrimiçi güçlendirme
Bilgi akışı	İçerik ve geleneksel medyayla sınırlı	Organize edenlerle sınırlı	Sürekli bilgi akışı
Dil	Eylemcilerle sınırlı	Ülke ve bölgeyle sınırlı	Dil kısıtlaması yok
Katılım	Fiziksel	Çevrimdışı	Çevrimiçi, Anlık
Etkileşim	Diğerleriyle azaltılmış etkileşim	Kısmen çevrimdışı ve çevrimiçi	Kısmen çevrimdışı, çevrimiçi

Kaynak: Sandoval-Almazan, R., & Gil-Garcia, J. R. (2014). Towards cyberactivism 2.0? Understanding the use of social media and other information technologies for political activism and social movements. *Government Information Quarterly*, 31(3), 365-378.

Siberaktivizm İnternetin ticari kullanımı ve genişletilmiş iletişim kanalları olanaklarıyla ortaya çıkmıştır. İnternet teknolojileri bağış toplama, topluluk inşa etme, lobicilik ve organizasyon gibi araçlarla kullanılmaktaydı. Bazı araştırmacılar teknoloji kullanımının demokratik pratikleri arttıracığını, destekleyeceğini söylemektedirler (Ayers ve Maccaughey, 2003; van-de-Donk, Loader, Nixon, ve Rucht, 2004; Wall, 2007; Wigand, 2010). Özellikle Mosca İnternet'in siyasal bilgi toplama, siyasal konuları

tartışma, çevrimiçi siyasal karşı koymalar gerçekleştirme amaçlı kullanımlarına dikkat çekmektedir. Calderaro ise Mosca'nın bu saydıklarına İnternetin birkaç özelliğini daha eklemektedir: e-mail listeleri, ortak çevrimiçi uygulamalar, peer to peer ağlar, anlık mesajlaşma uygulamaları ve daha birçok özellik. Calderaro'nun çalışması her ne kadar mailler üzerine olsa da saydığı unsurlar politik potansiyelini de göstermektedir. Diğer taraftan ise Ayres'in çalışması daha az iyimser bir sonucu sunmuştur. Ona göre İnternet sayesinde doğrulanamayan birçok bilgi sosyal harekete yönelik ağlara dağılacak ve böylece gerçek siyasal tartışmalardan daha çok belirsizlik ve karmaşıklık üretilecektir. Baumgartner ve Morris'in genç sosyal ağ kullanıcıları üzerine yaptığı çalışmada sosyal ağ kullanıcılarının diğer medya kullanıcılarından daha çok katılıma meyilli olduğuna yönelik bir sonuca ulaşılamamıştır.

İllia (2003) siberaktivizmin web sitelerinden daha ileri bir unsur olduğunu belirtmiştir. Ona göre 4 çeşit siberaktivizm vardır: çevrimiçi geleneksel aktiviteler, sahte web siteleri, tartışma grupları, hackerlar.

İnternet aktivizmi, elektronik iletişim teknolojilerinin özellikle Facebook, Twitter, Youtube gibi sosyal ağların yerel bilgilerin geniş kitlelere ulaştırılması ve yurttaş hareketi bünyesinde daha hızlı iletişime olanak sağlanması amacıyla kullanılması olarak tanımlanmaktadır.

Sosyal medya özelinde web 2.0 teknolojileri kullanıcıya içerik üretip bunu diğer kullanıcılarla paylaşma olanağı veren uygulamalardır. Bu tarz platformlar tüm bağlı kullanıcı ve cihazların içeriği yaratmasına, organize etmesine ve paylaşmasına izin verir. Sosyal medyanın siberaktivizm amaçlı kullanımına yönelik son araştırmalardan biri internet teknolojilerinin protestocuların merkezi otoriteden bağımsız organize olmasını sağlayabildiğini destekler niteliktedir.

Konuyla alakalı güncel bir kavram olan "slacktivism" kavramı ise çevrimiçi katılım etkinliklerine bakıldığında kullanıcıların davranışlarının tembel bir şekilde, düşük yoğunlukta emek harcayan, iletişim ve paylaşım gibi kolay ve emeksiz etkinliklerin yoğun olduğunu savunmaktadır. Yine benzer olarak "klikativizm" kavramı ilk olarak The Guardian gazetesinde Micah White tarafından Arap Baharı üzerine 12 Ağustos 2010 tarihindeki yazısında kullanılmış ve alanyazına girmiştir. Sosyal medya

kullanıcılarının beğenme, paylaşma vb. etkinliklerle etkili olmaya çabaları olarak tanımlanmaktadır.

2.3.5 Siyasal iletişim ve iletişim davranışları

İnsanlık tarihiyle eş zamanlı olduğuna inanılan iletişim, siyasal yaşamında önemli bir bölümünü oluşturacak bir şekilde siyasal iletişim olarak süreçte yer almaktadır. Siyasal iletişim benzer şekilde siyaset gibi tanımlanması zor bir kavramdır. Siyaset ve iletişim kavramlarının bir birleşimi olan siyasal iletişim her ne kadar Aristoteles'e kadar geriye götürülse de bugünkü gibi ortaya çıkması yaygınlaşan kitle iletişim araçlarının siyasal yaşama etkilerini konu alan araştırmalara dayanmaktadır.

Tanımlamak gerekirse; bir görüş ya da organın, etkinlikte bulunduğu siyasal sistem içinde kamuoyu güvenini ve desteğini sağlamak, dolayısıyla iktidar olabilmek için, zaman ve konjonktürün gereklerine göre reklam, propaganda ve halkla ilişkiler tekniklerinden yararlanarak sürekli bir biçimde gerçekleştirdiği tek veya çift yönlü iletişim çabasıdır (Özkan, 2004: 38). Bir diğer tanıma göre de siyasal iletişim; bir siyasi görüşün ya da iktidarın içinde bulunduğu siyasal sistem içinde etkinliğini arttırıp kamuoyunun güvenini kazanmak dolayısıyla iktidar olmak adına dönemin gereklerine ve konjonktüre uygun olarak propaganda ve halkla ilişkiler tekniklerini kullanarak yaptığı iletişim etkinlikleridir (Kalender, 2005). Siyasal iletişim temel olarak konusu ve amacı siyaset olan her türlü iletişim eylemleri anlamına gelmektedir.

Amerikan Doris Graber ise sadece retorik değil beden dili gibi dil ötesi ve boykot ve protestolar içeren siyasal dil kavramı ile kavramın tümünü kuşatan bir tanım önermektedir (Bongrand, 1992). Denton ve Woodward siyasal iletişim kavramını göndericinin siyasal çevreyi etkileme amaçları ile karakterize etmektedir. Bu açıdan bakıldığında iletişimi siyasal yapan iletinin kaynağı değil onun içerik ve amacı olmaktadır (Akt. Domenach, 1995).

McNair ise Denton ve Woodward'ın çalışmalarından yola çıkarak siyasal iletişimde niyetin önemini belirtmekte, kavramı "siyaset hakkında niyetli, amaçlı iletişim" olarak tanımlamakta ve tanımı şu üç yargıyı içermektedir (Bongrand, 1992):

- Siyasetçi ve diğer siyasal aktörler tarafından iletişimin tüm formlarına özel hedefleri başarabilmek amacı ile girilmektedir.

- İletişim bu aktörlere, seçmenler, köşe yazarları gibi siyasal olmayanları adres göstermektedir.
- Haber bültenleri, başyazılar, siyasal medya tartışmalarının diğer biçimleri söz konusu aktörler ve onların etkinlikleri hakkında iletişimi içermektedir.

Dolayısıyla McNair'e göre siyasal iletişim sürecinde sadece Graber'in söylediği gibi sözlü ve yazılı cümleler değil giyim, saç, logo tasarımı gibi göstergelerin görsel anlamı olmak üzere hepsi siyasal imajı ve kimliği oluşturdukları söylenebilecek siyasal iletişim öğeleri olarak düşünülmektedir (Çavdar, 2004).

Bob Franklin'in tabiri ile siyasal iletişim alanı medya ve siyasal sistemin yerel, ulusal ve uluslararası etkileşimi üzerine çalışmaktadır. Siyasal iletişim şu çözümlenmelerle ilgilenmektedir:

- Medyanın siyasal içeriği,
- Söz konusu içeriğin oluşmasına dahil olan aktör ve ajanlar,
- Siyasal medya içeriğinin izleyici ve politika geliştirenler üzerine etkisi,
- Siyasal sistemin medya sistemi üzerine etkisi,
- Medya sisteminin siyasal sistem üzerine etkisi (Zürcher, 2004).

Siyasal iletişim kavramının üzerinde durulmasını gerektiren bir diğer nokta, siyasal iletişimde bulunan kişilerin veya örgütlerin amacının kitlelerde tutum ve davranış değişikliği yapmak olması ve bu durumda da bazı bilgi ve becerilere sahip olunması gerektiğidir (Aziz, 2003). Çoğu zaman toplumda gerçekleşen iletişimin siyasi boyutu siyasal iletişim olarak adlandırılmaktadır. Siyasal iletişim süreci verici, alıcı, kanal, mesaj ve geri besleme öğeleri ile geleneksel iletişim sürecini andırmaktadır (Aziz, 2007).

Siyasal iletişimin ilk ortaya çıkışı ve kullanımı, Antik Yunan'a kadar uzanmaktadır. Eski Yunan'da yönetenler adına siyasal iletişim demeseler de bu tarz yöntem ve tekniklere başvurmuşlardır. Tarihsel süreçte ise, toplumlar büyüdükçe, kültürler farklılaştıkça, teknoloji geliştikçe, siyasal iletişimin içeriği, aktörleri, kullanılan yöntem ve teknikler de farklılık göstermiştir (Aziz, 2003). Siyasal iletişim, demokratik rejimlerin gelişmesi ve halk egemenliğinin başlamasıyla siyaset içinde hızla yer almıştır. 17. yüzyılda Avrupa'da kahvehane kültürü oluşmaya başlamış ve buralar

haberlerin toplandığı, siyasal tartışmaların yapıldığı merkezler haline gelmişlerdir (Bektaş, 1996).

Siyasal iletişim, seçim kampanyaları bağlamında değerlendirildiğinde ilk olarak ABD’de görülmeye başlamış, özellikle de iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle desteklenerek tüm dünyaya yayılmıştır. Seçim kampanyalarının etkilerinin seçim sonuçlarını değiştirdiği düşünülen her seçim, yeni bir iletişim yönteminin seçim sürecine dâhil olmasını sağlamıştır (Aktaş, 1996).

1948 Amerikan başkanlık seçimi, siyasal iletişim sürecinde ilk ve en önemli örneklerden birinin arenaya çıkmasını sağlamıştır. Truman’dan Obama’ya kadar Amerikan başkanlarının seçim çalışmaları tüm dünya tarafından her zaman yakından takip edilmiştir. Adaylar her kampanyada yeni iletişim tekniklerini kullanmışlardır. Özellikle Obama’nın verdiği mücadeleye bakıldığında siyasal iletişim adına harcadığı emeğin yeniliklerle dolu ve azami düzeyde olduğu görülmektedir. Dünya ülkeleri bu kampanyaları izleyerek kendi iletişim çalışmalarını zenginleştirmiştir (Altıntaş, 2001).

Blumler ve Kavanagh’a göre siyasal iletişim 3 evrede gerçekleşmektedir. Birinci evrede siyasal partilerin kitle iletişim araçlarıyla ilişkileri ve kitle iletişim araçlarına yönelik değerlendirmeleri yer almaktadır. İkinci evrede, televizyonun ortaya çıkmasıyla oluşan yeni dönem bulunur. Üçüncü evrede ise bilgisayar ve yeni iletişim teknolojileri devreye girmektedir. Bu evre hala sürmektedir (Tokgöz, 2008).

İnternetin yeni bir teknoloji ve yeni bir medya olarak doğuşu araştırmacıları etkilemiş ve çeşitli iletişim alanları açısından sahip olduğu rolleri araştırmaya sevk etmiştir.

2.3.5.1 İnternet ve sosyal medyanın siyasal iletişimde kullanımı

Tarihsel olarak, her yeni iletişim aracının ortaya çıkması ve yaygınlaşması, siyasal iletişimi etkilemiş ve siyasal iletişimin araştırma konuları arasında yer almıştır. İnternet, özellikle etkileşimsellik, hipermetinsellik, kullanıcı türevli içerik üretimini destekleme, çoklu ortam biçimselliği gibi özellikleriyle 21. yüzyılda en çok incelenen ortamların başında gelmektedir. 1990lı yıllar İnternetin ortaya çıkmaya ve özellikle siyasal kurumlar tarafından öneminin anlaşılmasına başlandığı yıllar olmuştur. Bu alanda ilk ülke ABD’dir (Köksoy, 2008). Gittikçe mobil aygıtların ve bilgisayarların kişiselleşip bireysel kullanıma sunulmasıyla birlikte İnternet aracılığıyla bilgisayar tabanlı küresel

bir iletişim ağıının gelişmesi bu araçların önemini arttırmıştır. Sonrasında sektöründe ilgisini çekerek İnternet sayesinde kişiselleşen telefon ve bilgisayarların reklamcılar tarafından yeni medya olarak kullanımı ortaya çıkmıştır (Aktaş, 2004).

İnternetle siyasal iletişim alanında oluşan farklı iletişim yapılarını en görünür kılan dönem, Web 1.0 olarak tanımlanan giriş dönemi internet uygulamaları değil, Web 2.0 olarak tanımlanan sosyal medya uygulamalarıdır. Etkileşim/paylaşım temelli uygulamalardan oluşan, kullanıcının içerik üretmesine ve yaymasına yarayan sosyal medya, geleneksel medyaya daha çok benzeyen Web 1.0 uygulamalarından farklı bazı özelliklere sahiptir (Binark vd., 2014). Viral kampanyalarda, siyasi parti ve siyasetçiler, farklı kesimlerdeki seçmenlere ulaşabilmektedir. Bu yüzden siyasal iletişim kampanyalarında internet uygulamalarına günden güne daha çok önem verilmektedir. Ancak her şeye rağmen İnternetin siyasal iletişim kampanyalarını tek başına belirleyecek araç olduğu söylenemez. Bu sebeple de siyasal kampanyalarda, bir yandan internet uygulamalarından faydalanırken, diğer yandan geleneksel iletişim araçları da sıkça kullanılmaktadır.

Kişilerarası iletişim, örgütsel iletişim, kitle iletişimi gibi konularda görsel olarak birçok uygulamanın yer aldığı İnternet küresel olaylarda oynadığı rolü itibariyle siyasal iletişimin ilgisini çokça çekmektedir (Saphiro, 2002). Salter (2003) İnternetin adem-i merkezî yapı ve içeriğinin çoğunlukla kullanıcılar tarafından oluşturulduğu bir metinsel iletişim sistemi olması nedeniyle demokratik iletişim için yeni bir kaynak olduğunu savunur. Web 2.0 ortamlarından sosyal medyanın siyasal iletişimde kullanılması, geleneksel siyasal iletişim yöntem ve tekniklerine göre siyasi partilere ve liderlere, sempatanlara ve henüz oy verme kanaatini geliştirmemiş bireylere siyasal ileti ile etkileşime girme, katılım, içeriği yayma ve kendi içeriğini üreterek paylaşma açısından olanaklar sağlamaktadır. Bu olanaklar sosyal medyanın sahip olduğu birtakım özelliklerden yararlanmaktadır: sayısallık, etkileşimsellik, kullanıcı türevli içerik yaratımı, hipermetinsellik, yayılım ve sanallık (Lister vd., 2003; Binark, 2009) olarak sıralanabilir.

Siyasal iletişimin etki boyutu incelendiğinde mitingler vb. aracılığıyla gerçekleşen yüz yüze iletişimin öneminin vurgulanması gerekmektedir. Bu ortamlara ne kadar katılım olursa olsun bazı konularda sınırlı olmaktadır. Bu sınırlılık bazı yönlerden kitle

iletişim araçları ile aşılmaktadır. İnternetle sağlanan etkileşimli ortam diğer türlere oranla iletişime daha yakındır ve etkilidir.

Yeniliklerle tanımlanan Web 2.0 insanların webdeki diğer kişilerle doğrudan ilişkiye ve etkileşime girmesi için uygun bir ortamdır. Web 2.0 ile ilişkilendirilen anahtar başlıklar; aşağıdan yukarıya ilerleyen bir yaklaşım, içerik paylaşımı, çevrimiçi iş birliği, sosyalleşme ve ağ oluşturabilmedir. Günümüzde seçim kampanyalarında kullanılan Web 2.0 uygulamalarının siyasetçiler ve vatandaşlar arasındaki gediği kapamak ya da azaltmak için daha uygun oldukları savunulmaktadır (Vergeer vd.,2011).

Yeni medya ortamlarının siyasal iletişim uygulamalarında kullanılmasına yönelik çalışmalarda sıklıkla yeni medyanın özellikleri belirtilmektedir. Örneğin Dalgren, İnternetin yurttaş katılımında etkileşimsellik, kullanıcı türevli içerik üretimi ile eşik bekkiliği denetiminden kurtulma gibi potansiyellerine dikkat çekmiştir (2009, s.154). Dalgren'e göre yeni iletişim teknolojileri yurttaşa bilgi erişiminde daha fazla olanak sunar; örneğin ne tür bilgiye erişileceği, buna nasıl ve ne zaman erişileceği artık yurttaş tarafından düzenlenebilir (2009, s.44). Ancak Dalgren çevrimiçi ortamlarda yurttaşın katılımı ve siyasal iletişim konusunda tekelleşme ve sayısal uçurum olguları olmak üzere iki önemli kısıtlılığa da dikkat çeker (2009, s.170).

İnternetin siyasal iletişim için öneminin başta siyasal iletişim pratiği içinde yer alan aktörler ardından kuramcılar tarafından farkedilmesi sonrasında, siyasal iletişim çalışmaları büyük ölçüde sayısal iletişim teknolojisi olarak İnternetin web, blog, forum ve benzeri araçlar ile siyasal iletişime sağladığı katkıların değerlendirilmesi yönünde odaklanmıştır. Yeni medya ile siyasal iletişim ilişkisi konusunda birçok ürün alanyazına kazandırılarak alandaki çalışmaların sürdüğü dikkat çekmektedir (Uztuğ, 2004). İnternet diğer kitle iletişim araçlarıyla birlikte siyasal iletişimin vazgeçilmez unsuru haline gelmiştir (Aziz, 2003).

Bütün bu kitle iletişim araçlarıyla yayılan mesajlar siyasi parti ya da adayın reklamını yapmaya yöneliktir. Verilen siyasi mesaj ne kadar çok kişiye ulaşırsa ve anlaşılırsa göndericinin istediği yönde davranış oluşturma o kadar etkili olmaktadır. Yapılan çalışmalarda görülmektedir ki İnternet sadece sosyal etkileşimi sağlamakla kalmamakta aynı zamanda gelişmiş sosyal bir teknolojiyi ve iletişim araçlarını da ifade etmektedir. İnternet gündelik iletişimi dahi etkileme ve dönüştürme potansiyeline

sahiptir. İnternetin kısıtlamalara tabi olmadığı için demokratik katılım konusunda da oldukça katkı sağlayıcı olduğu ve siyasal yaşama yarar sağladığı düşünülmektedir (Aktaş, 2004).

Günümüzde hemen hemen tüm siyasal liderler İnternetten faydalanmaktadırlar. Siyasal partiler İnternet ortamında siyasal etkinlikte bulunarak geleneksel medyadaki konumlarını da sağlamlaştırmaktadır. İnternet sayesinde, geleneksel medyadan yeterince faydalanamayan daha küçük partilerde kendilerini İnternet aracılığıyla sunabilmektedir. Bu sayede İnternet ile eşit koşullar yaratılmaya çalışılmaktadır (Aziz, 2007). Ayrıca İnternet sayesinde geleneksel medyaya zaman ayıramayan ya da ayırmak istemeyen gençlere de daha kolay erişim sağlanmaktadır. Bu gibi özellikleriyle İnternet kamusal alan kavramını da değiştirmiştir.

2.3.6 2008 ABD Başkanlık Seçimleri’nde sosyal medya kullanımı

Siyasi parti ve liderlerinin İnternet ortamlarında bulunmalarının nedeni, her şeyden önce seçmen tabanını genişletme çabasıdır. Ancak geleneksel web sitelerinin bu amaca hizmet etmekte yetersiz kaldığı açıktır (Ward ve Gibson, 2009). Potansiyel seçmenin bulunduğu sosyal medya ortamları ise, siyasetin yeni araçlarından biri olarak ön plana çıkmaktadır. Geçmişte siber uzam üzerinde kontrol sahibi olmadıklarından ve seçmenleri nasıl hedef almaları gerektiğini de bilemeyen siyasal aktörler (Stromer-Galley, 2000), bugün özellikle sosyal medyada yürütülen kampanyalar sonrasında gelen olumlu sonuçlardan memnundurlar. Bunların başında da sosyal medya ortamlarını oldukça etkili bir biçimde kullanan ABD Başkanı Barack Obama gelmektedir. Obama, sosyal medya ortamlarını seçim stratejisine dâhil etmesindeki başarısından dolayı, The Washington Post (2007) tarafından “Sosyal Ağların Kralı” olarak nitelendirilmiştir.

