

Başvuru Tarihi: 29.11.2016 **Received Date:** 29.11.2016

Yayına Kabul Tarihi: 18.01.2017 **Accepted Date:** 18.01.2017

Yayınlanma Tarihi: 30.01.2017 **Published Date:** 30.01.2017



akademia

SİYASAL KATILIM DÜZEYİ VE SİYASAL TOPLUMSALLAŞMA ARAÇLARINA YÖNELİK GÜVEN ÖLÇÜMÜ: KOCAELİ İLİ ÜZERİNE AMPİRİK BİR ÇALIŞMA

Öz

Bu makale, Kocaeli'nin Yahya Kaptan ve Fatih mahallelerinde yaşayan bireylerin siyasal toplumsallaşma araçlarına yönelik duydukları güven düzeyi ile siyasal katılım tür ve düzeylerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırma konusu; siyasal katılım tür ve düzeylerinde belirleyici unsurlardan biri olan "güven" kavramı çerçevesinden sınırlandırılmaktadır. İnsanların içinde bulunduğu topluma ve siyasal toplumsallaşma araçlarına duydukları güven doğrultusunda siyasal katılım düzeylerinin düşük veya yüksek oranda gerçekleştiği; farklı sosyo demografik özelliklerin farklı siyasal ilgi ve katılım düzeyine neden olduğu varsayılmaktadır. Bu varsayımlar doğrultusunda güven düzeyi ile siyasal katılım düzeyi arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışılmakta; mahallere göre siyasal ilgi ve katılım düzeyleri arasındaki benzerlik ve farklılıklarla ortaya koyulmaktadır. Araştırma doğrultusunda 356 kişiye yüz yüze anket formu uygulanarak sorular yöneltilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Siyasal Toplumsallaşma ve Katılım, Kanaat Önderleri, Sivil Toplum Örgütleri, Yeni Medya, Güven, Siyasal İletişim.

THE MEASUREMENT OF RELIANCE FOR THE POLITICAL PARTICIPATION LEVEL AND FOR THE MEANS OF POLITICAL SOCIALISATION: AN EMPIRICAL STUDY ON THE PROVINCE OF KOCAELİ

Abstract

This article aims to reveal the level and type of political participation as well as the reliance level for the means of participation in politics. The study was applied to Yahya Kaptan and Fatih, which is a region in the province of Kocaeli. The article is limited with the concept of "reliance", one of the determiners of the type and level of political participation. It has been assumed that people have low or high level of participation according to their reliance level for the society they are in and for the means of political socialisation. Later, their political interest and participation level are revealed. . Through this assumptions, it was aimed to find out the relationship between the reliance level and political participation level. After that, it is attempted to find out the similarities and differences among neighbourhoods. In this study, 356 people were asked questions via face to face survey form.

Keywords: Political Socialisation And Participation, Opinion Leaders, Non-Governmental Organization, New Media, Reliance, Political Communication.

Giriş

Siyasal toplumsallaşma, bireylerin içinde bulunduğu siyasal toplumla benzeşme ve bütünleşmesini açıklayan bir süreçtir. Bu süreçte siyasete ilişkin algı, tutum ve davranışlar bireylerin içinde bulunduğu siyasal ve toplumsal sistemle şekillenmektedir. Siyasal tutum ve kanaatlerin oluşmasında aile, arkadaş okul çevresinden eğitim sistemine; yasal düzenlemelerden din, kültür ideolojinin belirlediği düşünce sistemine kadar birçok faktör etkili olmaktadır. Siyasal toplumsallaşma, siyasal olaylar karşısında takınılan davranışı yani siyasal katılmayı biçimlendirmektedir. Siyasal katılım, siyasal sistem içerisinde bireylerin o sisteme dahil olmak ve etkide bulunmak için yaptıkları veya yapmadıkları tüm çaba ve girişimleri kapsamaktadır. Katılım; siyasal içerikli olay veya kişiler hakkında haber izleme gibi basit bir ilgi duymadan, siyasal partiye üye olma ve parti adına aktif çalışmaya kadar farklı düzeylerde gerçekleşmektedir. Siyasal katılım düzeyi, toplumdan topluma olduğu gibi aynı toplum içerisinde bireyden bireye de farklılık göstermektedir. Siyasal katılım düzeylerindeki farklılıkta sosyo-demografik özellikler, ekonomik sıkıntılar, farklı ilgi düzeyleri gibi birçok etken rol oynamaktadır. Çalışmada “güven” kavramı çerçevesinden siyasal toplumsallaşma ve siyasal katılım konusu incelenmektedir. Güven; iletişimin her tür ve düzeyinin temel yapı taşlarından biri olarak kabul edilmektedir. İnsanların güven duymadan diğerleriyle iletişimde ve paylaşımda bulunması, ilişki geliştirmesi, toplumun bir parçası olarak toplumla bütünleşmesi ve eylemde bulunması olası kabul edilmemektedir.

Çalışmada öncelikle, araştırmaya katılanların politik aktör, sivil toplum örgütleri, kanaat önderleri, kitle iletişim araçları gibi siyasal toplumsallaşma araçlarına yönelik güven düzeyleri ortaya çıkarılmıştır. Daha sonra katılımcıların siyasi parti ve sivil toplum örgütü üyeliklerine; siyasi parti adına oy toplama, başkalarını ikna etme gibi aktif çalışmalarına; sosyal medyada ve sosyal medya dışında herhangi bir konuda imza kampanyası, protesto, boykot veya eyleme katılıp katılmadıklarına yönelik sorularla siyasal katılım düzeyleri ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırmaya katılanların siyasal ve toplumsal konulara karşı talep, eleştiri ve tepkilerini yöneltme ve eyleme geçebilme potansiyellerine yönelik sorularla, siyasal toplumsallaşma konusunun bütüncül olarak incelenmesi amaçlanmıştır. Geleneksel medyanın yanı sıra internet ve yeni iletişim teknolojilerinin siyasal katılımı artırıcı etki sunduğu ve demokrasiyi geliştirdiği yönündeki tartışmalarının sürdüğü günümüzde siyasal katılım aracı olarak sosyal medyanın kullanım düzeyi ve güvenilirliğinin de ortaya koyulması çalışmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır. Farklı sosyo-demografik özelliklerin farklı siyasal katılım düzeyi ve türlerine neden olduğu varsayılmaktadır. Çalışmanın bir diğer varsayımı ise siyasal toplumsallaşma araçlarına karşı duyulan güvenin, siyasal katılım tür ve düzeyinde etkili olduğudur. Bu amaç ve varsayımlar doğrultusunda niceliksel çalışma yöntemi kullanılarak Kocaeli'nin iki farklı sosyo ekonomik bölgesi olan Yahya Kaptan ve Fatih mahallelerinde 356 kişi ile anket yapılmıştır. Anket sonucu elde edilen tüm veriler SPSS- (Statistical Package for Social Sciences) for Windows 22.0 programı kullanılarak değerlendirilmiştir.