“The Social Pulpit” adlı raporu düzenleyen Edelman, Obama’nın başarısının nedenini, kampanyasında sanal örgütlenmeye verdiği destek ve önem olarak göstermektedir (Lutz, 2009). Obama’nın kampanyası bazı konulardan yenilikçi olmasına rağmen, kullandığı araçlar önceki kampanyalarla benzerlik göstermektedir. Obama, sosyal medyayı kullanarak bağışlarını arttırmaya çalışan ilk başkan adayı değildir. John McCain, 2000 seçimlerinde dört günde iki milyon doları toplamış, ancak oya dönüştürmekte başarısız olmuştur (Rapaport, 2000). Ayrıca Dean ‘in 2004 seçimlerinde yaptığı gibi önceki yıllarda da başkan adaylarının destekçilerini İnterneti

kullanarak bir araya getirmeye çalıştığı da görülmüştür. Bu sebeple Obama, bu amacı gerçekleştirmeye çalışan ilk başkan adayı sayılamaz. Obama'yı farklı kılan yönler planlama ve etkin kullanımdır. Bu amaçla önceliklerin belirlenmesi ve potansiyel seçmenin saptanarak takip edilmesi gibi konular iyi planlama sayesinde başarılmıştır. Yine 2008 yılında Obama kampanyasının İnternet ayağında McCain'e göre 10 kat fazla personel istihdam edilmiş, seçim öncesi süreçte Facebook'ta 5 kat, Youtube'da ise 4 kat fazla kişiye ulaşılmıştır. Bu rakamlar ışığında Obama'nın internet ve teknolojiyi seçim kampanyasına McCain'den daha iyi dâhil edebildiği söylenebilmektedir.

2.3.7 Siyasal katılım davranışlarının önündeki engeller

Yeni teknolojiler ve sosyal medya uygulamaları katılım için yarattığı birçok olanağın yanında bazı engeller de doğurmaktadır (Kasap, 2013):

- **Sayısal bölünme:** Sayısal bölünme, “bilgisayar ve İnternet erişimine sahip olanlar ve olmayanlar arasındaki” ayrım (Van Dijk, 2006: 178) olarak tanımlanabilir. Bilgisayar kullanım bilgi ve becerisi, İnternet okur-yazarlığı, zaman ve güdülenme gibi öğeler de sayısal bölünmeyi ortaya çıkarabilen nedenlerdir. Sayısal yetenekleri gelişmiş olan bireylerin katılım davranışlarına daha açık olduğu düşünülmektedir.
- **Kutuplaşma ve ayrımlaşma:** Sanal ortamdaki topluluklar, benzer ilgi ve değerlerin paylaşıldığı yerlerdir. Bununla birlikte İnternet'te istenmeyen karşılaşmaları engellemek için gelişkin bir süzgeçleme teknolojisi kullanılabilmesi de olanaklıdır (Saphiro, 2002: 192). Siberuzayda geçen iletişim büyük bir çeşitlilik içerse de, bazı katılımcılar temelde kendilerine benzer görüşleri olan grupları aramaktadır. Bu durum ise belirli bir bakış açısının pekişmesi durumunu da birlikte getirmektedir (Dahlberg, 2001: 618). Kullanıcılar farklı görüşlerle karşılaşmamak için takip ettiği diğer kullanıcıları da kendi görüşlerinden seçebilmektedir.
- **Bilginin kalitesizliği, yanlış bilginin yayılması:** Sanal ortamlarda bilgi hızla çoğalmakta ve paylaşılmaktadır. Bu durumun nedenlerinden biri, bilginin üretimi ve kitlesel olarak paylaşımın bireysel ve gündelik etkinlikler haline gelmiş olmasıdır. Bireysel düzeyde Web sayfalarıyla başlayan bu etkinlikler günümüzde bloglar, mikro-bloglar ya da çeşitli işbirlikçi araçlarla sürmektedir (Kasap, 2013).

- **Bilginin tekelleşmesi:** Hindman (2009: 12) aramalara kılavuzluk eden İnternet link yapısının, kişileri dar bir popüler alana taşıyarak aslında bir dışlama mekanizması gibi çalıştığını belirtmektedir. Hindman'a göre birçok kullanıcının, linklerin zaten toplanmış olduğu sitelere gitme eğiliminde olması anlamında link yapısı bir güç yasası dağılımını takip etmektedir.
- **Gözetim:** Foucault'un da son derece çarpıcı bir biçimde ortaya koyduğu, "bir veya daha çok kişinin iletişim ya da eyleminin sistematik olarak araştırılması ya da izlenmesi" (Bogonikolos) olan gözetim kavramı son dönemde, İnternet gibi enformasyon teknolojilerinin gelişim sürecine paralel olarak özel bir önem kazanmıştır. Bu sayede toplanan kişisel enformasyonun miktarı sürekli artmıştır. Enformasyon teknolojileri, potansiyel olarak olağanüstü kalabalık bir kitleyi, gözetimciler için, görünmeksizin ya da bilinmeksizin izlenebilir hale getirmiştir. Ayrıca geçmişin teknolojilerinden farklı olarak enformasyon teknolojileri bilgiyi depolayabilmektedirler. Yeni teknolojiler Bentham'ın Panopticon tasavvurunun bir aracı haline gelmiştir (Marx, 1988). Enformasyon sızmaları günümüzde aşırı boyutlara ulaşmıştır. Kamusal ve özel alan arasındaki hat zayıflamıştır. Bu görüşlerden hareketle Gary T. Marx, gözetim toplumu kavramını ortaya atmıştır. O'na göre gözetim toplumu, bilgisayar teknolojisiyle, bütünsel denetimin önündeki engellerin yıkıldığı bir durumu ifade etmektedir. Yeni teknolojiler, gözetim potansiyelini sürekli artırmaktadır. Marx'a göre içinde yaşadığımız gözetim toplumunda artık hepimizin gizliği tehdit altındadır. Yeni teknolojilerdeki bu denli gözetim kullanıcıları siyasal katılım davranışlarından alıkoyabilmektedir. Özellikle otoriter eğilimli ülkelerde gözetlenme korkusu nedeniyle bu tarz davranışlar yapılmamakta veya anonim hesaplar ile yapılmaktadır.

Siyasal katılım siyasetin temel yapılarından biri olarak belirtilmektedir. Bireylerin siyasal hayata her anlamda katılımı demokrasinin gelişmesi ve siyasetin zenginleşmesi için oldukça önemlidir. Yeni teknolojileri dikkate almadığımızda yurttaşların katılımları geleneksel katılım davranışları özelinde gerçekleşmekte ve bunların başında da oy kullanmak gelmektedir. Geleneksel katılım davranışları emek gerektiren eylemlerdir ve her yurttaşın da göze alamayacağı bir takım çabaları gerektirmektedir.

Yeni teknolojilerle birlik bireye her alanda yeni yollar açılmaktadır. Vatandaşlar yeni iletişim ortamlarını kullanarak diledikleri kaynaktan bilgilenebilmekte, diledikleri kişilere diledikleri yollardan ulaşabilmekte, diledikleri yolları kullanarak diledikleri içerikleri çevrimiçi ortamlarda paylaşabilmektedirler. Bu hem siyasal iletişimi ve demokrasiyi geliştirmekte hem de bireyin katılımcılığını arttırabilmektedir. İnternetin sağladığı bu ve benzeri birçok olanağın bireyler tarafından ne oranda değerlendirildiği ve ortaya çıktığı düşünülen yeni çevrimiçi siyasal davranışlara ne oranda başvurulduğu soru işareti olarak durmaktadır. Özellikle yeni iletişim ortamları olan sosyal medyayı günümüzde en yaygın kullandığı bilinen gençlerin çevrimiçi siyasal etkinliklerdeki katılım boyutu soru işareti olarak durmaktadır. Bu yönde yapılacak bir araştırmayla hem yeni davranışların ortaya çıkıp çıkmadığı hem de bu davranışlara katılım vb. konularda üniversite öğrencilerinin yanıtları üzerinden bazı sonuçlara ulaşmak mümkün olacaktır.

3.Yöntem

3.1 Araştırma Modeli

Araştırma “tarama modelinde” desenlenmiştir. Tarama modelleri, genel olarak var olan durumu ya da gerçekliği olduğu gibi araştırıp açıklamayı hedeflemektedir. Tarama modeli; nesneye, olguya, olaya, bireye vb. ilişkin günümüzdeki ya da geçmişteki verilerin tamamının gözden geçirilmesi mantığına dayanmaktadır. Genel tarama modelleri, örnekleme yoluyla evren hakkında kestirimlerde bulunma ve genellemeler yapma amacını gütmektedir (Şimşek vd., 2015). Bu çalışmada “Sosyal Medyanın Üniversite Öğrencilerinin Siyasal Katılım Davranışlarına Etkisi” var olduğu biçimiyle ortaya konulmaya ya da durum genel olarak betimlenmeye çalışıldığı için genel tarama modeli kullanılmıştır.

3.2 Evren ve Örneklem

Bu çalışmanın evrenini Anadolu Üniversitesi'nin dört yıllık lisans eğitimi veren fakülte ve yüksekokullarında öğrenim gören üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. İdari veya akademik personel araştırma kapsamına alınmamıştır. Araştırmanın yapıldığı Anadolu Üniversitesi'nde Eczacılık, Edebiyat, Eğitim, Fen, Güzel Sanatlar, Havacılık ve Uzay Bilimleri, Hukuk, İktisadi ve İdari Bilimler, İletişim Bilimleri, Mimarlık ve Tasarım, Mühendislik, Sağlık Bilimleri, Spor Bilimleri ve Turizm olmak üzere on dört fakültede örgün lisans eğitimi gerçekleştirilmektedir. Ayrıca Anadolu Üniversitesi'nde Eskişehir Meslek Yüksekokulu, Porsuk Meslek Yüksekokulu, Ulaştırma Meslek Yüksekokulu, Yunus Emre Meslek Yüksekokulu ve Devlet Konservatuvarı bulunmaktadır.

1958 yılında Ticari ve İktisadi İlimler Akademisi ile temelleri atılan ve 1982'de günümüzdeki adını kazanan Anadolu Üniversitesi kısa zamanda gelişerek Türkiye'nin önemli üniversitelerinden biri halini almıştır. Birçok değerlendirme kıstasında da üst sıralarda bulunmaktadır. Bilimsel ve sosyal anlamda da zengin bir üniversite olan Anadolu Üniversitesinde, altyapısı tamamlanmış, çağdaş teknolojik olanaklara sahip, demokratik bir ortamda öğrenci odaklı eğitim verilmektedir. Öğrenciler, uluslararası ölçütlerde katılımcı bir anlayışla sosyal ve kültürel etkinliklerin içinde yer alarak kendilerini ifade etme olanağı bulmaktadırlar. Aynı zamanda sayıları 2500'ü bulan öğretim elemanları, birikim ve deneyimlerini öğrencilere aktarmak için çalışmaktadır.

Üniversitenin fakülte ve yüksekokullarında yaklaşık 2015-2016 eğitim öğrenim döneminde 25.527 öğrenci öğrenim görmektedir. Bunlardan 12736'sı kadın, 12791'i ise erkek öğrencidir. Bünyesinde Türkiye'nin hemen her bölgesinden öğrencinin bulunduğu üniversitenin bu bağlamda bakıldığında Türkiye genç profilini yansıttığı ve öğrenci şehri olarak bilinen Eskişehir'de bulunması gibi yönleriyle de araştırmaya görüş ve katılımcı çeşitliliği sağladığı düşünülmektedir. Bu gibi nedenlerle gençlerin siyasal katılımının resmedilebilmesi için Eskişehir Anadolu Üniversitesi seçilmiştir.

Araştırmanın örnekleminde, fakülteleri temsil edecek üniversite öğrencilerinin belirlenmesinde olasılıklı örnekleme yöntemlerinden yansız örnekleme tekniği kullanılmıştır. Bu örnekleme tekniğinde evrendeki bireylerin örnekleme girebilme şansının eşit ve birbirinden bağımsız olması gerekmektedir. Bu teknik; tesadüfi örnekleme, rassal örnekleme, basit rastlantısal örnekleme gibi isimlerle de anılır. Örneklem olarak belirlenen Anadolu Üniversitesi öğrencilerinin belirlenmesinde bu yöntem kullanılmıştır. Araştırma çevrimiçi siyasal katılımı ölçtüğünden verilerinde çevrimiçi yollarla toplanması sağlıklı bulunmuştur. Belirlenen araştırma soruları ve ölçeği çevrimiçi yapıya dönüştürülmüştür. Sosyal medya araçları üzerinde üniversite öğrencileri her ders, fakülte, dönem vb. için gruplar oluşturmakta ve birbirleriyle haberleşmektedir. Araştırma ölçeği de söz konusu fakülte ve ders gruplarında paylaşılarak her üniversitenin her kesiminden veri elde edilmeye çalışılmıştır.

Belirlenen evren içinden 406 öğrenciye ulaşılarak araştırma sorularının yanıtlanması sağlanmıştır. Ulaşılan öğrenci sayısı aynı zamanda sosyal bilimlerdeki evren örneklem oranını da karşılamaktadır. Katılımcı 406 öğrencinin 219'u erkek 187'si ise kadındır. Bu rakamların oranı alındığında üniversite genelindeki kadın-erkek oranına yakın sonuçlar elde edilmektedir. Örneklemin yaş dağılımı ise büyük oranda 18-23 yaş orası olmasına rağmen az da olsa 27 yaşa kadar sıralanan katılımcı söz konusudur.

3.3 Verilerin Toplanması

Araştırmada veri toplama aracı olarak Velasquez (2012) "Sosyal Medya ve Bireysel- Kolektif Aktivizm" ölçeğinden yararlanılarak geliştirilen "Sosyal Medyanın Üniversite Öğrencilerinin Siyasal Katılım Davranışlarına Etkisi"ni belirlemeye yönelik ölçek kullanılmıştır. Ayrıca, ölçek ifadelerinin oluşturulmasında yurt içi ve yurt dışında başka araştırmacılar tarafından kimi zaman farklı isimler altında toplanmış olan temel

siyasal katılım bileşenleri çerçevesindeki ölçekler de gözden geçirilmiştir. Ölçek oluşturulması sırasında alanla ilgili 10 araştırma görevlisi ve 15 öğrenciyle iki grup halinde beyin fırtınası gerçekleştirilmiş ve sosyal medyada gerçekleştirilecek 49 çevrimiçi siyasal katılım davranışı belirlenmiştir.

Araştırmanın alanyazın taramasının ardından veri toplama aracının bir taslağı geliştirilmiş ve uzman panel değerlendirmesine sunulmuştur. Belirlenen 46 davranış için tekrar araştırma görevlileriyle görüşülmüş ve uzman panel değerlendirmesinden alınan geri bildirimler doğrultusunda 3 ifade çıkarılmış, 4 ifade üzerinde değişiklik yapılmıştır.

Ölçeğe son şeklini verdikten sonra ölçeğin güvenilirlik çalışması kapsamında 20 araştırma görevlisi ve 25 öğrenci üzerinde bir pilot deneme gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin güvenilirliği Cronbach Alfa katsayısı ile hesaplanmıştır. Pilot denemenin öğrencilere uygulanması sonucunda Alfa katsayısı .96 olarak bulunmuştur. Araştırma görevlilerine uygulanması sonucunda da Alfa katsayısı .92 bulunmuştur. Cronbach alfa katsayısının .70'nin üzerinde olması durumunda ölçüm alınan örnekleme güvenilir olarak kabul edilmektedir (Pallant, 2005). Dört boyut halinde gruplandırılan davranışların her boyutu içinde ayrı ayrı alfa değerleri şu şekildedir: iletişim (.863), paylaşım (.916), katılım (.827), üretim (.886).

Son şekli verilen ölçek çevrimiçi yolla uygulanmıştır. Ölçek iki ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm katılımcıların kişisel bilgilerini, sosyal medya kullanımlarını, karşılaşılan engellemeleri belirlemeye yönelik anket sorularından oluşmaktadır. İkinci bölüm ise belirlenen 46 davranışın ölçeklendirildiği ve katılım, paylaşım, üretim ve iletişim olarak 4 boyut şeklinde gruplandırıldığı siyasal çevrimiçi davranışlar ölçeğinden oluşmaktadır. Bu dördümlü sınıflandırılma yapılırken Breuer ve Farooq (2012)'un çalışması temel alınarak belirlenen davranışlar söz konusu çalışmada açıklanan 4 boyut üzerine yerleştirilmiştir. Birinci bölümde 16 soru bulunmaktadır. İkinci bölümde ise katılım boyutunda 12 ifade (madde), paylaşım boyutunda 11 ifade, üretim boyutunda 10, iletişim boyutunda ise 15 ifade bulunmaktadır. Her boyut için birer örnek vermek gerekirse; “Bir siyasal konu hakkında görüşlerimi çevrimiçi olarak paylaşırım.” (paylaşım), “Siyasi nitelikli bir çevrimiçi tartışmaya katılırım.” (katılım), “Sosyal medyada paylaşmak için siyasal içerik üretirim.” (üretim), “Bir eylemci

(aktivist) veya siyasal grubun sosyal medya hesabını ziyaret ederim.” (iletişim) olarak verilebilir. Ölçekte Likert tipi beşli derecelendirme yapılmıştır.

3.4 Verilerin Çözümlemesi ve Yorumlanması

Verilerin çözümlemesinde SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) paket programının 22.0 sürümünden yararlanılmıştır.

Görüş ve değerlendirmeler için toplanan veriler “1 asla”, “2 nadiren”, “3 ara sıra”, “4 sıklıkla” ve “5 her zaman” şeklindeki derecelendirme ölçeği ile sayısallaştırılmıştır. Değerlendirme ölçeğinin puan aralığının hesaplanması, ölçek genişliğinin derecelendirme sayısına bölünerek bulunmuştur:

Puan Aralığı= (En yüksek değer – En düşük değer) / 5= (4/5). Buna göre puan aralığı 0.80 olarak bulunmuştur.

Likert tipi ölçeğin ortalamalarının karşılaştırılmasında ölçek genişliği derecelendirme sayısına bölünerek her seçenek için belirlenen puan aralıkları aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

Asla 1.00 – 1.80

Nadiren 1.81 – 2.60

Ara sıra 2.61 – 3.40

Sıklıkla 3.41 – 4.20

Her zaman 4.21 – 5.00

Araştırma sonucunda elde edilen verilerin çözümlemesinde bazı tekniklerden faydalanılmıştır. Katılımcıların çevrimiçi puanlarının hesaplanması hem her bir davranış için hem de toplam bireysel davranışlar için davranış puanları elde edilmiştir. Örneğin bir davranıştan alınacak en yüksek puan 2030 rakamı katılımcı sayısı olan 406 ile en yüksek ölçek puanı olan 5’in çarpımıyla elde edilmiştir. Daha sonra bu bireysel davranışlar toplanarak her boyut ve davranış için puanlar belirlenmiştir. Elde edilen toplam puanların katılımcı sayısına bölünmesiyle ise ortalama davranış puanları elde edilmiştir. Örneğin 1.00-1.80 aralığı 406 ve 730 toplam puan aralığına denk gelmekte ve benzer oranlarla diğer aralıklarda yer bulmaktadır.

Demografik verilerin ve anket sorularının değerlendirilmesinde frekanslar alınmıştır. Bu sayede katılımcıların yanıtları soruda da belirtilen kategorilere ayrılarak

belirtilebilmiştir. Değişkenlerin birbirleriyle ilişkilerinin belirlenmesinde ise bağımsız iki grup arası farkların testinden, çapraz tablo ve ki kare testinden, tek yönlü varyans analizinden faydalanılmıştır. Birbirinden bağımsız değişken gruplarının arasındaki ilişkilerin anlamlı olup olmadığı ölçebilmek için t-testi kullanılmıştır. Bu yöntemle demografik sorulara ilişkin yanıtlarla katılım arasında ilişki aranmıştır. Sosyal medya kullanımı ne oranda internet kullanımıyla ilgili olduğunu belirleyebilmek ve aralarındaki ilişkiyi saptayabilmek için de uygun olduğundan Ki kare testi ve çapraz tablo uygulanmıştır. Son olarak ikiden fazla grup ve değeri birbiriyle karşılaştırırken t-testi kullanılmadığından varyans analizine (ANOVA) başvurulmuştur.

4.Bulgular

Bu bölümde araştırma sırasında toplanan verilerin istatistiksel çözümlmelerine, araştırmanın bulgularına ve bulgularla ilgili yorumlara yer verilmektedir.

4.1 Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Analiz Sonuçları

4.1.1 Katılımcıların cinsiyete göre dağılımı

Tablo 6: Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılım Tablosu

Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Erkek	219	53,9
Kadın	187	46,1
Toplam	406	100

Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre dağılımları ayrıntılı biçimde Tablo 7’de görülmektedir. Araştırmada, Anadolu Üniversitesi’nin Fakülte ve Yüksek Okulları’nda öğrenim gören 406 öğrenciye ulaşılmıştır. Katılımcıların 219’u erkek, 187’si kadındır. Üniversite genelindeki rakamlar ise 12.736 kadın, 12.791 erkektir. Bu rakamlar dikkate alındığında örneklem ile evren arasındaki cinsiyet oranı da birbirine yakın çıkmıştır. Araştırmaya katılanların cinsiyetleri bakımından dağılımlarına bakıldığında arada büyük bir fark olmamakla birlikte erkek öğrencilerin daha fazla temsil edildiği görülmektedir.

4.1.2 Katılımcıların yaşa göre dağılımı

Katılımcıların yaş değişkenine göre dağılımları Tablo 8’de görülmektedir. Türkiye eğitim sistemi özelinde düşünüldüğünde ortaöğretimden yükseköğretime geçiş ve yükseköğretimden mezuniyet normal şartlarda 18-23 yaş arasında gerçekleşmektedir. Araştırmaya katılanların yaş grupları da büyük oranda bu aralıkta değişmektedir. Katılımcıların %90’ı söz konusu yaş aralığında bulunmaktadır.