1. Siyasal Toplumsallaşma Olgusu ve Araçları

İnsanların da tıpkı toplumlar gibi varlıklarını devam ettirebilmeleri için kendilerini yeniden üretmeleri, belirli etkinlikleri yinelemeleri ve davranış biçimlerini kuşaktan kuşağa aktarmaları gerekmektedir (Kaya, 1985,17). Toplumsallaşmanın bir bölümünü oluşturan siyasal toplumsallaşma; siyasal inanç, değer ve davranışların birey tarafından benimsenmesi veya toplum tarafından bireye öğretilmesi olarak tanımlanmaktadır (Kışlalı, 2008, 118). Bireyler, bir taraftan öğrenme süreci içerisinde zamanla siyasal değer, inanç ve tutumlarını geliştirmekte diğer yandan ise içinde yaşadığı siyasal kültürün değer yargıları, anlayışlar, davranış kuralları çerçevesinde siyasallaşmaktadır (Bektaş, 2007, 69). Siyasal toplumsallaşma, toplumun kendisini bireyde sürdürmesinin bir yoludur. Siyasal davranışın sosyal süreçler tarafından şartlandırılışı ikisi arasındaki uyumu zorunlu kılmaktadır. Toplumsal talepler, baskılar, sınırlar siyasal davranış üstünde kendisini hissettirmektedir ve siyasal davranış toplum ile bütünleşmeyi sağlamaktadır (Baykal, 1970, 150). Siyasal toplumsallaşma zorunlu ve olağan bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tutum ve kanaatlerin oluşmasında, siyasal kamunun örgütlenmesinde ve bireylerin harekete geçmesinde birçok faktör rol oynamaktadır. Kalender'in, siyasal tercihler üstünde etkili olan faktörleri incelediği çalışmasında üç temel teori ön plana çıkmaktadır. Sosyolojik teoriye göre seçmenler grup bağları ve dini inançları doğrultusunda hareket etmekte; psikolojik teoride ise seçmenler, küçük yaşlarda herhangi bir partiye karşı olumlu tutum beslemekte ve hayatları boyunca özdeşleştikleri partiden vazgeçmemektedir. Rasyonel teoriye göre ise seçmenler, kendi amaç ve isteklerini ön planda tutmakta, ekonomik menfaatlerine uyan, bu doğrultuda hareket edebilecek partilere yönelmektedir (Kalender, 2000, 227). Birey içinde yaşadığı toplumdan ve toplumsal gruplardan kaçınılmaz olarak etkilenmektedir. Aile, okul, arkadaş çevresi birincil gruplar ile sosyal, ekonomik ve siyasal amaçlar etrafında örgütlenen siyasal parti, sendika dernekler gibi ikincil gruplar bireylerin kanaatlerinin yönlendirilmesinde büyük bir öneme sahiptir (Atabek ve Dağtaş, 1998, 221). Kişinin toplum içindeki yeri, topluma hakim olan ideoloji, demografik yapı, kültür, din, kitle iletişim araçları ve sosyal ve siyasal kurumlar bireyin kanaatlerini büyük ölçüde şekillendirmektedir (Childs'den aktaran Bektaş, 2007, 75). Kişilerin algısı, sahip olduğu değer yargıları, kızgınlığı, öfkesi, bunalımı veya bıkkınlığı da kişisel kanaat ve tutumların oluşmasında etkili olmaktadır (Bektaş, 2007, 72). Siyasal insan tüm bu içsel ve dışsal faktörlerin bileşimi olarak şekillenmektedir. Bunlarla birlikte tutum ve kanaatlerin oluşmasında, davranışların yönlendirilmesinde siyasal iletişim araç ve teknikleri de önemli bir işlev üstlenmektedir.

Siyasal toplumsallaşma ve siyasal iletişim kavramları etkileşim içinde ve birbiriyle ilintili kavramlar olarak ortaya çıkmaktadır. Toplumsallaşma konusu kültürlenme ve eğitim gibi bir tür "ikna" olarak kabul edilmektedir (Anık, 2000, 28). Siyasetin özünde iletişim, iletişimin özünde de ikna etme ve karşılıklı etkileme amacına yönelik bilgiyi iletme bulunmaktadır. Siyasal mücadele, çeşitli düşüncelerin ve farklı isteklerin çoğulcu yapı içinde çarpışmasına dayandığı ölçüde meşru kabul edilmektedir (Yavaşgel, 2004, 1). Bu bağlamda siyasal iletişim, siyasal meşruiyetin sağlanmasının harcı olarak işlev görmektedir (Köker, 1998, 20). Toplumsal uzlaşmaya varma yollarını ve tarzlarını sorun etmektedir (Yavaşgel, 2004, 144). Siyaset ile iletişim bilimi arasında köprü kuran siyasal iletişim; siyasal topluluğun düşünme ve inanma biçimlerini, etkilenme tarzlarını ve karşı koyma tutumlarını açıklayan "kamuoyu"nu yeniden tanımlama çabası olarak ele alınmaktadır (Köker, 1998, 22). Siyasal kamunun toplumsal iletişim ve kanı üretme araçları içerisinde; kitle iletişim araçları başta olmak üzere yerel ve merkezi parlamentolar, siyasal partiler, sivil toplum örgütleri, baskı grupları, kanaat önderleri yer almaktadır (Yavaşgel, 2004, 51). Aziz bu aktörlere yasadışı terör grupları ile sivil itaatsizlik aktörlerini de eklemiştir (Aziz, 2003, 17). Siyasal iletişim aktörleri olarak da kabul edilen bu aktörler, siyasal kanı ve tutumların oluşmasında rol oynamakta ve kamuoyunun davranışlarını yönlendirmektedir. Çalışmada bu aktörler içerisinde sadece kanaat önderleri, sivil toplum örgütleri, siyasal partiler ve kitle iletişim araçları ayrı başlık olarak ele alınmakta ve incelenmektedir.

1.1. Kamuoyu Oluşumunda Kişisel Etkiler ve Kanaat Önderleri

Kanaatlerin oluşmasında kanaat önderlerinin etkilerini araştıran birçok çalışma bulunmaktadır. Araştırmacılar, 1940 yılında yapılan oy verme araştırmasında iletişim araçlarından yayılan iletilerin önce kanaat önderlerine ulaştığını daha sonra ise bu liderlerin bilgiyi yorumlayarak arkadaş veya takipçilerine ulaştırdıklarını öne sürmüştür. Diğer insanlara göre çok daha fazla oranda medyayı takip eden kanaat önderlerine toplumun her düzeyinde rastlanmıştır. Araştırma sonucunda, siyasal tercihleri yönlendirmede kişisel etkilerin ve kanaat önderlerinin daha etkili olduğu bulgusuna ulaşılmıştır (Katz'dan aktaran Severin ve Tankard, 1994, 340). Bu çalışmadan sonra kanaat önderleri hakkında bir dizi araştırmalar daha yapılmış ve kanaat önderlerinin iknada daha etkili olduğu bulgusu desteklenmiştir. Sadece politikada değil, sağlık, pazarlama, moda gibi diğer alanlarda da kişisel etkinin kitlesel medyaya kıyasla ikna etme ve davranışa yönlendirmede daha etkili olduğu kanıtlanmıştır (Severin ve Tankard, 1994, 342).

Türkiye’de parti bağlılığının en keskin, en güçlü ve en kalıcı biçimde tesis edilebileceği faaliyet biçiminin yüz yüze ilişkiler olduğu; siyasal tercih ve davranışlarda grup bağlılığının ve arkadaşlık, dostluk akrabalık gibi birincil ilişkilerin çok önemli bir rol oynadığı ortaya çıkartılmıştır (Anık, 2000, 253). Kanaat önderi olan kişiler, doğal liderlik yeteneklerini haiz, çevrelerinde insanları toplayabilen, sözlerine itibar edilen kişilerdir. Evlerde, kahvehanelerde veya seçim bürolarında arkadaşlar arasında yapılan, sohbet havasında geçen toplantı ve ziyaretlerin de kamuoyunun oluşumunda katkısı olduğu ileri sürülmektedir (Anık, 2000, 254). Diğer iletişim türlerine göre daha samimi ve etkileşimli bir iletişim olanağı sunan yüz yüze iletişimde, mesajın kaynağını ikna edebilme kabiliyeti artmaktadır. Araya başka bir aracın girmediği yüz yüze iletişimde, geribildirim anında ortaya çıkmakta ve doğrudan alınmaktadır (Kalender, 2000, 111). İnsanlar bir olay karşısında, bilgisine, uzmanlığına ve kişiliğine saygı ve güven duydukları kişilerin düşüncelerine başvurmaktadır. Kişilerarasındaki etkileşim, bilgi ve görüş paylaşımı kaynağın özelliğine göre değişebilmektedir.