Tablo 7: Katılımcıların Yaş Dağılım Tablosu

Yaş	Frekans	Yüzde
18,00	47	11,6
19,00	85	20,9
20,00	70	17,2
21,00	75	18,5
22,00	57	14,0
23,00	32	7,9
24,00	28	6,9
25,00	7	1,7
26,00	1	,2
27,00	4	1,0
Toplam	406	100,0

4.1.3 Katılımcıların internet erişimlerine göre dağılımı

Tablo 8: Katılımcıların İnternete Her An Erişimine Göre Dağılım Tablosu

İnternete Her An Erişimi	Frekans	Yüzde
Olanlar	395	97,3
Olmayanlar	11	2,7
Toplam	406	100,0

İnternete yönelik araştırmaların genelinde sayısal uçurum olgusuna vurgu yapılmaktadır. Ancak örneklemin Prensky'nin (2001) "sayısal yerli" olarak betimlediği ve bu teknolojiler ile yoğun ilişkileri olan kişiler oldukları düşünüldüğünde ne kullanım açısından ne de bu araçları satın alma açısından dezavantajlı olmadıkları düşünülebilir. Araştırma verilerine bakıldığında da buna benzer sonuçlar elde edilmiştir. Katılımcıların günün her saati İnternete erişimlerine yönelik soruya verdikleri yanıtlarda görülmektedir ki, öğrencilerin neredeyse tamamının İnternete erişimi bulunmaktadır. Katılımcıların %97,3'ü günün her saati İnternete erişebilmektedirler. Sürekli İnternete erişim olanağı bireylerin siyasal etkinliklere diledikleri an katılabilmeleri için önemli bir etkidir.

Tablo 9: Katılımcıların Evlerinde İnternet Sahipliğine Göre Dağılım Tablosu

Evinde İnternet	Frekans	Yüzde
Olanlar	365	89,9
Olmayanlar	41	10,1
Toplam	406	100,0

Tablo 9'a bakıldığında ise evlerinde İnternet bağlantısı bulunmayanların %10'luk bir oranda olması her ne kadar azımsanmayacak bir oran olsa da günümüzde erişimlerin ağırlıklı olarak mobil aygıtlar üzerinden yapıldığı düşünüldüğünde -bir sonraki tabloda da görüleceği gibi- Tablo 8'deki çelişkiyi ortadan kaldırmaktadır. Mobil aygıtlar üzerinden İnternete erişimin artması Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın 2013 yılındaki çalışmasıyla da paralel sonuçlar vermektedir. "We Are Social" şirketinin 2016 yılı verilerine göre Türkiye'de mobil olarak 32 milyon aktif sosyal medya hesabı bulunuyor. Buna göre 40 milyon aktif sosyal medya hesabının %80'ine mobilden erişim yapıldığı görülmektedir.

Tablo 10: Katılımcıların Mobil Aygıtlardan İnternete Erişim Dağılım Tablosu

Mobil İnternet Erişimi	Frekans	Yüzde
Olanlar	403	99,3
Olmayanlar	3	0,7
Toplam	406	100,0

Katılımcıların cep telefonundan İnternete erişimine göre dağılımlarına bakıldığında %99,3'ünün mobil aygıtlarla da erişim gerçekleştirdiği görülmekte, aynı zamanda benzer oranda da akıllı telefon yaygınlığı tahmin edilmektedir. İnternete erişebilme olanağı eğer bir sayısal uçurum etkeni olarak düşünülürse bu etkenin genç kullanıcılar için büyük oranda ortadan kalktığı görülmektedir.

4.1.4 Katılımcıların internet ve sosyal medya kullanımına göre dağılımı

Tablo 11: İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Çapraz Tablosu

		Sosyal medya kullanımı (%)					Toplam
		0-20	21-40	41-60	61-80	80 üzeri	
İnternet Kullanımı	0-2 saat	2	1	4	4	0	11
	+2-4 saat	9	20	22	27	15	93
	+4-6 saat	9	30	31	41	34	145
	+6-8 saat	1	5	24	26	24	80
	8 üzeri	2	10	11	22	32	77
Toplam		23	66	92	120	105	406

("+" değerleri yanına geldiği rakamın dahil olmadığını, aralığın o rakamdan sonraki ilk değerden başladığını temsil etmek için kullanılmıştır).

Katılımcıların İnternet kullanım sürelerine ve bu sürelerin ne kadarını sosyal medyaya ayırdıklarına ilişkin değişkenlere göre dağılımlarını gösteren çapraz tabloya baktığımızda görülmektedir ki İnternet kullanımı oldukça yoğun durumdadır. Ayrıca sonuçlarda görüldüğü gibi artan bu kullanımın büyük bölümü de sosyal medyaya ayrılmaktadır.

İnternet kullanımı ve sosyal medya kullanım süreleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığına yönelik Pearson ki-kare testine bakıldığında aradaki fark anlamlıdır ($p < .05$). Örneğin 8 saat üzerinde günlük İnternet kullanan bireylerin büyük kısmı 5 saatin üzerinde sosyal medyada zaman geçirmektedir. İnternet kullanımındaki artış sosyal medya kullanımında da kendini göstermektedir.

Yine buradaki sonuçlarda “We Are Social” şirketinin raporlarıyla benzerlik göstermektedir. Rapora göre Türkiye’deki internet kullanıcıları gün içerisinde ortalama 4 saat 37 dakikayı internette, 2 saat 51 dakikayı mobil internette ve 2 saat 56 dakikayı ise sosyal medyada geçirmektedir. Bu rakamlar her ne kadar alternatif bilgiler olsalar da internet kullanımı ile sosyal medyaya ayrılan süre arasındaki yoğun ilişkiyi göstermektedir.

4.1.5 Kullanıcıların oy kullanma durumlarına göre dağılımı

Tablo 12: Katılımcıların Son Seçimde Oy Kullanma Dağılım Tablosu

Son Seçimde	Frekans	Yüzde
Oy Kullananlar	349	86,0
Oy Kullanmayanlar	57	14,0
Toplam	406	100,0

Katılımcıların geleneksel katılım davranışlarının temeli olan seçimlerde oy verme davranışlarına bakıldığında karşımıza çıkan oran son genel seçimlerde ki -1 Kasım 2015 Genel Seçimleri- genel yurttaş katılım oranına (%87,6) oldukça yakındır.

Tablo 13: Katılımcıların Bir Sonraki Seçimde Oy Kullanım Görüşleri Tablosu

Gelecekteki seçimde oy kullanmayı	Frekans	Yüzde
Düşünenler	380	93,6
Düşünmeyenler	26	6,4
Toplam	406	100,0

Ancak burada oy kullanmayan %14'lük kesim içerisinde 18 yaşında olan ve oy kullanım hakkını birkaç ay ile kaçıranların da olabileceği gözardı edilmemelidir. Tablo 13'de görüldüğü gibi “bir sonraki seçimde oy kullanacağım” diyenlerin oranındaki artışın nedenlerinden birisinin bu durum olduğu tahmin edilmektedir.

4.1.6 Katılımcıların sosyal medya uygulamalarını kullanımlarına göre dağılımı

Tablo 14: Katılımcıların Sosyal Medya Uygulamalarını Kullanımlarına Göre Dağılım Tablosu

Sosyal Ağ	Kullanıcı sayısı	Yüzde
Facebook	389	95,8
Youtube	378	93,1
Instagram	368	90,6
Twitter	312	76,8
Google+	256	63,1
Vine	126	31,0
LinkedIn	66	16,3
Pinterest	63	15,5
Tumblr	43	10,6

Katılımcıların sosyal medya uygulamalarını kullanımlarına göre dağılımına bakıldığında ise en yaygın olarak belirlenen 9 sosyal medya uygulamasından Facebook, Youtube ve Instagram'ın oldukça yoğun kullanıldığı görülmektedir. Bunları Twitter ve Google+ takip ederken LinkedIn, Vine, Tumblr ve Pinterest'e kullanıcıların çok fazla rağbet göstermediği anlaşılmaktadır. Sık kullanılan uygulamalar kullanıcılarına katılım konusunda birçok olanak sağlamaktadır. İçerik paylaşımı, tartışmalara katılma, siyasal bilgilere erişim, siyasetçileri takip etme gibi başlıklarla kullanıcılar üretim, katılım, iletişim ve paylaşım temelinde birçok eylemde bulunabilmektedirler.

Araştırmada, Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın 2013 araştırması ve sosyal medyaya yönelik güncel rapor paylaşan “We Are Social” gibi önceki birçok araştırmaya paralel olarak en çok kullanılan ilk üç uygulama Facebook, Youtube ve Instagram çıkmıştır. Tematik olarak hizmet veren diğer uygulamaların kullanım oranları ise bu üç

uygulamanın arkasından gelmektedir. Söz konusu uygulamalar belirli amaçlarla ortaya çıkmaktadır ve kullanıcı profili de o amaca bağlı olarak dar kalmaktadır. Ayrıca bu uygulamalarda kullanıcılar kullanım ve paylaşımından daha çok takipçi konumunda bulunabilmektedirler.

4.1.7 Katılımcıların sosyal medya katılım davranışlarının geleneksel katılıma teşvik değişkenine göre dağılımı

Tablo 15: Katılımcıların Sosyal Medya Katılım Davranışlarının Geleneksel Katılıma Teşvik Değişkenine Göre Dağılım Tablosu

Çevrimiçi Siyasal Etkinliklerin Geleneksel Katılıma Teşvik Edeceğini	Frekans	Yüzde
Düşünenler	196	48,3
Düşünmeyenler	210	51,7
Toplam	406	100,0

Sosyal medya uygulamalarının gerek siyasal bilgi ve görüşlere maruz kalma, gerekse yakın çevreden bu anlamda etkilenme nedeniyle geleneksel siyasal katılım davranışlarına teşvik ettiği düşünülmektedir. Kullanıcıların farklı görüşlerle karşılaştığı bu çevrimiçi ortamlarda doğal olarak kendi görüşlerine daha çok sarılacağı ve geleneksel katılım davranışlarıyla partilerini ve görüşlerini destekleyecekleri tahmin edilmektedir. Katılımcıların bu konudaki görüşlerine bakıldığında Tablo 15'de de görüldüğü gibi görüşler ikiye ayrılmış durumdadır. Sosyal medyada ki etkinliklerinin onları çevrimdışı katılım etkinliklerine teşvik ettiğini düşünenler %48,3, etmediğini düşünenler ise %51,7'dir. Rakamların bu kadar yakın çıkması kesin bir görüş ortaya koyulmasını engellemektedir.

4.1.8 Katılımcıların sosyal medya siyasal katılım etkinliklerinin yönetenler üzerindeki etkisi değişkenine göre dağılımı

Günümüzde en çok kullanılan iletişim aracı haline gelen İnternet ve sosyal medya siyasal başlıklarda da oldukça etkilidir. Her hangi bir siyasal oluşumla ilgili sosyal medyada gelişebilecek bir olay anında yayılabilmekte ve birçok kişiye ulaşmaktadır. Potansiyel seçmenin etkilenmemesi ve oy ya da sempati kaybı gibi çekincelerle birçok siyasal parti ve siyasetçi sosyal medyada yer almaktadır. Kullanıcılar belli konularda çevrimiçi kampanyalar ve katılım etkinlikleriyle o konu hakkında karar alıcıları

etkileme olanağına sahip durumdadırlar. Ancak katılımcıların bu konudaki görüşlerine bakıldığında yaptıkları çevrimiçi katılım etkinliklerinin etkisi konusunda çok da güçlü kabuller çıkmamaktadır. Katılımcıların %52,5'i bu tarz davranışların etkili olduğuna inanırken, %47,5'i bu tarz davranışların karar alıcıları etkilemediğini düşünmektedir.

Tablo 16: Katılımcıların Sosyal Medya Siyasal Katılım Etkinliklerinin Yönetenler Üzerinde Etkisi Değişkenine Göre Dağılım Tablosu

Çevrimiçi Siyasal Katılımın Etkili Olacağı	Frekans	Yüzde
Düşünenler	213	52,5
Düşünmeyenler	193	47,5
Toplam	406	100,0

4.1.9 Katılımcıların habere hızlı ulaşımda kullandıkları araca göre dağılımı

Tablo 17: Katılımcıların Habere Hızlı Ulaşımda Kullandıkları Araca Göre Dağılım Tablosu

Habere Hızlı Ulaşım Araçları	Frekans	Yüzde
Televizyon	27	6,7
Gazete	19	4,7
Sosyal medya	360	88,7
Toplam	406	100,0

Sosyal medya ve İnternet hemen her alanda olduğu gibi habere erişimde de büyük kolaylık ve değişiklik yaratmıştır. Kullanıcılar artık kullandıkları sosyal medya uygulamaları üzerinden bütünsel bir halde diledikleri habere ulaşabilmektedirler. Sosyal medyayı yoğun kullanan bireylerin haberlere erişimlerinin de bu araçlar üzerinden olması şaşırtıcı olmamaktadır. Katılımcıların bu konudaki dağılımına bakıldığında bir habere hızlı bir şekilde ulaşmak istediklerinde sosyal medyaya yöneldikleri görülmektedir. Çalışmaya katılanların %88,7'si gibi bir oranla habere hızlı erişimde sosyal medyayı tercih etmektedirler. Bu sonuçlar yine daha önceki araştırmalarla paralel durumdadır (Pew İnternet Research, 2010) Sonuçlarda dikkate değer bir başlık olarak radyonun hiç tercih edilmemesi de belirtilebilir.

4.1.10 Katılımcıların siyasal olaylardan haberdar olduktan sonraki tutumlarına göre dağılımı

Tablo 18: Katılımcıların Siyasal Olaylardan Haberdar Olduktan Sonraki Tutumlarına Göre Dağılım Tablosu

Siyasal Haberdar Olma Sonrası Tutumlar	Frekans	Yüzde
Daha fazla bilgi için gazeteye bakarım	44	10,8
Forumlarda/web sitelerinde tartışmaya katılırım	8	2,0
Sosyal medyadan olayla ilgili gelişmeleri takip ederim	329	81,0
Konuyu başkalarıyla yüz yüze tartışırım	25	6,2
Toplam	406	100,0

Katılımcıların haberlere erişim için sosyal medyayı çokça kullandığı bir önceki başlıkta görülmektedir. Araştırmaya katılanların bir siyasal olaydan haberdar olduktan sonraki ilk tutumları da yine sosyal medyada gelişmeleri takip etmek şeklinde sonuçlanmaktadır. Kullanıcılar hem haberleri sosyal medyadan almakta hem de sonrasındaki bilgilenme ve katılım sürecini yine sosyal medya üzerinden sürdürmektedir. Kullanıcıların %81'i bu tarz davranışlara başvurmakta sosyal medya üzerinden katılıma devam etmektedir. Dağılım olarak sosyal medyayı daha fazla bilgi için gazetelere bakmak, yüz yüze tartışmalara katılmak ve çevrimiçi tartışmalara katılmak takip etmektedir.

4.1.11 Katılımcıların sosyal medya katılım etkinliklerinin önündeki engellere göre dağılım

Tablo 19: Katılımcıların Siyasal Katılım Engelleri Dağılım Tablosu

Siyasal Katılımın Önündeki Engeller	Frekans	Yüzde
İnternet Fiyatları	95	23,4
İnternet Hızı	179	44,1
Mobil Tarife Fiyatları	111	27,3
İnternet Filtrelemeleri/Sansürleri/Engelleri	195	48,0
Veri kaydı ve gözetim endişesi	188	46,3

Çevrimiçi ortamlarda siyasal katılım etkinliklerinin önünde bazı engeller belirlenmiştir. Bu engeller kimi zaman teknik nedenlerden kaynaklanmakta kimi zaman da bireyin elinde olmayan şekillerde gerçekleşmektedir. Katılımcıların bu konu hakkındaki görüşlerine bakıldığında üç başlığın ön plana çıktığı görülmektedir. İnternet filtrelemeleri/sansürleri/engelleri %48.0 , veri kaydı ve gözetim endişesi %46.3 ve internet hızı ise %44.1 ile katılımcıların çevrimiçi siyasal katılım etkinliklerinde en çok etkilendiklerini düşündükleri engellerdir.

4.2 Katılımcıların Çevrimiçi Siyasal Katılım Davranışlarına İlişkin Analiz Sonuçları

4.2.1 Katılımcıların çevrimiçi siyasal katılım puanlarına göre dağılımı

Araştırmaya katılanların sosyal medya katılım puanlarına bakıldığında çıkan değerlerin oldukça düşük olduğu görülmektedir. Katılımcıların hemen hepsi ölçekte yer alan davranışlardan en az birini en az bir kez gerçekleştirmiş durumdadır. Ancak sosyal medya ve İnternete yüklenen büyük devrimci sonuçlar araştırmadan çıkmamıştır. Katılımcıların yalnızca küçük bir bölümü katılım davranışlarına yoğun olarak katılmakta, geri kalan kesimin ise katılımı hayli düşük boyutlarda gerçekleştirmektedir. Araştırma bu bilgiler ışığında düşünüldüğünde “pekiştirme kuramı” ‘nın belirttiği ve savunduğu görüşlere daha yakın sonuçlar vermektedir. Pekiştirme kuramının da savunduğu gibi sosyal medya her ne kadar katılım için çokça olanak sunsa da bundan yalnızca zaten siyasetle ilişkili kişiler faydalanmaktadır. Siyasete ilgili, geleneksel siyasal katılım etkinliklerinde bulunan bu kişilerin sosyal medyada da aynı şekilde aktif olduğu düşünülmektedir. Sosyal medya bu yönüyle bir devrim gerçekleştirilmemiş geleneksel alanda var olan bireylerin çevrimiçi olarak da etkin olmalarını sağlamıştır. Siyasetle ilgisi olmayan kişilerin siyasal katılıma dahil olmasında bir katkısı beklenildiği kadar olmamaktadır. Sonuç olarak “İnternet siyasal süreçlere zaten katılmakta olan ve bilgili kişilerin bu alandaki bilgilerinin artmasına ve onların katılımlarına destek olma işlevi görmektedir” şeklinde bir sonuç araştırmada görülmektedir.

Toplam puanları verilen siyasal davranış boyutlarının ayrıntılı dökümü ve yorumlanması şu şekildedir:

4.2.1.1 Paylaşım davranışları

Katılımcılara sorulan paylaşıma yönelik 11 sorunun yanıt puanları nispeten yüksek çıkmıştır. Bu başlık altında katılımcıların ilgi göstermediği davranışlar bulunmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları kimi zaman hesap isimlerine çeşitli eklemeler yaparak siyasal görüşlerini belli edebilmektedirler. Bunlar çeşitli siyasi parti isimleri, liderleri vb. üzerinden gerçekleşebilmektedir. Ancak araştırmaya katılanların yanıtlarına bakıldığında en düşük davranış bu olarak çıkmıştır. Ayrıca katılımcıların karşıt görüşler hakkında içerik paylaşmaktan ve sosyal medya üzerinden oy verdikleri partiyi paylaşmaktan çekindikleri de göze çarpmaktadır. Bunun gözetim puanlarının da yüksek çıkmasına paralel olarak açıklanabileceği düşünülmektedir.

Bir siyasal konu hakkında görüşlerimi çevrimiçi olarak paylaşırım, sosyal medya sayfasında siyasal yorum paylaşırım, bir sosyal medya sitesinde siyasal konular hakkında link (bağlantı) paylaşırım, savunduğum gruplara destek olmak amacıyla kanıt olarak görülen unsurları paylaşırım, siyasal konular hakkında durum güncellemesi paylaşırım, sosyal ağlarda bir siyasal etkinliğe katıldığımı belirtirim, bir siyasal konunun yayılması için sosyal ağlarda paylaşım yaparım şeklindeki ifadelerle verdikleri yanıtlara göre bu davranışları nadiren de olsa gerçekleştirdikleri ortaya çıkmıştır. Ancak bu davranışların yoğunluğu fazlasıyla düşük durumdadır.

Aşağıdaki tabloda paylaşım davranışlarına yönelik katılımcı puan dağılımları verilmiştir: (Her bir öge için alınabilecek maksimum puan 2030'dur. Bir davranışa az da olsa katılımın olduğunu söyleyebilmek için alınması gereken en düşük puan 730'un üzerinde olmalıdır. Ancak ortalama olarak baktığımızda davranış puanları 0 ile 5 arasında değişebilmektedir. Ortalama temelinde anlamlı veri değeri 3.41 olarak hesaplanmakta, bu değer ve 1.81 arası ise düşük yoğunluğu temsil etmektedir.)

Tablo 20: Katılımcıların Paylaşım Davranışları Genel Puan Dağılım Tablosu

Paylaşım Davranışları	Ortalama Paylaşım Puanları
Bir siyasal konu hakkında görüşlerimi çevrimiçi olarak paylaşırım	2.48
Sosyal medya sayfasında siyasal yorum paylaşırım	2.09
Bir sosyal medya sitesinde siyasal konular hakkında link (bağlantı) paylaşırım	2.11
Savunduğum gruplara destek olmak amacıyla kanıt olarak görülen unsurları paylaşırım	2.22
Siyasal konular hakkında durum güncellemesi paylaşırım	2.10
Sosyal ağlarda bir siyasal etkinliğe katıldığımı belirtirim	1.93
Bir siyasal konunun yayılması için sosyal ağlarda paylaşım yaparım	2.14
Sosyal ağlarda oy verdiğim partiyi paylaşırım	1.53
Sosyal medya hesap ismimi siyasi görüşümü belirten eklemeler yaparak paylaşırım (TC Arzu Şenay, AK Tunç Çetin gibi)	1.24
Sosyal medya üzerinden karşıt görüşler hakkında olumsuz içerik paylaşırım	1.59
Sosyal medya üzerinden karşıt görüşler hakkında olumsuz söylemler paylaşırım	1.64

Tablo incelendiğinde görülmektedir ki tüm davranışlar yüksek ve anlamlı katılımı gösterecek olan 3.41 değerinden oldukça uzaktır. Bu sonuçlar ışığında söylenebilmektedir ki çevrimiçi siyasal davranışlardan paylaşım davranışlarına katılımcıların yoğun olarak katıldığı görülmemektedir. Her ne kadar diğer boyutlara göre puanlar yüksek çıkmış olsa da katılım puanları düşük kalmıştır.

4.2.1.2 İletişim davranışları

Sosyal medya her ne kadar siyasal iletişim açısından önemli katkılar sunsa da kullanıcıların bu alandaki etkinliği aynı oranda yüksek olmayabilmektedir. Toplam katılım davranış puanlarına bakıldığında katılımcıların “aktivist” değil daha çok “slacktivist” özellik gösterdiği göze çarpmıştır. İletişim davranışlarına yönelik katılımcı yanıtlarına bakıldığında da yine en az emek harcanan davranışlara az da olsa katılım gösterildiği görülmektedir. Katılımcılar siyasetçileri ve aktivistleri takip etmekte, sayfalarını ziyaret etmekte ve beğenmekteyken mesaj vb. yollarla iletişime geçme yoluna başvurmamaktadırlar. Ayrıca bireyler, sosyal medya üzerinden daha çok kendi görüşüne yakın kişilerle iletişime geçtiklerini belirtmektedirler. Bu da kullanıcıların tek yönlü bilgiye maruz kalmasına neden olabilmektedir.

Katılımcıların etkin siyasal katılım göstermediği belirtilmiştir. Buna paralel olarak bazı özel davranışlarının da düşük olması beklenmektedir ve puanlara bakıldığında da bu göze çarpmaktadır. Katılımcıların toplam puanlarına bakıldığında ise İnternete anonim bağlanma, bireyleri boykota çağırma, insanları harekete geçirme ve baskı çalışmalarına yönelim göstermedikleri görülmektedir.

Aşağıdaki tabloda iletişim davranışlarına yönelik katılımcı puan dağılımları verilmiştir: (Her bir öge için alınabilecek maksimum puan 2030'dur. Bir davranışa az da olsa katılımın olduğunu söyleyebilmek için alınması gereken en düşük puan 730'un üzerinde olmalıdır. Ancak ortalama olarak baktığımızda davranış puanları 0 ile 5 arasında değişebilmektedir. Ortalama temelinde anlamlı veri değeri 3.41 olarak hesaplanmakta, bu değer ve 1.81 arası ise düşük yoğunluğu temsil etmektedir.)

Tablo 21: Katılımcıların İletişim Davranışları Genel Puan Dağılım Tablosu

İletişim Davranışları	Ortalama İletişim Puanları
Bir eylemci (aktivist) veya siyasal grubun sosyal medya hesabını ziyaret ederim	2.44
Bir eylemci veya siyasal grupla sosyal medya üzerinden iletişime geçerim	1.66
Seçilmiş bir yetkiliyle (milletvekili vb.) sosyal medya üzerinden iletişime geçerim (mesaj, tweet)	1.58
Siyasal bir olay karşısında ana akım medyada görev yapan gazetecilere sosyal medya üzerinden erişirim	1.59
Bir siyasal parti veya siyasetçinin sayfasını beğenirim	2.42
Bir siyasal parti veya siyasetçiyi arkadaş olarak eklerim, takip ederim	2.23
Bir devlet kurumuna mail yollarım	1.79
Sosyal ağlardan benzer görüşe sahip diğer kullanıcıları takip ederim, arkadaş eklerim	1.96
Sosyal ağlardan zıt görüşe sahip diğer kullanıcıları takip ederim, arkadaş eklerim	1.71
Siyasal olaylar sonucunda karar alıcılara erişerek çevrimiçi yollarla baskı altına almaya çalışırım	1.30
Çevrimiçi ortamlarda iz bırakmamak için internete anonim olarak bağlanırım	1.58
Bir siyasal olay sonucu insanları bir ürün veya gruba yönelik çevrimiçi ortamlarda boykota çağırırım	1.51
Siyasal olaylar doğrultusunda insanları sosyal medya aracılığıyla harekete geçiririm	1.59

Tablo verileri incelendiğinde paylaşım başlığında olduğu gibi hiçbir davranışın eşik değer olan 3.41'e yaklaşmadığı göze çarpmaktadır. Dolayısıyla katılımcıların iletişim davranışlarına yoğun olarak başvurmadığı söylenebilir. Başvurulan bazı iletişim davranışlarının da oldukça düşük yoğunlukta olduğu verilerden anlaşılmaktadır.

4.2.1.3 Katılım davranışları

Katılımcıların siyasal katılım türündeki davranışlara yönelik puan dağılımları da birbirinden farklı çıkmıştır. Bu davranışların kimine az da olsa katıldıkları kiminden ise uzak durdukları göze çarpmaktadır.

Katılımcıların yanıtlarına bakıldığında tartışmalara katılım diğer benzer davranışlardan da düşüktür. Genel sonuçlara bakarak örneklemin sosyal medya ortamlarında siyasal tartışmalara katılmadığını söyleyebiliriz.

Örneklemin oluşturuların öğrenci olmaları ve sabit gelirlerinin de olmadığı göz önüne alındığında bağış davranışlarının düşük çıkmasına neden olarak söylenebilmektedir. Yine benzer nedenlerden siyasal oluşumların çevrimiçi ortamlarda sattığı ürünlere yönelik katılımcı puanları da düşük çıkmıştır. Katılımcıların bu ögedeki genel yanıtlarına bakıldığında siyasal içerikli ürün alımı ve bağış kampanyalarına katılmadıklarını söyleyebiliriz.

Geleneksel olarak yaygın bir kullanım ortamı olan dilekçelerde günümüzde artık çevrimiçi ortamlara taşınmış durumdadır. Change.org gibi oluşumlar bireylere bir araya gelerek imza kampanyaları düzenleme ve böylece amaçları doğrultusunda yetkilileri ve kurumları etkileme yoluna gidebilmektedirler. Katılımcıların bu ögedeki genel yanıtlarına bakıldığında çevrimiçi imza kampanyalarına katıldıkları görülmektedir.

Katılım davranışları başlığı altında toplam puanlara bakıldığında örneklemin katılım gösterdiği bir diğer davranış da "hashtag" yoluyla aktivizmde bulunmaktır. Hashtag sosyal medya uygulamalarında kullanılan ve paylaşımların önüne "#" işareti konulmasıyla gerçekleştirilen bir eylemdir. Kullanıcılar paylaşımlarının önüne bu işareti koyarak o başlık altında tüm gönderilerin aynı hashtag altında toplanmasını sağlamaktadırlar. Örneklemin yanıtlarına bakıldığında da genel olarak bu davranışa başvurulduğu görülmektedir.

Sosyal medya uygulamalarının hemen hepsinde kullanıcılar bir profil resmi yükleme olanağına sahiptirler ve bu alanda istedikleri bir görselle kendilerini

tanımlayabilmektedirler. Siyasal gelişmeler karşısında ise kullanıcılar zaman zaman profil resimlerini bu doğrultuda değiştirerek söz konusu gelişme karşısındaki tutum ve görüşlerini bu profil resmi üzerinden ifade etmektedirler. Hem Türkiye’de hem de dünyanın gelişmiş ülkelerinde de siyasal bir olay veya gelişmesi sonrası profil resimleri değiştirilebilmekte ya da karartılabilmektedir. En güncel örnekleri ise günümüzde terör saldırıları sonrası yaşanmaktadır. Katılımcıların bu ögelerdeki genel puanlarına bakıldığında profil resmini değiştirerek veya karartarak güncel gelişmelere tepki verdikleri görülmektedir.

Sosyal medya uygulamalarında çeşitli “trol” hesaplar bulunabilmekte ve kullanıcılar bu trol dediğimiz hesaplar üzerinden çoğu zaman yanıltıcı bilgiler paylaşarak bağlı oldukları birim, akım veya ideolojilere hizmet etmektedirler. Geleneksel medyada da sık sık haber olan trol kullanıcılara sosyal medyada rastlanabilmektedir. Ancak katılımcılar verdiği yanıtlarla trol hesap kullanımına başvurmadıklarını belirtmektedirler. Benzer şekilde kullanıcıların konum paylaşım uygulamaları üzerinden de siyasal katılım etkinliklerinde bulunmadıkları ve gönüllü toplama ile sosyal medya üzerinden örgütlenen gösteri etkinliklerine ilgi göstermedikleri görülmektedir.

Aşağıdaki tabloda katılım davranışlarına yönelik katılımcı puan dağılımları verilmiştir: (Her bir öge için alınabilecek maksimum puan 2030’dur. Bir davranışa az da olsa katılımın olduğunu söyleyebilmek için alınması gereken en düşük puan 730’un üzerinde olmalıdır. Ancak ortalama olarak baktığımızda davranış puanları 0 ile 5 arasında değişebilmektedir. Ortalama temelinde anlamlı veri değeri 3.41 olarak hesaplanmakta, bu değer ve 1.81 arası ise düşük yoğunluğu temsil etmektedir.)

Tablo 22: Katılımcıların Katılım Davranışları Genel Puan Dağılım Tablosu

Katılım Davranışları	Ortalama Katılım Puanları
Siyasal amaçlı çevrimiçi dilekçe-imza kampanyalarına katılım (change.org vb.)	2.45
Siyasi nitelikli bir çevrimiçi tartışmaya katılım	1.60
Sosyal medya üzerinden örgütlenen bir gösteriye katılım	1.78
Hashtag aktivizmine katılım (#2015Secim vb.)	2.19
Bir siyasi parti veya siyasetçi için çevrimiçi bağış kampanyasına katılım	1.38
Sosyal medya üzerinden gönüllü toplama sürecine katılım	1.73
Sosyal medyada karşı propaganda etkinliklerine katılım	1.53
Oluşturduğum trol hesaplarla siyasi süreçlere katılım	1.21
Profil resmimi siyasi olaylara uygun olarak değiştirme eylemlerine katılım (Şehitler sonrası bayrak, 10 Kasım'da Atatürk vb)	1.95
Bir siyasi olay sonrası profil karartma etkinliğine katılım	1.96
Siyasal davranışı belirtmek için konum paylaşımına katılım (Swarm vb)	1.61
Bir siyasi örgüt veya oluşumun ürettiği ürünleri çevrimiçi olarak satın almaya katılım	1.24

Tablo verileri incelendiğinde diğer başlıklarda olduğu gibi hiçbir davranışın eşik değer olan 3.41'e yaklaşmadığı göze çarpmaktadır. Dolayısıyla katılımcıların katılım davranışlarına yoğun olarak başvurmadığı söylenebilir. Başvurulan bazı katılım davranışlarının da düşük yoğunlukta olduğu verilerden anlaşılmaktadır.

4.2.1.4 Üretim davranışları

Araştırma ölçeğinde yer alan ve kullanıcıların aktif olarak ve emek harcayarak katılacağı davranış biçimlerinin başında üretim davranışları gelmektedir. Çünkü bu davranışlarda süreç tamamen kullanıcı üzerinden ilerlemekte ve onun ürettiklerini çevrimiçi ortamlara sunmasıyla gerçekleşmektedir. Siyasal katılım sürecinin en aktif etkenleri üretici kişilerdir. Ancak araştırmaya katılanların verdiği yanıtlara bakıldığında belirlenen üretim davranışlarına başvurmadıkları görülmektedir. "Slacktivist" olarak tanımlanan örneklemin üretim davranışlarında da düşük puanlar vermesi anlaşılabilir. Katılımcılar sadece yazı ve not yazımı konusunda katılım gösterdiklerini belirten yanıtlar vermişler ve diğer davranışlara katılmadıklarını göstermişlerdir.

Aşağıdaki tabloda üretim davranışlarına yönelik katılımcı puan dağılımları verilmiştir: (Her bir öge için alınabilecek maksimum puan 2030'dur. Bir davranışa az da olsa katılımın olduğunu söyleyebilmek için alınması gereken en düşük puan 730'un üzerinde olmalıdır. Ancak ortalama olarak baktığımızda davranış puanları 0 ile 5 arasında değişebilmektedir. Ortalama temelinde anlamlı veri değeri 3.41 olarak hesaplanmakta, bu değer ve 1.81 arası ise düşük yoğunluğu temsil etmektedir.)

Tablo 23: Katılımcıların Üretim Davranışları Genel Puan Dağılım Tablosu

Üretim Davranışları	Ortalama Üretim Puanları
Siyasal amaçlı çevrimiçi yayın yaparım	1.27
Siyasal konular hakkında sosyal medyada yazı-not yazarım	1.81
Sosyal medyada paylaşmak için siyasi içerik üretirim	1.43
Siyasal konular hakkında blog yazarım	1.23
Siyasal başlıklar hakkında internet haberlerine yorum yazarım	1.52
Siyasal içerikli mizah unsurları üretirim (caps, montaj, gif)	1.74
Wiki, sözlük gibi sitelerde entry (başlık) açarım	1.35
Sosyal medya üzerinden seçim güvenliği için çalışmalar üretirim	1.51
Bir ideolojiyi, siyasi oluşumu savunmak için grup veya sayfa açarım	1.27
Katılımda bulunanların siyasi sayısal yeteneklerini geliştirmeye çalışırım	1.40

Tablo verileri incelendiğinde diğer başlıklarda olduğu gibi hiçbir davranışın eşik değer olan 3.41'e yaklaşmadığı göze çarpmaktadır. Dolayısıyla katılımcıların üretim davranışlarına hiç başvurmadığı söylenebilir. Başvurulan bazı katılım davranışlarının da oldukça düşük yoğunlukta olduğu verilerden anlaşılmaktadır.

4.2.2 Katılım davranışlarının yaş değişkenine göre sınılanması

Katılımcıların toplam katılım puanları hesaplandıktan sonra yaş değişkeniyle aralarında bir anlamlı fark olup olmadığını tespit edilmeye çalışılacaktır.

Katılımcıları yaşlarına göre ayırdığımızda yeni girdiği tahmin edilenler ile (18,19,20 yaş), mezuniyeti daha yakın olduğu tahmin edilen (21,22,23,24,25,26,27 yaş) iki grup elde edilebilmektedir. Böylelikle yüzdeler olarak da katılımcılar %50-%50 olmak üzere ikiye bölünmüş olacaktır. Bu iki grup arasında yani yeni girdiği tahmin

edilenlerle mezuniyeti yakın olduğu tahmin edilen öğrenciler arasında katılım açısından bir fark olup olmadığına bakmak için t-testinden faydalanılacaktır.

Tablo 24: *Katılım Davranışları ve Yaş Değişkenine Yönelik Bağımsız İki Grup Arası Farkların Testi Tablosu*

Grup	n	\bar{X}	SS	sd	t	p
(1.Grup)	202	83.20	28.20			
				404	-0.83	.934
(2.Grup)	204	83.42	25.87			

Sonuçlar göstermektedir ki iki gruba ayrılan yaş değişkeni ile siyasal katılım davranışları arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Bu bağlamda yeni kayıt olduğu tahmin edilen yaş grubu ile mezuniyeti daha yakın olan grup arasında bir farklılık görülmemektedir ($p>.05$).

4.2.3 Katılım davranışlarının cinsiyet değişkenine göre sınılanması

Araştırmaya katılanlar cinsiyet dağılımına bakıldığında yakın sonuçlar vermektedir. Erkek ve kadın katılımcıların ortalamaları alındığında görülmektedir ki birbirine yakın sonuçlar çıkmıştır. Örneklemen katılım puanları ile cinsiyet değişkeni arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla “bağımsız iki grup arası farkların testi” uygulanmıştır.

Tablo 25: *Katılım Davranışları ve Cinsiyete Yönelik Bağımsız İki Grup Arası Farkların Testi Tablosu*

Grup	n	\bar{X}	SS	sd	t	p
Erkek	219	83.84	26.84			
				404	4.27	.670
Kadın	187	82.70	27.30			

Cinsiyet ve katılım puanları arasındaki ilişki amacıyla yapılan bağımsız iki grup arası farkların testi sonuçlarına göre iki grubun ortalamaları birbirine yakın durumdadır. Ancak anlamlılık değeri göstermektedir ki katılım puanları ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir farklılık söz konusu değildir ($p>.05$).

4.2.4 Katılım davranışlarının siberaktivizm değişkenine göre sınılanması

Katılımcıların kendilerini nasıl ifade ettiğini belirlemek amacıyla siberaktivist olarak tanımlayıp tanımlamadıkları sorulmuştur. Çıkan sonuçlar kendilerini siberaktivist hissedenlerin katılım da aktif olup olmadıklarını gösterecektir. İstatistikî sonuçlara bakıldığında 94 katılımcının kendini siberaktivist olarak tanımladığı görülmektedir. Katılımcıların ortalama puanlarına bakıldığında farklılık göze çarpmaktadır. Çıkan sonuçların toplam katılım puanlarıyla ilişkisinin olup olmadığını belirlemek amacıyla “bağımsız iki grup arası farkların testi” uygulanmıştır.

Tablo 26: Katılım Davranışları ve Siberaktivizm Değişkenine Yönelik Bağımsız İki Grup Arası Farkların Testi Tablosu

Kendisini Siberaktivist						
Olarak	n	\bar{X}	SS	sd	t	p
Görenler	94	100.4	29.97	404	7.464	.000
Görmeyenler	312	78.1	23.82			

Bağımsız iki grup arası farkların testi sonuçlarına bakıldığında grupların ortalamalarının birbirinden çok farklı dağıldığı göze çarpmaktadır. Katılımcıların verdikleri yanıtlar ışığında kendilerini siberaktivist olarak ifade edenlerle etmeyenler arasında anlamlı bir farklılık gözlenmektedir ($p<.001$). Siberaktivist olarak kendini tanımlayan bireylerin katılım puanları tanımlamayanlara oranla daha yüksek çıkmıştır. Bu açıdan bakıldığında bireylerin siberaktivizm farkındalıklarının da yüksek çıkacağı tahmin edilebilir.

4.2.5 Katılım davranışlarının çevrimiçi katılım engelleri değişkenine göre sınılanması

4.2.5.1 İnternet filtrelemeleri, sansürleri ve siyasal katılım davranışları ilişkisi

Zaman zaman gelişmiş demokrasilerde de görülmekle beraber otoriter anlayışla yönetilen birçok ülkede İnternet kontrol edilemeyen bir alan olarak görüldüğünden filtrelemelere, engellemelere veya sansürlere maruz kalmaktadır. Bu tarz uygulamalarında çevrimiçi siyasal katılımı olumsuz etkileyebileceği düşünülmektedir. İstatistiksel verilere bakıldığında İnternet filtrelerini bir engel olarak gördüğünü söyleyenlerle söylemeyenler arasında farklılık göze çarpmaktadır.

Tablo 27: Katılım Davranışları ve İnternet Filtreleri Değişkenine Yönelik Bağımsız İki Grup Arası Farkların Testi Tablosu

İnternet Filtrelerini Engel Olarak						
	n	\bar{X}	SS	sd	t	p
Görenler	195	87.64	26.92			
Görmeyenler	211	79.31	26.56	404	3,134	.002

Katılımcıların verdiği yanıtlara ilişkin verilere bakıldığında gruplar arasında ortalama bakımından farklı bir dağılım söz konusudur. Bu amaçla anlamlılık değerine bakıldığında aradaki fark anlamlı çıkmaktadır ($p < .01$). Bu değerler ışığında filtrelemelere maruz kalınmasının araştırmaya katılanların siyasal katılım puanlarını olumsuz yönde etkilemediği söylenebilmektedir. Kullanıcılar her ne kadar filtreleri, sansürleri engel olarak görse de bu onların katılım puanlarını düşürmemektedir. Bunda anonim hesapların etkili olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle de anonim hesaplarla erişim puanları ve internet filtreleri değişkeni arasında anlamlılık aranacaktır.

Tablo 28: İnternet Filtreleri ve Anonim Erişim Değişkenine Yönelik Bağımsız İki Grup Arası Farkların Testi Tablosu

İnternet Filtrelerini						
Engel Olarak	n	\bar{X}	SS	sd	t	p
Görenler	195	1.83	1.26	404	2.894	.004
Görmeyenler	211	1.52	0.87			

Katılımcıların verdiği yanıtlara bakıldığında filtrelere maruz kaldığını düşünenlerin çevrimiçi katılım etkinliklerine anonim olarak katıldıklarına yönelik puanları daha yüksek çıkmaktadır ($p<.01$). Bu bağlamda söylenebilmektedir çevrimiçi platformlar sayısal yeterliliği olan kullanıcılara web ortamındaki engelleri bypass etme olanağı sunabilmektedir. Bu ilişkinin incelenmesinde gözetim engeli toplam puanlar değil tek bir öge üzerinden değerlendirildiğinden ortalama puanlar diğer tablolardan daha düşük çıkmıştır. Söz konusu değerlendirme 1-5 puan aralığı üzerinden hesaplanmıştır.

4.2.5.2 İnternet hızı ve siyasal katılım davranışları ilişkisi

Günümüzde teknolojinin gelmiş olduğu nokta her ne kadar birkaç yıl önce hayal edilemeyecek noktalara gelmiş olsa da İnternet altyapısı hemen her yerde oturmuş değildir. Zaman zaman İnternette kopmalar yaşanabilmektedir. Ayrıca fiber olarak isimlendirilen hızlı internet bağlantısı bazı kentlerde veya binalarda henüz etkinliğe geçmemiş olabilmektedir. Siyasal katılım davranışlarının gerçekleşmesi, hızlı gelişmesi ve paylaşılması açısından İnternet hızı oldukça etkili olmaktadır. Katılımcıların değerlerine bakıldığında da aralarında bir fark göze çarpmaktadır.

Katılımcıların verdiği yanıtlara ilişkin verilere bakıldığında ortalamalar arasında farklı bir dağılım görülmektedir. Ayrıca anlamlılık değerine bakıldığında aradaki bu farkın anlamlı olduğu göze çarpmaktadır ($p<.001$). Bu değerler ışığında internet hızının yavaş olmasının araştırmaya katılanların siyasal katılım puanlarını olumsuz etkilediği söylenebilmektedir.