Düşünce lideri, fikir önderi olarak da adlandırılan kanaat önderleri belli bir grup veya topluluk içerisinde grup üyelerinin saygınlığını ve güvenini kazanan kişilerdir. Grup üyeleri belirli bir durum karşısında kanaat önderlerinin fikirlerinden yararlanarak, çevresindeki olayları yorumlamaktadır. Eski topluluklardan itibaren kanaat önderleri grubun en yaşlı kişisi, en bilge kişisi, filozoflar veya din adamları olagelmıştır. Günümüzde ise daha geleneksel yaşam sürdüren belirli bölgelerdeki aşiret liderleri, din adamları, toplum tarafından sevilen tanınan sanatçı, bilim insanı, hukukçu, yazar gibi ünlüler kanaat önderi olarak karşımıza çıkmaktadır. Kanaat önderleri, siyasal toplumsallaşmada siyasal aktörler tarafından kullanılmaktadır. Bu kişiler belirli bir durumda kanaatlerin oluşmasına yardımcı olmakta ve bir olay karşısında grup üyelerini belli bir davranışa yönlendirmektedir.

1.2. Kamuoyu Oluşumunda Siyasal Parti ve Liderler

Siyasal sistemler içerisinde vazgeçilmez bir yeri olan siyasi partiler belli bir siyasal amaç için bir araya gelmiş örgütlerdir (Aziz, 2003, 49). Siyasal iktidarı elde etmek ya da paylaşmak amacını güden, bir program etrafında toplanmış devamlı bir örgüte sahip kuruluşlardır. Siyasi iktidarı ele geçirmek veya iktidarı başka partilerle paylaşmak tüm partilerin ortak hedefidir (Kapani, 2010, 176). Siyasi partilerin, siyasal sistem içerisinde haber alma ve verme işlevleri bulunmaktadır. Hem iktidar hem de muhalefet partileri toplumu, iktidar faaliyetlerinden farklı yorumlamalarla haberdar etmektedirler. İktidar partileri çoğunlukla yaptıklarından söz ederken, muhalefet partileri de iktidara bitmek tükenmek bilmez toplum dileklerini götürerek, iktidarın yapamadıklarını tekrarlamaktadır (Çam, 2005, 427). Siyasal kararları etkilemek için kendi parti yandaşlarının eğilim ve sorunlarını yukarıya iletmekte, alınan siyasal kararların anlamını ve önemini kitlelere anlatmakta, yönetenler ile yönetilenler arasındaki boşluğu doldurmaktadır (Kışlalı, 2008, 293). Farklı özelliklere ve isteklere sahip seçmen kitlesinin, dağınık ve karmaşık halde bulunan istek, talep ve eleştirilerini birleştirerek siyasal sistemin devamlılığına ve kitlelerin bu sürece dahil olmasına katkı sunmaktadır.

Günümüzün başlıca siyasal katılma kanalı olan siyasi partiler; kitleleri eğitime, bilinçlendirme, seçmenleri harekete geçirme, daha aktif davranışa yöneltme, seçimlerde oy kullanmaya teşvik etme gibi rolleri bakımından da siyasal toplumsallaşmada etkin örgütler olarak karşımıza çıkmaktadır (Kapani, 2010, 182). Her siyasal parti; iktidara gelme, ülke yönetiminde söz sahibi olmak gibi ortak bir amaç doğrultusunda faaliyet göstermektedir. Siyasal partiler bu amaçlarına ulaşabilmek için seçmenlerin sempatilerini ve oylarını kazanmaya, örgütlerinin üye sayısını arttırarak partilerini büyümeye çalışmaktadırlar. Siyasal partilerin yönetilenleri çeşitli demokratik araçlarla “yönetime” dahil etmeye çalışması siyasal toplumsallaşmadaki “bütünleştirici ve uzlaştırıcı” rolünü göstermektedir. Çeşitli kanaat ve fikirlerin oluşumunda, seçmenlerin oy verme, protesto etme veya eyleme katılma gibi davranışlara yönlendirilmesinde etkili olan siyasal liderler siyasal toplumsallaşmada en önemli araçlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. İdeolojilerin ve partiler arasındaki farklılıkların giderek azaldığı; imaj, görüntü ve

görselliğin ön plana çıktığı günümüzde siyasal partiler, genel başkanları yani liderleri etrafında görünür ve işler kılınmaktadır. Genel başkanın, siyasal liderlerin karizma, güvenilirlik zeka gibi kişisel özellikleri ile söz ve eylemleri siyasal toplumsallaşmada etkili olmaktadır.