Tablo 29: Katılım Davranışları ve İnternet Hızı Değişkenine Yönelik Bağımsız İki Grup Arası Farkların Testi Tablosu

İnternet Yavaşlığı						
Engel Olarak	n	\bar{X}	SS	sd	t	p
Görenler	179	75.03	23.67			
				401.526	5.794	.000
Görmeyenler	227	89.84	27.77			

4.2.5.3 Mobil aygıt tarife fiyatları ve siyasal katılım davranışları ilişkisi

Günümüzde sosyal medya kullanımının büyük oranda mobil aygıtlar üzerinden gerçekleştiği önceki başlıklarda belirtilmiştir. Kullanıcılar artık cep telefonu veya tabletlerle daha mobil halde çevrimiçi aktivitelerini düzenleyebilmektedir. Ancak örneklemin üniversite öğrencilerinden oluşması ve öğrencilerin sabit gelirlerinin yüksek olmaması gibi nedenlerle internet tarife fiyatları mobil katılım etkinliklerini etkileyebilmektedir. İstatistiki verilere bakıldığında anlamlı bir fark göze çarpmaktadır.

Tablo 30: Katılım Davranışları ve Mobil Aygıt Tarife Fiyatları Değişkenine Yönelik Bağımsız İki Grup Arası Farkların Testi Tablosu

Mobil Tarife Fiyatlarını						
Engel Olarak	n	\bar{X}	SS	sd	t	p
Görenler	111	76.20	26.00			
				404	3.290	.001
Görmeyenler	295	85.99	26.97			

Katılımcıların verdiği yanıtlara bakıldığında ortalamalar arasında farklı bir dağılım görülmektedir. Ayrıca anlamlılık değerine bakıldığında aradaki bu farkın anlamlı olduğu göze çarpmaktadır ($p \leq 0.01$). Bu değerler ışığında söyleyebiliriz ki mobil

tarife ücretlerinin yüksek olması araştırmaya katılanların siyasal katılım puanlarını olumsuz etkilemektedir.

4.2.5.4 Gözetim ve siyasal katılım davranışları ilişkisi

Çevrimiçi ortamlarda otoriter uygulamalara verilebilecek bir diğer örnek de gözetim mekanizmalarının yoğun olarak kullanılmasıdır. Gözetim uygulamaları bireylerin davranışlarını kontrol edici özellikte olabilmektedir. Kullanıcılar gözetlendiklerini düşündüklerinde çevrimiçi katılım davranışlarına daha az başvurabilmektedirler. Ancak gözetimi bir engel olarak gören katılımcıların puan ortalamaları daha yüksek çıkmıştır. Ancak bu farkın anlamlı olup olmadığını görebilmek için bağımsız iki grup arası farkların testi uygulanacaktır.

Tablo 31: Katılım Davranışları ve Gözetim Değişkenine Yönelik Bağımsız İki Grup Arası Farkların Testi Tablosu

Gözetimi Engel						
Olarak	n	\bar{X}	SS	sd	t	p
Görenler	188	84.92	26.78	404	1.115	.265
Görmeyenler	218	81.92	27.22			

Katılımcıların verdiği yanıtlara ilişkin verilere bakıldığında ortalamaların birbirine yakın dağıldığı görülmektedir. Ayrıca anlamlılık değeri de aradaki farkın anlamsız olduğunu göstermektedir ($p>.05$). Sonuçlar ışığında gözetim davranışlarının katılım puanlarını olumsuz etkilememiştir. Katılımcıların gözetimi bir engel olarak görmelerine rağmen katılım puanlarını olumsuz etkilememesinin nedenlerine bakıldığında anonim hesapların devreye girdiği düşünülmektedir.

Gözetim etkinliklerinin yoğun olduğu ülkelerde bireylerin çeşitli uygulama veya yöntemlerle anonim yani takip edilemeyen hesaplarla sosyal medya kullandıkları bilinmektedir. Katılımcıların anonim hesap kullanımları ve gözetim algılarına yönelik bağımsız iki grup arası farkların testi yapıldığında görülmektedir ki “gözetim

etkinliklerinden etkileniyorum” diyenlerin anonim hesap kullanım puanları daha yüksek çıkmıştır. Bu anlamlı fark gözetimi engel olarak görmesine rağmen katılım puanı yüksek çıkanların durumunu açıklamaktadır.

Tablo 32: Gözetim Algısı ve Anonim Erişim Değişkenine Yönelik Bağımsız İki Grup Arası Farkların Testi Tablosu

Gözetimi Engel						
Olarak	n	\bar{X}	SS	sd	t	p
Görenler	188	1.84	1.182			
				404	2.965	.003
Görmeyenler	218	1.52	0.97			

Benzer şekilde katılım davranışlarına engel durumuna yönelik sorulan internet fiyatları ve katılım davranışları arasında da anlamlı ilişki bulunmamıştır ($p < .01$). Bu ilişkinin incelenmesinde gözetim engeli toplam puanlar değil tek bir öge üzerinden değerlendirildiğinden ortalama puanlar diğer tablolardan daha düşük çıkmıştır. Söz konusu değerlendirme 1-5 puan aralığı üzerinden hesaplanmıştır.

4.2.6 Katılım davranışlarının siyasal katılıma teşvik değişkenine göre sınılanması

Kullanıcıların çevrimiçi etkinliklerinin onları siyasal katılıma teşvik edip etmediğine yönelik verdiği yanıtların dağılımına bakıldığında hemen hemen benzer sonuçlar bulunmuştur. Katılımcıların verdiği bu yanıtlarla siyasal katılım puanları arasında bir farklılık olduğu istatistikî verilerde göze çarpmaktadır. Bunun anlamlı olup olmadığının testi için t-testi uygulanmıştır.

Katılımcıların verdiği yanıtlara ilişkin verilere bakıldığında ortalamaların eşit dağılmadığı görülmektedir. Anlamlılık değerine bakıldığında aradaki fark anlamlı çıkmaktadır ($p < .001$). Bu sonuçlar ışığında söyleyebiliriz ki sosyal medya etkinliklerinin geleneksel siyasal katılıma teşvik ettiğini düşünen katılımcıların çevrimiçi siyasal katılım davranış puanları da yüksek çıkmaktadır.

Tablo 33: Katılım Davranışları ve Geleneksel Siyasal Katılıma Teşvik Değişkenine Yönelik Bağımsız İki Grup Arası Farkların Testi Tablosu

Çevrimiçi Etkinliklerin Geleneksel Katılıma						
Teşvik Ettiğini	n	\bar{X}	SS	sd	t	p
Düşünenler	196	93.18	27.51	404	7.542	.000
Düşünmeyenler	210	74.10	23.07			

4.2.7 Katılım davranışlarının çevrimiçi siyasal katılımın etkisi değişkenine göre sınanması

Sosyal medyadaki katılım etkinliklerinin etkisine yönelik görüşler ile bunların kullanıcıların katılım puanlarıyla ilişkisine yönelik istatistiki veriler Tablo 34'de görülmektedir. Katılımcılardan sosyal medyanın karar alıcılar üzerinde etkili olduğunu düşünenlerin katılım puanlarına bakıldığında etkisiz olduğunu düşünenlerden anlamlı derecede yüksek olduğu istatistiki verilerde göze çarpmaktadır. Bu farkın anlamlı olup olmadığı belirlemek için t-testi uygulanmıştır.

Tablo 34: Katılım Davranışları ve Çevrimiçi Katılımın Etkisi Değişkenine Yönelik Bağımsız İki Grup Arası Farkların Testi Tablosu

Çevrimiçi Etkinliklerin						
Etkili Olduğunu	n	\bar{X}	SS	sd	t	p
Düşünenler	213	86.18	27.31	404	2.254	.025
Düşünmeyenler	193	80.15	26.43			

Katılımcıların verdiği yanıtlara ilişkin verilere bakıldığında gruplar arası ortalamaların farklı dağıldığı görülmektedir. Anlamlılık değerine bakıldığında aradaki

fark anlamlı çıkmaktadır ($p < .05$). Katılım puanları ile sosyal medyanın etkisine yönelik sonuçlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki saptanmıştır.

4.2.8 Katılım davranışlarının sosyal medya kullanım süreleri değişkenine göre sınanması

Gençlerin sosyal medyada buldukları süreler de günlük birçok ihtiyacıyla yarışır durumdadır. Ancak buldukları süre miktarının siyasal katılımlarını ne kadar etkilediği soru işaretidir. Kullanıcılara yönelttiğimiz sosyal medya kullanım yüzdeleri ile katılım puanları arasında bir ilişkinin olup olmadığını belirlemek için varyans analizi uygulanmıştır.

Tablo 35: Katılım Davranışları ve Sosyal Medya Kullanım Sürelerine Yönelik Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu

Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p
Gruplararası	7058	5	1765		
Gruplarıçi	288817	401	720	2.450	.046
Toplam	295875	406			

Varyans analizi sonuçları göstermektedir ki, sosyal medya kullanım yüzdeleri ile katılım puanlarının arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Her ne kadar anlamlılık değeri çok yüksek çıkmasa da kullanıcılar “sosyal medyada buldukları kadar siyasal katılım etkinliklerine katılırlar” şeklinde bir tahmin yapılabilecektir. Ancak gruplar arasında farklılaşmanın olup olmadığını görmek için Levene testi sonuçlarına göre izleme testi yapılmıştır.

Tablo 36: Katılım Davranışları ve Sosyal Medya Kullanım Sürelerine Yönelik İzleme Testi Tablosu (Scheffe)

Sosyal Ağ Kullanım Yüzdeleri		Ortalama Farkları (mean difference)	SS	p
%0-%20	%21-%40	-5,27009	6,49828	,956
	%41-%60	-2,03261	6,25648	,999
	%61-%80	-7,05797	6,10876	,855
	%80 üzeri	-12,77226	6,17854	,372
%21-%40	%0-%20	5,27009	6,49828	,956
	%41-%60	3,23748	4,32914	,967
	%61-%80	-1,78788	4,11276	,996
	%80 üzeri	-7,50216	4,21571	,531
%41-%60	%0-%20	2,03261	6,25648	,999
	%21-%40	-3,23748	4,32914	,967
	%61-%80	-5,02536	3,71897	,768
	%80 üzeri	-10,73965	3,83251	,099
%61-%80	%0-%20	7,05797	6,10876	,855
	%21-%40	1,78788	4,11276	,996
	%41-%60	5,02536	3,71897	,768
	%80 üzeri	-5,71429	3,58629	,638
%80 üzeri	%0-%20	12,77226	6,17854	,372
	%21-%40	7,50216	4,21571	,531
	%41-%60	10,73965	3,83251	,099
	%61-%80	5,71429	3,58629	,638

Varyans analizi (ANOVA) sonuçlarına göre düşük de olsa sosyal medya kullanım yüzdeleri ile katılım arasında bir ilişki görülmekteydi. Levene anlamlılık değeri .05'in üstünde çıktığından varyans eşitliği sağlanmıştır ve bu türden bir izleme aracı seçilmiştir. Ancak izleme testi –Scheffe- sonuçlarına bakıldığında yüzdeler arasında anlamlı bir ilişki olmadığı göze çarpmaktadır.

4.2.9 Katılım davranışlarının internet kullanım değişkenine göre sınılanması

İnternette farklı sürelerde vakit geçiren biry grupları arasında siyasal katılım puanları bakımından anlamlı farklılık olup olmadığını tespit etmek için varyans analizi uygulanmıştır.

Tablo 37: Katılım Davranışları ve İnternet Kullanımına Yönelik Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu

Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p
Gruplararası	5655	5	1414		
Gruplarıçi	290220	401	724	1.954	.101
Toplam	295875	406			

İnternet kullanım süreleri ve katılım puanları arasındaki ilişkiyi analiz eden varyans analizi sonuçları Tablo 37’de görülmektedir. Katılımcıların verdiği yanıtların sonuçlarına göre İnternet kullanım süreleri ve siyasal katılım puanları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Katılımcıların internette geçirdikleri süre siyasal katılım düzeylerinde anlamlı bir farklılığa neden olmamaktadır ($p>.05$).

Levene anlamlılık değeri .05’in üstünden çıktığından varyans eşitliği sağlanmıştır ve bu türden bir izleme aracı seçilmiştir. Değişkenlere yönelik izleme testi –Scheffe-verilerinde de görüldüğü gibi sürelerle göre gruplar arasında da anlamlı bir ilişki göze çarpmamaktadır. Her düzeyde anlamlılık değeri aralarındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığını yansıtmaktadır ($p>.05$).

5. Sonuçlar ve neriler

Araştırmanın bu bölümünde, araştırmanın amacı ve yöntemi özetlendikten sonra bulgulara dayalı olarak sonuçlar sunulmakta ve alanyazın bağlamında tartişılmaktadır. Ayrıca araştırmaya ve uygulamaya yönelik öneriler getirilmektedir.

5.1 Sonuçlar

Araştırmada Anadolu niversitesi ğrencilerinin evrimii siyasal katılım davranışları ile yaş, cinsiyet, internete her an erişebilme olanağı, evde ve mobil cihazlarda internet erişimi, oy kullanma, siberaktivist olarak tanımlama, internet ve sosyal medya kullanım süreleri, siyasal etkinliklere yönelik engeller, kullanılan sosyal medya uygulamaları, siyasal katılıma teşvik ve etki değişkenleri, habere ulaşımda kullanılan araç ve sonrasındaki tutumlar arasında ilişki olup olmadığı saptanmaya çalışılmıştır. Bu amaçla da istatiksel bazı tekniklerden yararlanılmıştır.

Araştırmanın evrenini Anadolu niversitesi'nin dört yıllık lisans eğitimi veren fakülte ve yüksekokullarında öğrenim gören niversite öğrencileri oluşturmaktadır. İdari veya akademik personel araştırma kapsamına alınmamıştır. Araştırmanın rneklemi olarak fakülte ve yüksekokullardan yansız örnekleme tekniğiyle ve evrimii yolla 406 öğrenciye ulaşılmıştır. Öğrencilerin cinsiyet dağılımları niversite geneline yakın bir oranda elde edilmiştir. Yaş grupları ise sayıları çok olmasa da 27'ye kadar uzanan ancak çoğunluğu 18-23 yaş arası değişen öğrencilerden oluşmaktadır.

Araştırmanın veri toplama aracı olan leği geliştirmek amaçıyla siyasal katılım ve evrimii ortamlar ile ilgili yerli ve yabancı yayınlar taranmış, konuyla ilgili öteki veri toplama araçları incelenmiş ve uzman görüşüne başvurularak bu bilgilerden hareketle 46 ifadeden oluşan bir ölçek geliştirilmiştir. Ayrıca ölçeğin geliştirilmesi sırasında alana yönelik ilgisi olan 15 ğrenci ve 10 araştırma görevlisi ile de beyin fırtınası gerçekleştirilerek ölçek maddelerinin hazırlanmasında görüşleri alınmıştır.

Ölçeğin geçerliliği içerik ve ifade yönünden uzman panel görüşleri sonucunda belirlenirken, güvenilirliğini belirlemek amaçıyla İç Tutarlık Düzeyi (Cronbach Alfa) analizine tabi tutulmuştur. Söz konusu analiz hem araştırma görevlilerine hem de öğrencilere uygulanmıştır. Pilot denemenin öğrencilere uygulanması sonucunda Alfa katsayısı .96 olarak bulunmuştur. Araştırma görevlilerine uygulanması sonucunda da Alfa katsayısı .92 bulunmuştur. Araştırma leği 46 ifadeden oluşmaktadır. Bu ifadeler

belirlenen çevrimiçi siyasal katılım davranışlarını belirtmektedir. Söz konusu ifadeler kendi içinde katılım, paylaşım, iletişim ve üretim olarak 4 gruba ayrılmaktadır.

Araştırmada kişisel bilgilere ilişkin frekans ve yüzdeler belirlenerek tablolar halinde sunulmuştur. Cinsiyet, yaş, internete her an erişebilme olanağı, evde ve mobil cihazlarda internet erişimi, oy kullanma, siberaktivist olarak tanımlama, internet ve sosyal medya kullanım süreleri, siyasal etkinliklere yönelik engeller, kullanılan sosyal medya uygulamaları, siyasal katılıma teşvik ve etki değişkenleri, habere ulaşımda kullanılan araç ve sonrasındaki tutumları frekanslara ayrılarak tablolar halinde verilmiştir. Söz konusu değişkenlerin hesaplanan çevrimiçi siyasal katılım puanları açısından anlamlı bir farklılığa neden olup olmadığının belirlenmesi için bağımsız iki grup arası farkların testi uygulanmıştır. Sosyal medya ve internet kullanım sürelerinin birbirleriyle bir ilişkisi olup olmadığını belirlemek için ki kare testi ve bu sürelerle çevrimiçi siyasal katılım arasında herhangi bir farklılığın olup olmadığını test etmek amacıyla tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Anlamlılık düzeyi aksi belirtilmedikçe .05 olarak belirlenmiştir.

Katılımcıların cinsiyet ve yaş değişkenlerinin çevrimiçi siyasal katılım davranışlarıyla ilişkisine bakıldığında ne yaşı ne de cinsiyetin anlamlı bir farklılık yaratmadığı görülmüştür. Örneklemin siyasal katılım davranışlarının yaş veya cinsiyete göre değişmediği söylenebilmektedir.

Kendini siberaktivist olarak tanımlayan katılımcıların ise siyasal katılım puanları daha yüksek çıkmıştır. Katılımcılardan kendilerini siberaktivist olarak görenler çevrimiçi davranışlara görmeyenlere oranla daha çok katılmaktadır. Ayrıca söz konusu katılımcıların siberaktivizm konusunda farkındalıklarının ve yeterliliklerinin de yüksek çıkacağı tahmin edilmektedir.

Bilgisayar, mobil aygıt ve internet erişimine sahip olma bireylerin sayısal uçurumu aşmaları için gerekli bazı unsurlardan birkaçıdır. Katılımcıların yanıtlarına bakıldığında hemen hepsinin mobil aygıtı bulunmakta, evinde internet bulunmaktadır. Yine katılımcıların seçimlerdeki oy kullanma durumlarına bakıldığında katılım oranlarının da yüksek olduğu görülmektedir. Bu bağlamda örneklemin siyasal seçimler konusunda bilinçli olduğu tahmin edilebilmektedir.

“InternetWorldStats” ‘ın verilerine göre Türkiye’deki İnternet kullanıcılarının sayısı yaklaşık 35 milyon civarındadır ve Türkiye bu özellikleriyle dünyada 14. sırada

yer almaktadır. Avrupa’da ise 5. sıradadır. Türkiye İnternet kullanım sürelerinin katılımcılar arasında yüksek çıktığı önceki tablolarda görülmektedir. Işık (2007) yaptığı araştırmada İnterneti yine en çok kullanılan medya aracı olarak bulmuştur. Gün içindeki en çok zaman ayırdığımız etkinliklerden biri haline gelen internet ve sosyal medya kullanımına yönelik süreler de katılımcılar açısından oldukça yüksek çıkmıştır. Yanıtlara bakıldığında katılımcıların hemen hemen 3/4’ü günde en az 4 saat internetle zaman geçirmektedir. Bu süreler ile sosyal medya kullanım süreleri arasında da anlamlı bir ilişki görülmektedir. İnternette harcanan zamanın artması sosyal medya kullanımını da arttırmaktadır.

Dünya genelinde yaygınlığı bilinen bazı sosyal medya uygulamaları bulunmaktadır. Bunlardan belirlenen 9 uygulama arasında katılımcıların yoğun olarak kullandıkları uygulamalar bulunmaktadır. En çok kullanılan 3 uygulamaya bakıldığında Facebook, Youtube ve İnstagram %90’ın üzerinde katılımcı tarafından kullanılarak ilk üçte yer almaktadır. Bunları Twitter ve Google+ takip ederken diğer tematik uygulamaların kullanımı çok yoğun olarak yanıtlanmamıştır.

Katılımcıların çevrimiçi etkinliklerinin çevrimdışı etkinliklere teşvik edip etmediği yönündeki soruya verdikleri yanıt ve çevrimiçi siyasal etkinliklerinin yönetenler üzerinde etkili olup olmadığı yönündeki soruya verdikleri yanıtlarda frekanslar arasında fark az olduğundan bir genelleme yapılamamıştır. Ancak çevrimiçi davranışların geleneksel siyasal katılıma teşvik ettiğini düşünenler ve çevrimiçi davranışlarının yönetenler üzerinde etkili olduğunu düşünenlerin siyasal katılım puanları daha yüksek çıkmıştır. Bir başka değişle bu değişkenlerle katılım davranışları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Çevrimiçi siyasal davranışların geleneksel siyasal etkinliklere teşvik edip etmediğine yönelik katılımcı yanıtlarına bakıldığında her ne kadar teşvik ettiğini düşünenlerin katılım puanları daha yüksek çıksa da kesin yargılara varılamayacak yüzdeler dikkat çekmektedir. Araştırma sonuçları bu haliyle Warren vd. (2014) ‘ın bulunduğu sonuçlarla uyuşmamaktadır. Warren araştırmasında sosyal medya kullanıcılarının büyük oranda geleneksel katılıma yönelik motive olduğunu saptamıştır. Yine benzer şekilde Schmitt-Beck ve Mackenrodt (2010) da bilgi iletişim teknolojileri ve sosyal medyanın oy verme başta olmak üzere katılıma olumlu etki yapacağını saptamışlardır. Araştırmada teşvik ettiğini düşünenlerin puanlarının yüksek çıkmasıyla

Vitak vd.(2011)'nin yaptığı çalışmaya benzer sonuçlar elde edilmiştir. Vitak'da yaptıkları çalışmada sosyal medyadaki etkinliklerin geleneksel katılımı ile anlamlı ilişkiye sahip olduğunu, teşvik ettiğini bulmuştur.

Çevrimiçi olarak gerçekleştirilen siyasal davranışların yönetenlerden yönetilenlere hemen herkes üzerinde etkiye sahip olduğu düşünülmektedir. Sosyal medyada sınırların olmayışı nedeniyle insanların daha özgür bir araya gelmekte, bilgi paylaşmakta, ortak ilgilerle birleşmekte oldukları (Simon, 2002) düşünüldüğünde yurttaşların daha güçlü bir hale gelmesi beklenmektedir. Ancak katılımcıların bu konudaki görüşlerine bakıldığında önceki araştırmalarla benzer sonuçlar çıkmamaktadır. Katılımcılar söz konusu çevrimiçi etkinliklerin etkili olmadığını, yurttaşın umulduğu kadar güçlenmediğini düşünmektedirler. Her ne kadar etkili olduğunu düşünen katılımcıların çevrimiçi siyasal katılım puanları yüksek olsa da söz konusu veriler ışığında katılımcıların siyasal davranışlarının etkili olduğuna inandıklarını söylemek mümkün değildir.

Katılımcılar bazı başlıklarda kendilerine engel olarak gördükleri konuları yanıtlamışlardır. Kendilerine sunulan engel olabilecek başlıklardan engel olabilecek uygulamaları seçmişlerdir. Katılımcıların hemen hemen yarısı tarafından belirtilen üç başlık çevrimiçi siyasal katılıma yönelik olası engeller arasında en çok görülmüştür. Bunlar İnternet hızı, internet filtrelemeleri ve sansürleri, veri kaydı ve gözetim endişesidir. Bu davranışların çevrimiçi siyasal katılım davranışlarıyla ilişkilerinin tespiti için t-testi yapılmıştır. Çevrimiçi siyasal katılım puanlarıyla bu engellerden internet filtreleri, internet hızı, mobil tarife ücretleri arasında anlamlı ilişki bulunmuş; veri kaydı ve gözetim endişesi ile internet fiyatları arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Veri kaydı ve gözetim endişesi bulunanlar ile internet filtrelerini bir engel olarak görenlerin siyasal katılım davranışları daha yüksek çıkmıştır. Ancak söz konusu katılımcıların anonim erişim puanlarıyla ilişkilerine bakıldığında siyasal katılım puanlarının neden yüksek çıktığı anlaşılmaktadır. Bireyler her ne kadar bu konuları birer engel olarak görse de anonim erişim yöntemleriyle bu engelleri aşabilmektedirler ve çevrimiçi siyasal katılım puanları da etkilenmemektedir.

Araştırma geneli itibarıyla katılımcıların çevrimiçi siyasal katılım düzeyleri düşük çıkmıştır. Bu yönüyle de pekiştirme yaklaşımını doğrular sonuçlar elde edilmiştir. Kullanıcıların aktivist değil daha çok slacktivist olduğu, içerik üretimi gibi emek yoğun

aktiviteler yerine paylaşım ve iletişim temelli daha az emek gerektiren ve çoğu zaman bir tıkla gerçekleşen eylemlere yöneltileri görülmüştür. Siyasal katılım davranışlarına 4 gruba ayırıp bakıldığında ve katılımcıların verdiği tüm değerler toplandığında en yüksek puanların -9960- iletişim davranışlarında ortaya çıkıldığı bunu ise paylaşım - 8959- ve katılım -8750- davranışlarının takip ettiği görülmektedir. Üretim davranışları ise en düşük -6157- davranışlardandır.

Çevrimiçi siyasal katılım puanlarına bakıldığında “pekiştirme kuramı”nı destekleyen sonuçlar elde edilmiştir. Çevrimiçi ortamlarda ve sosyal medyada her ne kadar siyasal katılım için çok olanak bulunsa da bundan yalnızca sınırlı bir kesim etkin olarak yararlanmaktadır. Sonuç olarak “İnternet siyasal süreçlere zaten katılmakta olan ve bilgili kişilerin bu alandaki bilgilerinin artmasına ve onların katılımlarına destek olma işlevi görmektedir” (Bonfadelli, 2002; DiMaggio vd., 2004) şeklinde bir sonuç araştırmada görülmektedir. Bu sonuçlar alanyazında yeni yeni ortaya çıkmakta olan “slacktivizm” kavramına benzer sonuçlar vermiştir. Söz konusu kavram, çevrimiçi katılım etkinliklerine bakıldığında kullanıcıların davranışlarının tembel bir şekilde, düşük yoğunlukta emek harcayan, iletişim ve paylaşım gibi kolay ve emeksiz etkinliklerin yoğun olduğunu savunmaktadır. Yine benzer olarak “klikativizm” kavramı ilk olarak The Guardian gazetesinde Micah White tarafından Arap Baharı üzerine 12 Ağustos 2010 tarihindeki yazısında kullanılmış ve alanyazına girmiştir. Sosyal medya kullanıcılarının beğenme, paylaşma vb. etkinliklerle etkili olmaya çabaları olarak tanımlanmaktadır. Araştırmamız da sonuçları yönüyle katılımcıların aktivist değil “slacktivist” yani tembel aktivist olduğunu göstermektedir. Bir diğer ifadeyle İnternet aktif –aktivist- bir katılım değil pasifleştirici bir etkiye neden olmaktadır. Bu yönüyle de Vitak vd. (2011)’ın bulduğu sonuçlarla örtüşmemektedir. Vitak çalışmasında sosyal ağların eylem temelli daha aktif katılım etkinlikleri doğurduğunu belirtmiştir. Benzer olarak Verba (2010) ve Smith vd. (2009) yıllarında yaptıkları benzer çalışmalarda gençlerin çevrimiçi katılım davranışlarının arttığını ancak bu davranışların bağış yapmak, e-mail yollamak, üretim gerçekleştirmek gibi şekillerde değil siyasetçileri takip etmek, arkadaş eklemek, yorum paylaşmak gibi daha az emek ve risk gerektiren şekillerde meydana geldiğini bulmuştur. Söz konusu çalışmalar yine bu yönleriyle araştırmamızla benzerlik göstermektedir.

Paylaşım boyutundaki 11 davranıştan; bir siyasal konu hakkında görüşlerimi çevrimiçi olarak paylaşırım, sosyal medya sayfasında siyasal yorum paylaşırım; bir sosyal medya sitesinde siyasal konular hakkında link (bağlantı) paylaşırım; savunduğum gruplara destek olmak amacıyla kanıt olarak görülen unsurları paylaşırım; siyasal konular hakkında durum güncellemesi paylaşırım; sosyal ağlarda bir siyasal etkinliğe katıldığımı belirtirim; bir siyasal konunun yayılması için sosyal ağlarda paylaşım yaparım şeklindeki ifadelere verdikleri yanıtlara göre bu davranışları nadiren de olsa gerçekleştirdikleri ortaya çıkmıştır. 4 davranışa ise başvurmadıkları görülmektedir: sosyal ağlarda oy verdiğim partiyi paylaşırım; sosyal medya hesap ismimi siyasi görüşümü belirten eklemeler yaparak paylaşırım (TC Arzu Şenay, AK Tunç Çetin gibi); sosyal medya üzerinden karşıt görüşler hakkında olumsuz içerik paylaşırım; sosyal medya üzerinden karşıt görüşler hakkında olumsuz söylemler paylaşırım. Paylaşım davranışları özelinde Duggan (2012) de benzer sonuçları bulmuş ve katılımcıların %38'i siyasal içerik paylaştıklarını belirtmişlerdir. Bu açıdan araştırmayla da örtüşmektedir.

İletişim davranışları boyutuna bakıldığında da katılımcıların başvurduğu ve başvurmadığı davranışlar bulunmaktadır. Bir eylemci (aktivist) veya siyasal grubun sosyal medya hesabını ziyaret ederim, bir siyasal parti veya siyasetçinin sayfasını beğenirim, bir siyasal parti veya siyasetçiyi arkadaş olarak eklerim, takip ederim, sosyal ağlardan benzer görüşe sahip diğer kullanıcıları takip ederim, arkadaş eklerim ifadeleri katılımcıların nadiren de olsa başvurdukları davranışlardır. Bir siyasal olay sonucu insanları bir ürün veya gruba yönelik çevrimiçi ortamlarda boykota çağırırım; siyasal olaylar doğrultusunda insanları sosyal medya aracılığıyla harekete geçiririm; çevrimiçi ortamlarda iz bırakmamak için internete anonim olarak bağlanırım; siyasal olaylar sonucunda karar alıcılara erişerek çevrimiçi yollarla baskı altına almaya çalışırım; sosyal ağlardan zıt görüşe sahip diğer kullanıcıları takip ederim, arkadaş eklerim; siyasal bir olay karşısında ana akım medyada görev yapan gazetecilere sosyal medya üzerinden erişirim; seçilmiş bir yetkiliyle (milletvekili vb.) sosyal medya üzerinden iletişime geçerim (mesaj, tweet); bir eylemci veya siyasal grupla sosyal medya üzerinden iletişime geçerim; bir devlet kurumuna mail yollarım şeklindeki ifadeler ise katılımcıların başvurmadığı davranışlar olarak ortaya çıkmaktadır.

Sosyal medya uygulamaları kullanıcılarına birbirleri arasında etkileşim ve iletişim olanağı sağlarken kişiler arası sınırları da ortadan kaldırmaktadır. Sosyal medya hesabı olan hemen herkes bu alanda görünür olmakta ve diğer kullanıcılar ona ulaşabilmektedir (Vergeer, 2012). Adaylar, partiler, siyasetçiler ve yurttaşlar sosyal medya aracılığıyla özgürce iletişime geçebilmektedirler. Bu süreç iki taraf içinde gerçekleşmektedir. Hem siyasetçiler istedikleri konularda fikirlerini potansiyel seçmeniyle paylaşabilmekte hem de yurttaşlar siyasetçilere eleştiri ve görüşlerini yönlendirebilmektedir. Polat (2005) sosyal medya ortamlarının çevrimiçi müzakere, tartışma ve iletişim için hem seçim sürecinde hem de öncesi ve sonrasında önemli alanlardan olduğunu söylemektedir. Halpern ve Gibbs (2013)'e göre siyasal oluşumlar kampanyalarını, siyasetçiler seçim çalışmalarını ve fikirlerini sosyal medya üzerinde rahatça duyurabilmektedir. Özellikle sosyal medyada aktif olan gençlere bu sayede erişimleri kolay olmaktadır. İnsanların ortak ilgilerle bir araya geldiği sanal bir cemaat olduğu düşünüldüğünde sosyal medya insanların siyasal iletişim ve bilgilenme şekillerini de yönlendirmektedir. Benzer şekilde Wu vd. (2011) de sosyal medyanın çift yönlü iletişim ve bilgi akışı sağlayarak süreç aktörleri arasında iletişimi kolaylaştırdığını belirtmişlerdir. Bu bağlamda araştırma sonuçları da iletişim etkinliklerinin diğer davranışlara oranla daha çok olduğunu ama yoğun bir etkinlikten bahsedilemeyeceğini bize göstermektedir. Katılımcıların başvurduğu iletişim davranışları olduğu gibi yönelmedikleri de bulunmaktadır.

Araştırmaya katılanların katılım davranışları boyutunda da az da olsa başvurduğu ve başvurmadığı davranışlar bulunmaktadır. Siyasal amaçlı çevrimiçi dilekçe-imza kampanyalarına katılım (change.org vb.); hashtag aktivizmine katılım (#2015secim vb.); profil resmimi siyasal olaylara uygun olarak değiştirme eylemlerine katılım (şehitler sonrası bayrak, 10 kasım'da atatürk vb); bir siyasal olay sonrası profil karartma etkinliğine katılım şeklindeki ifadeler katılımcıların nadiren de olsa bulunduğu davranışlardır. Davranış olarak hiç bulunmadıkları ifadeler ise: bir siyasal örgüt veya oluşumun ürettiği ürünleri çevrimiçi olarak satın almaya katılım; siyasal davranışı belirtmek için konum paylaşımına katılım (swarm vb); oluşturduğum trol hesaplarla siyasal süreçlere katılım; sosyal medyada karşı propaganda etkinliklerine katılım; sosyal medya üzerinden gönüllü toplama sürecine katılım; bir siyasal parti veya siyasetçi için çevrimiçi bağış kampanyasına katılım; sosyal medya üzerinden

örgütlenen bir gösteriye katılım; siyasi nitelikli bir çevrimiçi tartışmaya katılım ifadeleridir.

Katılım davranışları başlığına bakıldığında Vitak (2011) yaptığı çalışmada sosyal medya kullanımı ve kampanyalara siyasi katılım arasında direk ilişki bulmuştur. Sosyal medyada siyasi süreçlere katılan bireyler hem günlük siyasetin ilerleyişinde hem de siyasi kampanyalarda birer unsur olarak ortaya çıkmışlardır. Firestone ve Clark (1995) İnternet uygulamaları ile yurttaşların katılım etkinliklerinin önemini anlayacağını söylemektedir. Özellikle web 2.0 ortamlarında katılım etkinlikleri yeni bir hal almış ve bazı özellikleriyle de ilkellerinden oldukça farklı durumdadırlar. Geleneksel medya katılımcılığının etkin yapıları olan oy kullanma, kampanya etkinlikleri, seçilmişlerle iletişime geçme, iş birliği etkinlikleri gibi yapılar artık çevrimiçi hale gelmişlerdir.

Çevrimiçi tartışmalar kullanıcıların siyasi görüşlerini diğerlerine aktarmasına ve karşılıklı bilgilenmeye katkı sağlamaktadır. Sosyal medya üzerinden bireyler hem kendi çevreleriyle hem dünya geneliyle hem de normal şartlarda ulaşması zor olan yetkililerle tartışmalara katılabilmektedir. Bu tartışmalar kimi zaman kutuplaşmaları beraberinde getirir ya da arttırır da (Wright, 2012) yurttaşların siyasi konumlanması ve katılım davranışları için etken olabilmektedir. Ancak katılımcıların yanıtlarına bakıldığında tartışmalara katılım diğer benzer davranışlardan da düşüktür. Genel sonuçlara bakarak örneklemin sosyal medya ortamlarında siyasi tartışmalara katılmadığını söyleyebiliriz.

Siyasal seçim ve etkinlikler birçok yönden maliyetli olmaktadır. Siyasal oluşumlar özellikle seçim döneminde etkin olabilmesi ve adını duyurabilmesi için ekonomik desteğe ihtiyaç duymaktadırlar. Her ne kadar ülkemizde bu tarz maliyetler barajı aşan partilerin oy oranlarına göre aldıkları hazine yardımlarıyla giderilmeye çalışılsa da çoğu zaman bu yeterli olmamakta ve hem onlar hem de baraj altı olan partiler için halktan toplanacak bağışlar da bir seçenek olarak ortaya çıkmaktadır. Günümüz ekonomi sisteminde de bu bağışlar artık çevrimiçi ortamlarda hem siyasi partilere hem de bireysel adaylara yönelik olarak toplanabilmektedir. 2000 seçimlerinde Bill Bradley topladığı yardımlarla nu alanda öncül durumdadır. Küçük küçük bağışların bir araya gelmesi büyük miktarların elde edilmesini sağlayabilmektedir. Örnek vermek gerekirse Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde Recep Tayyip Erdoğan'ın hesabına 24 milyon TL bir diğer aday Selahattin Demirtaş'ın hesabına 753 bin TL bağış yapılmıştır. Ancak bu

araştırmanın örneklemini oluşturanların öğrenci olmaları ve sabit gelirlerinin de olmadığı göz önüne alındığında siyasal içerikli ürün alımı ve bağış kampanyalarına katılmadıklarını söylenebilmektedir.

Son olarak üretim boyutunda ise katılımcılar sadece bir davranışa başvurmakta olduklarını belirtmişlerdir: Siyasal konular hakkında sosyal medyada yazı-not yazarım. Diğer davranış ifadelerine katılımları yoktur ve en düşük puanlar bu boyut altında görülmüştür. Üretim davranışları en düşük boyut olarak yanıtlanmıştır. Katılımcılar sadece yazı ve not yazımı konusunda katılım gösterdiklerini belirten yanıtlar vermişler ve diğer davranışlara katılmadıklarını göstermişlerdir. Yine bu açıdan bakıldığında katılımcılar üretketici –prosumer- (van Dijck, 2009) olmaktan bir hayli uzaktırlar. Curtis (2013)'in de belirttiği gibi internet kullanıcılarının %40'ı içerik üretmekten çok tüketmekle yetinmektedir. Bu oran araştırmamızda çok daha fazla çıkmıştır.

Kullanıcıların çevrimiçi siyasal katılımı gerçekleştirebilmesi için sosyal medya ve internete zaman ayırmaları gerekmektedir. Katılımcıların yoğun internet ve sosyal medya kullanımı ile katılım puanları arasında bir ilişki olup olmadığının belirlenmesi amacıyla varyans analizi ve izleme testleri gerçekleştirilmiştir. Ancak kullanım süreleri ile siyasal katılım davranışları arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Bireyler günümüzde günlük yaşamlarının her anında kullanabildikleri sosyal medya üzerinden bilgiye ve haberlere diledikleri gibi erişebilmektedirler. Katılımcıların bu konudaki yanıtlarına bakıldığında da hemen hemen tamamının siyasal habere erişimde ve sonrasındaki tutumlarında sosyal medya öncelikli yer işgal etmektedir. Katılımcılar haberlere sosyal medya üzerinden ulaştıklarını ve sonrasındaki gelişmeleri de buradan takip ettiklerini belirtmektedirler.

Sosyal medyanın artık günümüzde iletişim her halinde öncelikli konuma geldiği belirtilmektedir. Bireyler haberler de dahil olmak üzere siyasal bilgilerinde sosyal medyaya yönelmektedirler. Katılımcıların bu konudaki görüşlerine bakıldığında Tsagarousianou, Tambini ve Bryan (1998)'ın alanın erken dönemlerinde yaptıkları katkıyla da benzer olarak sayısal demokrasinin bilgiye erişimde kolaylık sağladığı ve kullanıcıların siyasal bilgiyi daha çok yeni teknolojilerden elde ettiği göze çarpmaktadır. Bilgi yönünden zengin ve yoğun iletişim yapısıyla sosyal medya ve İnternet çok az çaba ile siyasal haberlere erişimi sağlamakta (Bimber, 2001), bireylere haber akışlarını özelleştirme olanağı sunmaktadır (Althaus ve Tewksbury, 1999). Katılımcıların

yanıtlarına bakıldığında siyasal bilgiye ve haberlere erişim de sosyal medyaya ağırlık verdikleri göze çarpmaktadır.

Çevrimiçi ortamlar her ne kadar tam olarak denetimi zor alanlar olsa da egemen güçler tarafından çeşitli engeller oluşturulabildiği gibi teknik şartlar nedeniyle de bireylerin siyasal katılımları zayıflayabilmektedir. İnternete getirilen övgülerin başında gelen konulardan biri de iletişimi ve bilgi akışını hızlandırmış olmasıdır. Sosyal medya üzerinden yapılacak katılım etkinlikleri çoğu zaman bu olanaklara gereksinim duymaktadır. Özellikle video ve görsel temelli etkinlikler bu anlamda önde gelmektedir. Ayrıca siyasal katılım etkinliklerinin büyük bölümü anlık olarak gerçekleştiğinden internet hızının yüksek olmaması bu tarz davranışları olumsuz etkilemektedir (Campante vd., 2013). Araştırma sonuçlarına bakıldığında Campante'nin bulduğu sonuçlara benzer sonuçlar çıkmıştır. Katılımcılar internet hızının katılım etkinlikleri için engel olabileceğini belirtmişlerdir.

İnternete yönelik sansür uygulamaları özellikle otoriter ülkelerde oldukça yaygın başvurulan bir yöntemdir. Otoriter iktidarlar İnternet üzerinde kesin bir sansür ve filtre uygulayarak insanların bu aracı özellikle sosyal medyayı kendi istedikleri şekilde kullanmalarını sağlamaya çalışmaktadırlar. Demokrasiyle yönetilen ülkelerde ise söz konusu filtre ve sansür etkinlikleri genellikle yasal olarak ortaya çıkmakta, zararlı olduğu genel kabul gören internet siteleri ve uygulamaları engellenmektedir. Sosyal medyaya yapılan engellemeler özellikle her hangi bir siyasal olay karşısındaki ilk tepkileri ve katılım etkinliklerini ortadan kaldırmaktadır. Her ne kadar bilgi kirliliğini ortadan kaldırılmak amacıyla bu tarz engellemelere gidilse de sosyal medya araçlarının filtrelenmesi gelişmiş demokrasilerde rastlanması oldukça zor bir durumdur. Sosyal medya uygulamalarına erişememek bu araçlar üzerinden katılımı da ortadan kaldırmaktadır. Zittrain ve Palfrey (2008) ile Perry ve Roda (2014)'nin çalışmalarına benzer sonuçlar araştırmamızda ortaya çıkmış ve katılımcılar internet filtre-engellerinin katılım davranışlarını oldukça olumsuz etkilediğini belirtmişlerdir. Ancak çevrimiçi ortamlar çeşitli yollarla kullanıcılara filtreleri aşma olanağı vermektedir. Bunların başında da anonim yolları kullanmak gelmektedir. Bu bağlamda söylenebilmektedir çevrimiçi platformlar sayısal yeterliliği olan kullanıcılara web ortamındaki engelleri bypass etme olanağı sunabilmektedir (Tedesco, 2007). Birey artık kendi kendisinin eşik bekçisi konumundadır (McQuail, 2010). Kullanıcılar da bir yöntem olarak çevrimiçi

uygulamalara anonim olarak erişerek filtre vb. engelleri aşabilmektedirler. Bu gibi yöntemler siyasal iletişimin yurttaş ayağını güçlendirmektedir (Tedesco, 2007).