1.3. Kamuoyu Oluşumunda Baskı Grupları ve Sivil Toplum Örgütleri

Siyasal iktidarı etkilemeyi amaçlayan her insan topluluğu bir baskı grubu olarak tanımlanmaktadır (Turan, 1987, 45). Siyasal partiler gibi siyasi bir güç olarak kabul edilen baskı grupları, siyasi partilerin aksine iktidarı ele geçirme amacı olmayan, iktidar mücadelesinin dışında kalan örgütlerdir (Çam, 2005, 451). Dinçer, baskı gruplarını “belirledikleri ortak amaçlara ulaşmak için siyasi iktidarı, devletin çeşitli kademelerini, siyasi partiler ve kamuoyunu etkilemeyi hedefleyen, güçlerini gizli ya da açık baskı şeklinde gösteren resmi ya da gayri resmi şekilde örgütlenmiş, siyasi kuvvet oluşturan kişiler topluluğu” şeklinde tanımlamaktadır (Dinçer, 1998, 8). Baskı gruplarının siyasi mekanizmayı kendi çıkarları doğrultusunda etkileyebilmek, toplumu bilinçlendirmek veya devlet yönetimi işlerini denetlemek gibi pek çok konuda işlevleri bulunmaktadır (Dinçer, 1998, 45). Siyasal partilerin yönlerini çizmeleri ve seçmen koalisyonu oluşturabilmeleri için örgütlenmiş baskı gruplarının varlığına ve bunların siyasal partilerle etkileşimde bulunmalarına ihtiyacı bulunmaktadır. Sendikalar, özellikle işçi sendikaları siyasal hayatın vazgeçilmez bir ögesi, baskı gruplarındandır (Turan, 1987, 58).

Sivil toplum örgütlenmeleri, kamuoyu oluşumunun çekirdek yapıları olarak kabul edilmektedir (Yavaşgel, 2004, 68). Sivil toplum örgütlerinin de tıpkı baskı grupları gibi toplum içinde uzlaşma sağlayarak kamuoyunun oluşturulması ve siyasi aktörlerin toplumsal beklentilerin gerçekleşmesine aracılık etmesi gibi işlevleri bulunmaktadır. Sivil toplum örgütleri, siyasi iktidarların istenilen doğrultuda etkilenmesini amaçlayan topluca eylemler ve planlı iletişim faaliyetlerini kullanarak sosyal manipülasyon ile kamuyu örgütleme ve kamuoyu yaratarak toplumsal tepkiyi refleks noktasına taşıma işlevini gerçekleştirmektedir (Cılızoğlu, 2004, 41). Sivil toplum; devletin ve kişilerin özel yaşamlarının dışında kalan, gönüllü ve iradi eylem sonucu kurulan ilişkilerin belirleyici olduğu alandır (Yavaşgel, 2004, 155). Devletten bağımsız özerk kuruluşlar olan sivil toplum örgütleri çevre, eğitim, sağlık, hukuk gibi toplumsal alanın her alanında faaliyette bulunmakta, siyasal iktidarı ve kararlarını etkilemeye çalışmaktadır. Katılımcı demokrasi anlayışının yaygınlık kazanmasıyla birlikte siyasal toplumsallaşmada önemi artan sivil toplum örgütleri; miting, protesto, grev basın toplantısı gibi eylemlerle kamuoyu oluşumunda ve davranışların yönlendirilmesinde önemli bir işleve sahiptir.