İnternet teknolojileri her ne kadar anonimliği sağlıyor olsa da aynı zamanda gözetime yönelik de yeni olanaklar ve araçlar sunmaktadır. Bu tarz gözetim etkinlikleri alanyazında fazlasıyla araştırılmakta ve gerek şirketlerin tüketici ilgilerini belirlemek için gerekse güç odaklarının bireyleri kontrol edebilmek için gözetime başvurduğu dile getirilmektedir. İnternet üzerinde ise çerezler, anlık mesaj takipleri, e-mail spam'leri gibi yollarla bireyin verilerine erişilebilmektedir. Gözetimin yaygınlığının farkında olan ve çekinen bireyler de çevrimiçi siyasal etkinliklerden çekinebilmektedirler. Araştırmamızda da benzer sonuçlar çıkmakta ve katılımcıların hemen hemen yarısı çevrimiçi ortamlarda gözetlendiklerini düşünmektedirler. Ancak gözetlendiğini düşünen katılımcılarımızın puanları düşünmeyenlerden yüksek çıkmıştır. Bu da yine anonim erişimle açıklanmaktadır. Buradaki değerler yine daha önceki araştırmalardan (Krueger, 2005) farklı sonuçlar göstermektedir.

Bir başka engel başlığı olan hıza yönelik ise Joyce'un (2010) yaptığı sayısal aktivizm çalışmasında da yine internet hızı önemli bir değişken olarak ortaya çıkmıştır. Söz konusu araştırmada katılımcılar internet hızının düşük olduğuna inananların katılım puanları ve sayısal aktivizm dereceleri daha düşük çıkmıştır. Bu anlamda çalışmalar arasında benzerlik göze çarpmaktadır. Katılımcılar da hızın önemli olduğunu düşünmekte ve düşük hızın bir engel olduğunu düşünenlerin siyasal katılım puanları da daha düşük çıkmaktadır. Joyce'un yine 2010 araştırmasında da belirttiği gibi mobil aktiviteler ve İnternete ucuz erişim mobil aygıtların yaygınlaştığı günümüzde siyasal katılımı belirleyici etkenlerdendir. Katılımcıların yanıtları da bu araştırmayla uyumlu sonuçlar vermiştir.

5.2 Öneriler

5.3.1 Yeni araştırmalara yönelik öneriler

- i.** Bu araştırmanın örneklemini üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Bu nedenle akademik personel üzerinde uygulama yapılmamıştır. Başka bir araştırmanın öğretim elemanlarına da uygulanması akademisyenlerin siyasal katılımı sosyal

medya kullanımını ve aynı zamanda devlet memuru olan kişilerin gözetim ve veri kaydına yönelik algılarını da ortaya koyabilecektir.

- ii.** Bu araştırma üniversite öğrencilerine uygulanmış ve sonuçlar da bu kesim göz önüne alınarak değerlendirilmiştir. Dolayısıyla benzer etkinin genç kesimin üzerindeki yaş gruplarında nasıl meydana geldiği, sosyal medyayı hayatlarına sonradan dahil eden kullanıcıların sosyal medyadaki siyasi davranışlarının nasıl olduğunun ve sayısal göçmenlerin durumunun incelenmesi önemli olacaktır.
- iii.** Devlet üniversitelerinin öğrenci profilleri bazı konularda vakıf üniversitelerinden ayrılabilir. Evreni oluşturan Anadolu Üniversitesi devlet üniversitesi olduğundan benzer bir araştırmanın vakıf üniversiteleri üzerinde de yapılması karşılaştırmalara da izin verebilecektir.
- iv.** Sosyal medya bireylerin habere erişimde önemli bir kaynağı oluşturmaktadır. Kullanıcıların sosyal medya üzerinden eriştikleri habere ve siyasi bilgiye yönelik güven durumlarının araştırılması ve bu haberlere hangi kaynaklardan eriştiklerinin belirlenmesi güven duyulan kaynakların tespitini sağlayabilecektir. Aynı zamanda tek yönlü yani aynı görüşteki kaynaklardan bilgi akışının olup olmadığı da tespit edilebilecektir.
- v.** İnternet filtreleri ve engellemeleri kimi zaman yasal prosedürlerle yapılıyor olsa da bu kullanıcılar için kimi zaman çeşitli yöntemlerle aşılabilen bir uygulama durumundadır. Ancak bazıları bunu gerçekleştirecek sayısal yeterliliğe sahip olmayabilmektedir. Dolayısıyla bireylerin filtreler konusundaki görüşlerinin araştırılması bu tür etkinliklere yönelik görüşleri belirlemek adına önemli olacaktır.
- vi.** Üretim davranışları araştırmada en düşük davranışlardan olmuştur. Genç kesimin üretim davranışlarının bu denli düşük olmasının hangi sebeplerden kaynaklandığının araştırılması yararlı olacaktır. Bu inceleme yeni medya okuryazarlığıyla da ilişkilendirilebilir.
- vii.** Görüşme yoluna başvurularak çevrimiçi siyasi katılım davranışlarının düşüklüğü ayrıntılarıyla incelenebilecektir.

5.3.2 Uygulamaya yönelik öneriler

- i.** Genç seçmenlere sosyal medya üzerinden erişilmelidir. Genç nüfusun azımsanmayacak bir oranda olduğu Türkiye’de yaşı en düşük olan seçmen kesimi üniversite öğrencileridir. Siyasal partilerin de bu kesimden oy alabilmesi için onlara ulaşması önkoşul olmaktadır. Dolayısıyla siyasal oluşum ve siyasetçilerin genç seçmenleri ikna edebilmek için aracısız iletişim sağlayan sosyal medyayı etkin ve verimli kullanmaları gerekmektedir. Bu sayede hem daha az maliyetle hem de daha kolay bir şekilde genç seçmenlere ulaşılabilir ve ikna edilebilirler.
- ii.** Her siyasal parti ve siyasetçinin sosyal medya hesabı olmalıdır. Araştırma sonuçlarımızda da görüldüğü gibi gençler neredeyse tüm siyasal haber ve siyasetçilerle ilgili bilgileri sosyal medya üzerinden elde etmekte ve buradan takip etmektedir. Dolayısıyla her siyasal oluşum ve siyasetçi kendisiyle ilgili doğru bilgi sunabilmek amacıyla sosyal medya da olmalı ve doğru olmayan bilgilerin önüne geçerek sosyal medya da var olmalıdır. Bu sayede bilinirlikleri de artmaktadır.
- iii.** Sosyal medyada aktif olarak siyasal katılım gösteren katılımcıların geleneksel katılımcılığa da teşvik olabileceği tahmin edildiğinden ve özgür ortam olarak nitelenen internet ortamının kullanıcılarına dilediği gibi bilgiye erişim olanağı sağlaması gerektiği düşünüldüğünden gücü elinde bulunduranların gerek filtreleme gerekse de veri kaydı ve gözetim gibi konularda asgari özen göstermesi önerilebilmektedir.
- iv.** Üretim boyutundaki davranış düşüklüğünün sayısal yeterlilik eksikliğinden kaynaklandığı tahmin edilirse bunu geliştirici uygulamalara başvurulabilir.

Ekler

Ek-1 Tez Yararlanma İzni

Velasquez'n 2012 yılındaki doktora tezi temel alınmasa da çalışmada yararlanılmıştır. İzin alınmasına yönelik mail görüntüsü ektedir.

Thank you so much

Kimden: Alcidés Velásquez [alcides.velasquez@gmail.com]
Gönderildi: 14 Eylül 2015 Pazartesi 17:09
Kime: Kemal ELCİYAR
Konu: Re: Thesis questionnaire

Alcidés Velásquez [alcides.velasquez@gmail.com]
Kime: Kemal ELCİYAR
Gelen Kutusu
14 Eylül 2015 Pazartesi 17:09
14.09.2015 21:12 tarihinde yanıtladınız.

Hi Kemal,

Sure, you can use them. Refer however to the published articles instead of the thesis. These are the links. Let me know if you can't access them:

<http://nms.sagepub.com/content/17/6/899>
<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08838151.2015.1054998>

Best,
Alcidés

Kemal ELCİYAR
Gönderilmiş Oğeler
14 Eylül 2015 Pazartesi 16:09

Hi Mr. Velásquez,

I'm writing to you from Turkey. I'm a research assistant in Anadolu University in Communication Sciences Faculty.
In my master thesis I want to study "political participation behaviours and social media". When I searched previous studies, I saw your thesis "Social Media and Individual and Collective Activism: The Role Of Interdependence and Online Political Efficacy".

In my study I want to use your questionnaire and measures. I hope it is okay for you.

Yours sincerely
Kemal Elciyar

Taskbar: Yeni sekme - Micro..., Kemal ELCİYAR - O..., TEZ - Word, Ekran Görüntüsü (1...
System tray: 10:38, 26.4.2016

Ek-2 Öğrencilere Uygulanan Ölçek Örneği

Sosyal Medyanın Üniversite Öğrencilerinin Siyasal Katılım Davranışlarına Etkisi

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

Araş. Gör. Kemal Elciyar

Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi
kemalerciyar@anadolu.edu.tr

* Gerekli

1- Yaş* :

2- Cinsiyet*: Erkek Kadın

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

4- Evinizde internet bağlantısı var mı? * Evet Hayır

5- Günde ortalama kaç saat internet kullanmaktasınız? *

0-2 Saat +2-4 Saat +4-6 Saat +6-8 Saat 8 saat üzeri

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

%0-%20 %21-%40 %41-%60 %61-%80 %80 üzeri

7- Cep telefonunuzdan internete erişim yapabiliyor musunuz? Evet Hayır

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

Evet Hayır

9- Son seçimde oy kullandınız mı? * Evet Hayır

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

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

(Birden fazla seçebilirsiniz)

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

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

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

Diğer:

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

- Evet
- Hayır

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

- Evet
- Hayır

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

- Radyo
 - Televizyon
 - Gazete
 - Sosyal medya
- Diğer:

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

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

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

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

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

Ek-3 Etik Kurul İzni

Kayıt Tarihi: 12.02.2016 Protokol No: 16038



ANADOLU ÜNİVERSİTESİ ETİK KURULU KARARI

ÇALIŞMANIN TÜRÜ:	Yüksek Lisans Tez Çalışması
KONU:	Sosyal Bilimler
BAŞLIK:	Sosyal Medyanın Üniversite Öğrencilerinin Siyasal Katılım Davranışlarına Etkisi
PROJE/TEZ YÜRÜTÜCÜSÜ:	Prof. Dr. Ali ŞİMŞEK
TEZ YAZARI:	Kemal ELCİYAR
ALT KOMİSYON GÖRÜŞÜ:	-
KARAR:	Olumlu

İMZA/ TARİH
16.02.2016

ETİK KURUL ÜYELERİ

Prof. Dr. Aydın AYBAR
Rektör Yardımcısı / Etik Kurul Başkanı

Prof. Dr. Hayrettin TÜRK
Fen Bil. (Fen Fak.)

Prof. Dr. Yusuf ÖZTÜRK
Sağlık Bil. (Ecz. Fak.)

Prof. Dr. Coşkun BAYRAK (Yedek Üye)
Eğitim Bil. (Eğitim Fak.)

Prof. Dr. Kemal YILDIRIM
Sos. Bil. (İkt. ve İd. Bil. Fak.)

Doç. Dr. Münevver ÇAKI
Güz. San. (Güz. San. Fak.)

Kaynakça

- Akar, E. (2010). *Sosyal medya pazarlaması*. Ankara: Efil.
- Akçalı, N. (1991). *Siyaset bilimine giriş*. İzmir: Ege Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları.
- Akın, M. (2013). *Siyasallığın toplumsal inşası: siyasal toplumsallaşma*. Konya: Çizgi.
- Aktan, C. (1999). Demokrasi, liberalizm ve sınırlı devlet. *Yeni Türkiye Dergisi*. 25, 142-145.
- Aktaş, H. (2004). *Bir siyasal iletişim aracı olarak internetin partilerin seçim kampanyalarında yeri*. Konya: Tablet.
- Aktaş, H. ve Ulutaş, S. (2010), Tekno nevrotik kaçış: Web 2.0, *Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, Sayı:12.
- Alkan, T. (1989). *Siyasal bilinç ve toplumsal değişim*. Ankara: Gündoğan.
- Alpan, A. L. (2000). Türkiye’de siyasal katılım: sivas örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Althaus, S. L. & Tewksbury, D. (2000). Patterns of Internet and traditional news media use in a networked community. *Political Communication*, 17(1), 21-45.
- Altıntaş, H. (2001). Politik pazarlama ve politik pazarlamada yer alan konular üzerine genel bir inceleme. *Amme İdaresi Dergisi*,34(1):33-50.
- Anderson, P. (2007). What is web 2.0? Ideas, technologies and implications for education, *Jisc Technology And Standards Watch*, Feb, 1-64.
- Aristoteles, P. (1983). *Politika*. (Çev: Mete Tunçay).
- Arslan, A. (1990). “*Türk demokrasisinin kültürel ve felsefi temelleri*”, *Türkiye’de demokrasi ve demokrasi kültürünün gelişmesi*. Dokuz Eylül Üniversitesi Atatürk İlke Ve İnkılapları Tarihi Enstitüsü. İzmir: Türk Demokrasi Vakfı Yayınları.
- Atabek, Ü. ve Kılıç, S.(2007). Siber uzayda siyasal iletişim: 2007 Genel Seçimleri’nde Antalya milletvekili adaylarının web siteleri. *10. Sosyal Bilimler Kongresi*. Ankara.
- Aydın, İ. (1997). *Siyasi parti ve hükümet programlarında eğitim-öğretim ve öğretmenler, 1908-1997* (1). Eğitim Sen.
- Ayers, M. D. & Maccaughey, M. (2003). *Cyberactivism: Online activism in theory and practice* (1st ed.). New York: Routledge

- Aytekin, Ç. (2011). Wiki Uygulamalarına İletişimsel Yaklaşım İle Bir Model Önerisi. *Online Academic Journal of Information Technology*, 2(5), 7- 17. http://www.ajit-e.org/download_pdf.php?id=19&f=19_rev1.pdf (Erişim Tarihi: 20.04.2016).
- Aziz, A. (2003). *Siyasal iletişim*. Ankara: Nobel.
- Bal, H. (1997). *Sosyolojik açıdan alevi sunni farklılaşması ve bütünleşmesi*. İstanbul: Ant.
- Bat, M. (2012). Dijital platformda sosyal medyanın stratejik kurumsal iletişime etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi
- Baykal, D. (1970). *Siyasal katılma bir davranış incelemesi*. Ankara: Sevinç.
- Beckett, C. & Ball, J. (2011). *WikiLeaks*. Cambridge UK: Wiley.
- Bekaroğlu, Ş. B. (2011). Doktor-hasta ilişkilerinde sosyal medya kullanımını, *Akademik Araştırmalar Dergisi*, Sayı:49.
- Bektaş, A. (2002). *Siyasal Propaganda*. İstanbul: Bağlam.
- Bell, A. (2009). *Exploring web 2.0: second generation interactive tools - blogs, podcasts, wikis, networking, virtual worlds, and more*. georgetown: Katy Crossing Press.
- Bilgin, N. (1997). *Siyaset ve insan*. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Bimber, B. (2001). Information and political engagement in America: The search for effects of information technology at the individual level. *Political Research Quarterly*, 54(1), 53-67.
- Bimber, B. 1999. "The internet and citizen communication with government: Does the medium matter?". *Political Communication* 16 (4): 409-28.
- Binark, M. (2009). Yeni medya dolayimli iletişim ortamında olanakların ve ol(a)mayanların farkında olmalı. *Evrensel Kültür*, (216), 60-63.
- Binark, M., ve Bayraktutan-Sütcü, G. (2007). Toplumsal Sorunların Günah Keçisi: İnternet.
- Bonchek, M. S. (1997). *From broadcast to netcast: The Internet and the flow of political information*. Harvard University.
- Bonfadelli, H. (2002). The Internet and knowledge gaps a theoretical and empirical investigation. *European Journal of communication*, 17(1), 65-84.

- Bongrand, M. (1992). *Politikada pazarlama*. (Çev: F. Ersoy). İstanbul: İletişim.
- Bouthoul, B. (1993). *Siyaset sosyolojisi*. (Çev: A. T. Yazıcı). İstanbul: Remzi.
- Breuer, A. & Farooq, B. (2012). Online political participation: Slacktivism or efficiency increased activism? Evidence from the Brazilian Ficha Limpa campaign. *Evidence from the Brazilian Ficha Limpa Campaign (May 1, 2012)*.
- Britannica, A. (1993). Ana Yayıncılık Aş ve Encyclopaedia Britannica Inc.
- Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2010). Social network sites: definition, history, and scholarship. *Engineering Management Review, Ieee*, 38(3), 16-31.
- Bryan, C.;Tsagarousianou, R. & Tambini, D. (1998). Electronic democracy and the civic networking movement in context. *Cyberdemocracy: Technology, cities and civic networks*, 1-17.
- Bulunmaz, B. (2011). Otomotiv sektöründe sosyal medyanın kullanımı ve fiat örneği. *Global Media Journal*, 2(3).
- Burdeau, G. (1964). *Demokrasi*. (Çev. B. N. Esen). Ankara: A.Ü. Hukuk Fakültesi Yayınları.
- Calderaro, A. (2010). Empirical analysis of political spaces on the İnternet: The role of e-mailing lists in the organization of alter-globalization movements. *InternationalJournal of E-Politics*, 1(1), 73–87.
- Campante, F. R.; Durante, R. & Sobbrío, F. (2013). *Politics 2.0: The multifaceted effect of broadband internet on political participation*. National Bureau of Economic Research.
- Castells, M. (2007). Communication, power and counter-power in the network society. *International journal of communication*, 1(1), 29.
- Cevizci, A. (1999). *Paradigma felsefe sözlüğü*. İstanbul: Paradigma.
- Chapman, C. (2009). The history and evolution of social media. (Erişim Tarihi 16.03.2016).
[Http://www.webdesignerdepot.com/2009/10/the-history-and-evolution-of-social-media/](http://www.webdesignerdepot.com/2009/10/the-history-and-evolution-of-social-media/)
- Comm, J. (2010). *Twitter power 2.0: how to dominate your market one tweet at a Time*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Constantinides, E. & Fountain, S. J. (2008). Web 2.0: Conceptual Foundations and Marketing Issues. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*.

- Constantinides, E. (2009). Social media / web 2.0 as marketing parameter: an Introduction. *8th International Congress Marketing Trends"Te Sunulan Bildiri, Fransa: Paris.*
- Curtis, G. L. (2013). *The logic of Japanese politics: Leaders, institutions, and the limits of change.* Columbia University Press.
- Cutting Edge, Social media: collaborative projects. (Erişim Tarihi 22.03.2016).
[Http://Serc.Carleton.Edu/Nagtworkshops/Undergraduate_Research/Collaborate.Html](http://Serc.Carleton.Edu/Nagtworkshops/Undergraduate_Research/Collaborate.Html)
- Çaha, Ö.; Toprak, M. ve Dalmış, İ. (1996). Siyasal parti üyelerinde siyasal katılım düzeyi: Kırıkkale örneği. *Yeni Türkiye Dergisi*, 9, 205-247.
- Çaha, Ö. (Ed.). *Türkiye'de seçmen davranışı ve siyasal partiler.* Ankara: Orion.
- Çam, E. (2002). *Siyaset bilimine giriş.* İstanbul: Der.
- Çavdar T. (2004). *Türkiye'nin demokrasi tarihi 1950'den günümüze.* Ankara: İmge Kitabevi.
- Çetin, H. (2003). *İnsan ve siyaset: siyasetin psikolojik temelleri.* Ankara: Siyasal.
- Çukurçayır, M. (2000). *Siyasal katılma ve yerel demokrasi.* Ankara: Yargı.
- Çukurçayır, M. (2002). *Siyasal katılma ve yerel demokrasi: küreselleşme sürecinde yurttaş, yönetim, siyaset.* Konya: Çizgi.
- Dağıtmaç, M. (2015). Sosyal medya tercihlerinde kullanıcıyı etkileyen faktörler. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi.
- Dahl, A. R. (1994). *Demokrasi ve eleştirileri.* (Çev. L. Köker). Ankara: Yetkin.
- Dahlberg, L. (2001). The Internet and democratic discourse: Exploring the prospects of online deliberative forums extending the public sphere. *Information, Communication & Society*, 4(4), 613-633.
- Dahlgren, P. (2005). The Internet, public spheres, and political communication: dispersion and deliberation. *Political communication*, 22(2), 147-162.
- Dahlgren, P. (2009). *Media and political engagement.* Cambridge: Cambridge University Press.
- Daver, B. (1993). *Siyaset bilimine giriş.* Ankara: Siyasal.
- Davis, R. (2009). *Typing politics: The role of blogs in American politics.* Oxford University Press.

- Davis, R. 1999. *The web of politics: the internet's impact on the americian political system*. New York: Oxford University Press.
- Deibert, R.; Palfrey, J.; Rohozinski, R.; Zittrain, J. & Stein, J. G. (2008). *Access denied: The practice and policy of global internet filtering*. Mit Press.
- Delli Carpini, M. X. (2000). Gen. com: Youth, civic engagement, and the new information environment. *Political communication*, 17(4), 341-349.
- Demir, N. (2010). Demokrasinin temel ilkeleri ve modern demokrasi kuramları. *Ege Akademik Bakış Dergisi*. 10(2). 597-611
- Di Gennaro, C. & Dutton, W. (2006). The Internet and the public: Online and offline political participation in the United Kingdom. *Parliamentary Affairs*, 59(2), 299-313.
- Diamond, L. J. & Plattner, M. F. (1995). *Demokrasinin küresel yükselişi*. Yetkin.
- Dilber, F. (2012). Seçmenlerin kitle iletişim araçlarından aldığı siyasal içerikli bilgilerden etkilenme düzeyi; Karaman ili seçmenleri üzerine bir alan araştırması. *E-Journal of New World Sciences Academy 2012*, Volume: 7, Number: 3
- Dilmen, N. E. ve Ögüt, S.(2010) “ Sosyalleşmenin yeni yüzü: sosyal paylaşım ağları”. *Yeni Medya Ve Etkileşim Konferansı Bildiri*
- DiMaggio, P.; Hargittai, E.; Celeste, C. & Shafer, S. (2004). From unequal access to differentiated use: A literature review and agenda for research on digital inequality. *Social inequality*, 355-400.
- Dimitrova, D. V.; Kaid, L. L.; Williams, A. P. & Trammell, K. D. (2005). War on the Web the immediate news framing of Gulf War II. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 10(1), 22-44.
- Domenach, J. M. (1995). *Politika ve propaganda*. (Çev. T. Yücel). İstanbul: Varlık.
- Durdu, Z. (2013). *Türkiye 'de siyasal kültürü anlamak*. Ankara: Kadim.
- Dursun, D. (2006). *Siyaset bilimi*. İstanbul: Beta Basım.
- Dursun, D. ve Altunoğlu, M. (Eds.)(2013). *Siyaset bilimi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Yayınları.
- Duverger, M. (1975). *Siyaset sosyolojisi*. (Çev: Ş. Tekeli). İstanbul: Varlık.

- Elbaşı, G. (2015). Sosyal medyada pazarlama: sosyal medyada kullanıcı motivasyonunun üniversite öğrencilerinin sosyal medya pazarlama algısına ilişkin bir uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Ellison, N. B. (2007). Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Ellison, N. B.; Steinfield, C. & Lampe, C. (2007). The benefits of facebook friends: social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168.
- Else, L. (2012). The revolution will be tweeted. *Science in Society*, 2850.
- Erdoğan, M. (1999). *Anayasal demokrasi*. Ankara: Siyasal.
- Fenster, M. (2012). Disclosure's effects: WikiLeaks and transparency. *Iowa Law Review*, 97(3), 753-807.
- Fichter, J. (1992). Sosyoloji nedir?. (Çev: N. Çelebi). Konya: S.Ü. Fen Edeb. Fak. Yay.
- Firestone, C. M. & Clark, C. H. (1995). Democratic values in the new media age.
- Foot, K. A.; Schneider, S. M. ve Dougherty, M. (2007). Online structure for political action in the 2004 US congressional electoral web sphere. *The internet and national elections: A comparative study of web campaigning*, 2, 92.
- Friedman, M. & Friedman, R. (1988). Kapitalizm ve özgürlük. (Çev: D. Erberk ve N. Himmetoğlu). *İstanbul: Altın Kitaplar*.
- Godwin-Jones, R. (2003). Emerging technologies. *Language Learning & Technology*, 7(2), 12-16.
- Goldstein, J. (2007). The role of digital networked technologies in the Ukrainian Orange Revolution. *SSRN Electronic Journal*, 21.
- González-Bailón, S.; Borge-Holthoefer, J. & Moreno, Y. (2013). Broadcasters and hidden influentials in online protest diffusion. *American Behavioral Scientist*, 57(7), 943-965. <http://dx.doi.org/10.1177/0002764213479371>.
- Gözler, K. (2001). *Anayasa hukukuna giriş: genel esaslar ve türk anayasa hukuku*. Bursa: Ekin Kitabevi.
- Gueorguieva, V. (2008). Voters, Myspace, and Youtube the impact of alternative communication channels on the 2006 election cycle and beyond. *Social Science Computer Review*, 26(3), 288-300.

- Gülmen, Y. (1979). *Türk seçmen davranışında ekonomik ve sosyal faktörlerin rolü 1960-1970*. İstanbul: Güryay.
- Güney, S. (2015). Sosyal medyada yer alan pazarlama faaliyetlerinin toplum üzerindeki etkileri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Beykent Üniversitesi.
- Güz, N. (1995). “Siyasal tercihleri belirlemede kitle iletişim araçlarının rolü”. *Amme İdaresi Dergisi*, 28, S. 1, Ankara.
- Habermas, J. (2002). *Öteki olmak, ötekiyle yaşamak*. (Çev: İ. Ak). İstanbul: Yky.
- Hacker, K. L. & van Dijk, J. (Eds.). (2000). *Digital democracy: Issues of theory and practice*. Sage.
- Hafner, K. (2001). *The well: a story of love, death & real life in the seminal online community*. Avalon Publishing Group.
- Hague, B. N. & Loader, B. D. (Eds.). (1999). *Digital democracy*. London: Routledge.
- Halpern, D. & Gibbs, J. (2013). Social media as a catalyst for online deliberation? Exploring the affordances of Facebook and YouTube for political expression. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 1159-1168.
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı-bir alan çalışması. *İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi*, 32.
- Heywood, A. (2006). *Siyaset*, (Çev: B. Özipek, B. Şahin, M. Yıldız, Z. Kopuzlu, B. Seçilmişoğlu). Ankara: Liberte.
- Himmelboim, I.; Gleave, E. & Smith, M. (2009). Discussion catalysts in online political discussions: Content importers and conversation starters. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 771-789.
- Himma, K. E. (2005). Hacking as politically motivated digital civil disobedience: Is Hactivism hactivism morally justified?. *SSRN eLibrary*.
http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=799545 (Erişim Tarihi: 04.03.2016)
- Hindman, M. (2009). *The myth of digital democracy*. New Jersey: Princeton.
- Honey, C. & Herring, S. C. (2009). Beyond microblogging: Conversation and collaboration via Twitter.. *42nd Hawaii International Conference on*, S. 1-10.
- Hood, C. (2011). Commentary from FOI world to WikiLeaks world: A new chapter in the transparency story?. *International Journal*, 24, 635–638.

- Illia, L. (2003). Passage to cyberactivism: How dynamics of activism change. Journal of influentials in online protest diffusion. *Journal of E-Politics*, 1(1), 73–87.
- Joyce, M. C. (Eds.). (2010). *Digital activism decoded: The new mechanics of change*. IDEA.
- Kahraman, A.B. (2002). Siyasal katılıma etki eden sosyolojik faktörler (Isparta uygulaması). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Kahraman, M. (2010). *Sosyal medya 101*. İstanbul: Mediacat.
- Kalaycıoğlu, E. (1983). *Karşılaştırmalı siyasal katılma siyasal eylemlerin kökenleri Üzerine bir inceleme*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları
- Kalaycıoğlu, E. (1984). *Çağdaş siyasal bilim*. İstanbul: Beta.
- Kalender, A. (2005). *Siyasal iletişim: seçmenler ve ikna stratejileri*. Konya: Çizgi.
- Kapani, M. (2005). *Politika bilimine giriş*. Ankara: Bilgi.
- Kaplan, A.M. & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons* , 53(1), 59-68.
- Karaçor, S. (2006). Siyasal katılım açısından siyasal pazarlama ve seçim kampanyalarının önemi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Bilimleri Dergisi*, 25, 81-93.
- Kasap, D. G. (2012). Sanal iletişim ortamlarının katılımcı demokrasi süreçlerine Etkisi: web temelli forum, toplumsal paylaşım ağı ve üç boyutlu sanal dünyalarda gerçekleşen tartışma etkinlikleri üzerine bir araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Kerbel, M. R. & Bloom, J. D. (2005). Blog for America and civic involvement. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 10(4), 3-27.
- Kışlalı, A. T. (2003). *Siyasal sistemler siyasal çatışma ve uzlaşma*. Ankara: İmge.
- Kışlalı, A.T. (2005). *Siyaset bilimi*. Ankara: İmge.
- 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.
- Kolbitsch, J. & Maurer, H. A. (2006). The Transformation of the Web: How Emerging Communities Shape the Information we Consume. *J. UCS*, 12(2), 187-213.
- Kongar, E. (1972). *Toplumsal değişme*. Ankara: Bilgi.

- Köksoy, E. (2008). İnternetin siyasal iletişim aracı olarak kullanımı (iktidar ve anamuhalefet partilerinin web sayfaları analizi). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi.
- Krueger, B. S. (2005). Government surveillance and political participation on the Internet. *Social science computer review*, 23(4), 439-452.
- Lariscy, R. W.; Avery, E.; Johnson, D. & Sweetser, P. H. (2009). Research in brief an examination of the role of online social media in journalists source mix. *Public Relationsreview*, Sayı: 35.
- Lester, D. H. (2012). Social Media: Changing Advertising Education. *Online Journal of Communication And Media Technologies*, 2 (1), January.
- Levenshus, A. (2010). Online relationship management in a presidential campaign: A case study of the Obama campaign's management of its internet-integrated grassroots effort. *Journal of Public Relations Research*, 22(3), 313-335.
- Lev-On, A. (2011). Campaigning online: Use of the Internet by parties, candidates and voters in national and local election campaigns in Israel. *Policy & Internet*, 3(1), 1-28.
- Lister, M. (2009). *New media: A critical introduction*. Taylor & Francis.
- Livingstone, S.; Bober, M. & Helsper, E. J. (2005). Active participation or just more information? Young people's take-up of opportunities to act and interact on the Internet. *Information, Community & Society*, 8(3), 287-314.
- Lupia, A. & Sin, G. (2003). Which public goods are endangered?: How evolving communication technologies affect the logic of collective action. *Public Choice*, 117(3-4), 315-331.
- Lutz, M. (2009). The social pulpit. *Barack Obama's social media toolkit*. Edelman.
- Margolis, M. & Resnick, D. (2000). *Politics as usual: The Cyberspace Revolution*. Sage Publications.
- Marx, G. T. (1988). *Undercover: police surveillance in America*. University of California Press.
- Medina, S. P. R. R. K. V. R. (2010). Online video "friends" social networking: Overlapping online public spheres in the 2008 U.S. presidential election. *Journal of Information Technology & Politics*, 7(2-3), 182-201.
- Milbrath, L. W. (1965). *Political participation*. Chicago: Rand McNally & Company.

- Mosca, L. (2010). From the streets to the net? The political use of the internet by social movements. *International Journal of E-Politics (IJEP)*, 1(1), 1–21, <http://dx.doi.org/10.4018/jep.2010102201>.
- Negroponte, N. (1996). *Being digital*. Vintage.
- Nie, N. H.; Verba, S. & Converse, P. E. (1989). *Siyasal katılma kamuoyu ve oy verme davranışı*. Siyasi İlimler Türk Derneği.
- Nie, N. H. (2001). Sociability, interpersonal relations, and the Internet: Reconciling conflicting findings. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 419-435.
- Nie, N. & Erbing, L. (2000). Study offers early look at how Internet is changing daily life. *Institute for the Quantitative Study of Social Science, Stanford, CA*.
- Norris, P. (2000). *A virtuous circle: Political communications in postindustrial societies*. Cambridge University Press.
- Norris, P. (2001). *Digital divide: Civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide*. Cambridge University Press.
- Norris, P. (2002). *Democratic phoenix: Reinventing political activism*. Cambridge University Press.
- Noveck, B. S. (2000). Paradoxical partners: Electronic communication and electronic democracy. *Democratization*, 7(1), 18-35.
- Ozankaya, Ö. (1971). Köyde toplumsal yapı ve siyasal kültür. *Amme İdaresi Dergisi*, 4, S. 1, Ankara.
- Ozankaya, Ö. (1977). *Toplum bilimine giriş*. Ankara: Ankara Üniversitesi Sbf Yayınları.
- Öz, E. (1992). *Tek parti yönetimi ve siyasal katılım*. Ankara: Gündoğan.
- Özbudun, E. (1975). *Türkiye’de sosyal değişme ve siyasal katılma*. Ankara: Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları.
- Özer, İ. ve Meder, M. (2008). *Siyasal katılma ve seçmen davranışı*. İstanbul: Ege.
- Özkan, A. (2004). *Siyasal iletişim: partiler, seçimler, stratejiler...* Nesil Yayınları.
- Özkul, M. ve Tatar, T. (1997). *Kurumlar sosyolojisi ders notları*. Isparta
- Öztekin, A. (2003). *Siyaset bilimine giriş*. Ankara: Siyasal.
- Passant, A.; Hastrup, T.; Bojars, U. & Breslin, J. (2008). Microblogging: a semantic web and distributed approach. *4th Workshop on Scripting for The Semantic Web (Sfsw 2008), in Conjunction with Eswc, 1-12*.

- Patterson, A. (2012). Social networkers of the world, unite and take over: a metaintrospective perspective on the facebook brand. *Journal of Business Research*, 65(4), 527-534.
- Phillips, S. (2007). A brief history of facebook. *The Guardian*, 25.
- Pitta, D.A. & Fowler, D. (2005). Internet Community Forums: An Untapped Resource for Consumer Marketers. *Journal of Consumer Marketing*, 3(4), 326–337. <http://dx.doi.org/10.1002/pa.161>.
- Polat, R. K. (2005). The Internet and political participation exploring the explanatory links. *European journal of communication*, 20(4), 435-459.
- Rapaport, R. (2000), “Net vs. Norm”, *Forbes*, 29.05.2000, <http://www.forbes.com/asap/2000/0529/053.html> (Erişim Tarihi: 29 Mart 2016).
- Richardson, W. (2009). *Blogs, wikis, podcasts and other powerful web tools for classrooms*. Usa: Corwin Press, A Sage Company.
- Rigby, B. (2008), *Mobilizing generation 2.0: a practical guide to using web 2.0 technologies to recruit, organize and engage youth*. Usa: San Francisco, Jossey-Bass.
- Roda, C. & Perry, S. (2014). Mobile phone infrastructure regulation in Europe: Scientific challenges and human rights protection. *Environmental Science & Policy*, 37, 204-214.
- Romm Livermore, C. (Ed.). (2008). *Social Networking Communities and E-Dating Services: Concepts and Implications: Concepts and Implications*. IGI Global.
- Safko, L. & Brake, D.K. (2009). *The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Salter, L. (2003). Democracy, new social movements, and the internet. *Cyberactivism: Online activism in theory and practice*, 117-144.
- Saphiro, A. L. (2002). İnternet demokratik mi? Hem evet hem hayır. *Cogito Dergisi-İnternet: Üçüncü Devrim*.
- Saravanakumar, M. & Suganthalakshmi, T. (2012). Social media marketing. *Life Science Journal*, 9(4), 4444-4451.
- Sarıbay, A. Y. (1994). *Siyasal sosyoloji*. İstanbul: Der.
- Sartori, G. (1993). *The theory of democracy*. Chatham House. London.

- Schlozman, K. L.; Verba, S. & Brady, H. E. (2010). Weapon of the strong? Participatory inequality and the Internet. *Perspectives on Politics*, 8(02), 487-509.
- Schmidt, A. G. (2002). *Demokrasi kuramlarına giriş*. (Çev: M. E. Köktaş). Ankara: Vadi.
- Schmitt-Beck, R. & Mackenrodt, C. (2010). Social networks and mass media as mobilizers and demobilizers: A study of turnout at a German local election. *Electoral studies*, 29(3), 392-404.
- Schweitzer, E. J. (2008). Innovation or normalization in e-campaigning? A longitudinal content and structural analysis of German party Websites in the 2002 and 2005 national elections. *European Journal of Communication*, 23(4), 449-470.
- Scott, P.R. & Jacka, J. M. (2013). *Sosyal medya kurumsal yönetim ve risk rehberi*. Türkiye İç Denetim Enstitüsü Yayınları. (Çev: T. Bozbey).
- Selçuk, S. (1999). *Demokrasiye doğru*. Ankara: Yeni Türkiye.
- Shah, D. V.; Cho, J.; Eveland, W. P. & Kwak, N. (2005). Information and expression in a digital age modeling Internet effects on civic participation. *Communication research*, 32(5), 531-565.
- Shah, D. V.; McLeod, J. M. & Yoon, S. H. (2001). Communication, context, and Community an exploration of print, broadcast, and internet influences. *Communication Research*, 28(4), 464-506.
- Shively, W. P. (1991). Power and choice, London. S.55'ten Akt. Yılmaz, A. (2003). *Çağdaş siyasal akımlar*. Ankara: Vadi.
- Simon, L. D.; Corrales, J. & Wolfensberger, D. R. (2002). *Democracy and the Internet: allies or adversaries?*. Woodrow Wilson Center Press.
- Sitembölükbaşı, Ş. (2001). *Parti seçmenlerinin siyasal yönelimlerine etki eden sosyoekonomik faktörler*. Ankara: Nobel.
- Small, T. A. (2011). What the hashtag? A content analysis of Canadian politics on Twitter. *Information, Communication & Society*, 14(6), 872-895.
- Smith, A. & Duggan, M. (2012). Online political videos and campaign 2012. *Pew Internet & American Life Project*.
- Static Brain. (11 Temmuz 2014). Twitter statistics. (Erişim Tarihi: 15 Mart 2016). [Http://Www.Statisticbrain.Com/Twitter-Statistics/](http://www.Statisticbrain.Com/Twitter-Statistics/)

- Stromer-Galley, J. (2000). On-line interaction and why candidates avoid it. *Journal of Communication*, 50(4), 111-132.
- Tambini, D. (1999). New media and democracy the civic networking movement. *New media & society*, 1(3), 305-329.
- Tatar, T. (1997). *Siyaset sosyolojisi*. İstanbul: Turan.
- Tedesco, J. C. (2007). Examining Internet interactivity effects on young adult political information efficacy. *American Behavioral Scientist*, 50, 1183 – 1194.
- Tokgöz, O. (2008). *Siyasal iletişimi anlamak*. Ankara: İmge.
- Tolbert, C. J. & McNeal, R. S. (2003). Unraveling the effects of the Internet on political participation?. *Political research quarterly*, 56(2), 175-185.
- Topbaş, H. (2009). David easton'un siyaset sistem teorisi bağlamında Türkiye'de siyaset iletişim ve siyaset katılma (Erzurum seçmeni üzerinde bir araştırma). Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Tosun, G. E. (2001). *Demokratikleşme perspektifinden devlet-sivil toplum ilişkisi: Türkiye örneği*. Alfa.
- Tosun, N. B. (2010). *İletişim temelli marka yönetimi*. İstanbul: Beta.
- Tunca, S. (1996). *Parti içi demokrasi ve türkiye*. Ankara: Gündoğan.
- Turan, E. (2011). *Siyaset bilimine giriş*. Konya: Palet Yayınları
- Turan, İ. (1996). *Siyaset sistem ve siyaset davranış*. İstanbul: Der.
- Turan, İ. (2000). "Türkiyede Siyaset Kültürün Oluşumu", *Türkiyede politik değişim ve modernleşme*. (Eds). İstanbul: Alfa Basım.
- Türkkahraman, M. (2000). Türkiye'de siyaset sosyalleşme siyaset sembolizm. İstanbul: Birey.
- Türköne, M. (2003). *Siyaset*. Ankara: Lotus.
- Uysal, B. (1984). *Siyaset katılma ve katılma davranışı üzerinde ailenin etkisi*. Ankara.
- Üzütü, F. (2004). *Siyaset iletişim yöntemi*. İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Van Deth, J. W. (2008). Participation, Political. *Encyclopedia of Political Communication*, 1-2, California: Sage Publications. 531-533.
- Van Dijk, J. (2006). *The network society: Social aspects of new media*. London: Sage.
- Van Dijk, J. (2009). Users like you? Theorizing agency in user-generated content. *Media, culture, and society*, 31(1), 41.

- Van De Donk, W.; Loader, B. D.; Nixon, P. G. & Rucht, D. (Eds.). (2004). *Cyberprotest: New media, citizens and social movements*. Routledge.
- Velasquez, A. (2012). Social media and individual and collective activism: the role of interdependence and online political efficacy. Doktora Tezi. ABD: Michigan State University.
- Vergeer, M.; Hermans, L. & Sams, S. (2011). Is the voter only a tweet away? Micro blogging during the 2009 European Parliament election campaign in the Netherlands. *First Monday*, 16(8).
- Vergeer, M. (2012). Politics, elections and online campaigning: Past, present... and a peek into the future. *New Media & Society*.
- Vitak, J.; Zube, P.; Smock, A.; Carr, C. T.; Ellison, N. & Lampe, C. (2011). It's complicated: Facebook users' political participation in the 2008 election. *CyberPsychology, behavior, and social networking*, 14(3), 107-114.
- Wall, M.A. (2007). Social movements and email: Expressions of online identity in the globalization protests. *New Media & Society*, 9(2), 258-277, <http://dx.doi.org/10.1177/1461444807075007>.
- Ward, S. & Gibson, R. (2009). European political organizations and the Internet. Mobilization, participation and change. *Routledge handbook of Internet politics*, 25-39.
- Warren, A.M., Sulaiman, A., & Jaafar, N. (2014). Understanding civic engagement behavior on Facebook from a social capital theory perspective. *Behavior and Information Technology*, 34(2), 1-13.
- Wattal, S.; Schuff, D.; Mandviwalla, M. & Williams, C. B. (2010). Web 2.0 and politics: the 2008 US presidential election and an e-politics research agenda. *Mis Quarterly*, 34(4), 669-688.
- Weber, L. M.; Loumakis, A. & Bergman, J. (2003). Who participates and why? An analysis of citizens on the Internet and the mass public. *Social Science Computer Review*, 21(1), 26-42.
- Wellman, B., H.; Witte, J. & Hampton, K. (2001). Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital? Social networks, participation, and community commitment. *American behavioral scientist*, 45(3), 436-455.

- Williams, C. B. & Gulati, G. J. (2007). Social networks in political campaigns: Facebook and the 2006 midterm elections. In *annual meeting of the American Political Science Association*.
- Wright, S. (2012). Politics as usual? Revolution, normalization and a new agenda for online deliberation. *New Media & Society*, 14(2), 244-261.
- Wu, S.; Hofman, J. M.; Mason, W. A. & Watts, D. J. (2011). Who says what to whom on twitter. In *Proceedings of the 20th international conference on World wide web* (S. 705-714). ACM.
- Yayla, A. (1999). *Liberalizm*. Ankara: Liberte.
- Yücekök, A. N. (1987). *Siyaset'in toplumsal tabanı (siyaset sosyolojisi)*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Ve Basın-Yayın Yüksekokulu Basımevi.
- Zarella, D. (2010). *The social media marketing book*. California: O'reilly Media.
- Zürcher, E. J. (2003). *Modernleşen türkiye'nin tarihi*. İstanbul: İletişim.