1.4. Kamuoyu Oluşumunda Kitle İletişim Araçları

Kamuoyu oluşumunda en yaygın kullanılan araçlardan birisi de kitle iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçları bir toplumda, bilgi verme; eğitme; kültürel gelişime katkı sunma; eğlendirme; toplumsallaştırma; güdüleme; tartışma ve diyalog ortamı sunma gibi işlevleri yerine getirmektedir (MacBride, 1993:15). Medya toplumdaki gelişmeleri izlemekte, gelişmelerden izleyicileri haberdar etmekte ve kamuoyunun oluşumuna bilgilendirerek katkı sunmaktadır. Daha sonra da ortaya çıkan kamuoyunun taleplerini dile getirerek bu talepler doğrultusunda politikaların hayata geçirilmesine yardım etmektedir (Atabek ve Dağtaş, 1998, 228). İnsanlar, medyadan edindikleri enformasyon ile olayların yorumlanmasına ve tartışmalara katılmakta; toplumun gelişimini ve siyasal tercihleri etkileyen tutumlar edinerek eylemlerde bulunabilmektedir (Atabek ve Dağtaş, 1998, 433). Kitle iletişim araçları her bireye içinde yaşadığı toplumla bütünleşme ve kamusal yaşama etkin şekilde katılma için ortak bir bilgi ve tartışma zemini sunmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının günümüzde yasama, yürütme ve yargıdan sonra “dördüncü güç” olarak kabul edilmesi siyasal toplumsallaşma ve siyasal katılım açısından önemini göstermektedir (Kışlalı, 1991, 23). Her toplum ve toplum içinde yaygın olan ideoloji kitle iletişim araçlarını şekillendirmektedir. Gazeteci veya medya patronunun sahip olduğu ideoloji, medyanın yayın politikası veya dışarıdan gelen müdahalelerle (devletin veya reklamcının baskısı) kitle iletişim araçları da izleyicileri şekillendirmektedir. Kişinin dış dünya hakkında

sahip olduğu algı ve düşünüş çoğunlukla kitle iletişim araçları aracılığıyla olmaktadır. Medya hem kamuoyunun oluşumunu etkileyen hem de siyasal aktörler tarafından şekillendirilen bir araçtır. Bu nedenle bir yandan ekonomik ve siyasal iktidarın hegemonyasının sürdürüldüğü bir araç olarak eleştirilmekte diğer yandan ise katılımcı demokrasinin oluşturulmasına katkı sunan bir araç olarak görülmektedir. Kitle iletişim araçlarının izleyici tutum ve davranışlarını etkilediği yönündeki eleştiriler genel olarak radyo, televizyon ve gazete gibi geleneksel medyaya karşı yönlendirilmiştir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı değişim, kitle medyasının da yapısını dönüştürerek “yeni medya” tartışmalarını başlatmıştır. Bilgisayarla aracılanmış yeni medya, siyasal toplumsallaşma ve siyasal katılım konularına yeni bir boyut kazandırmıştır.

Yeni iletişim teknolojilerinin; bilginin yurttaşlara eşit olarak dağıtılması, erişim kolaylığı sunması, ulusal ve uluslar arası yeni kamusal alanların ortaya çıkması, ifade özgürlüğü ve özyönetim sağlanması anlamında katılımcı demokrasiyi gerçekleştirecek potansiyeller taşıdığı ileri sürülmektedir. Yeni medya modern toplumlarda siyasal katılımın önündeki geleneksel zaman ve mekan farklarını ortadan kaldırmakta, vatandaşların siyasal konularda daha bilgili ve ilgili olmalarının sağlanmasında fırsat olarak görülmektedir (Timisi, 2003, 184). Yeni iletişim teknolojileri içerisinde özellikle sosyal ağ siteleri, bloglar, kurumsal web sayfaları gibi sosyal medya araçları politik aktörler tarafından bilgi vermek, iletişime geçmek, tartışma ortamları yaratmak gibi amaçlar doğrultusunda kullanılmaktadır (Pelenk, 2014, 98). Sosyal medya kavramının ortak kabul görmüş bir tanımı bulunmamakla birlikte internetteki teknolojik değişiklikleri açıklayan WEB 2.0 ile birlikte ele alındığı ve bazı çalışmalarda birbirleri yerine kullanıldıkları görülmektedir (Akar, 2010, 17). Sosyal medya, WEB 2.0’ın teknolojik ve ideolojik temelleri üzerine kurulan, kullanıcıların yaratması ve değiştirmesine olanak sağlayan internet tabanlı bir grup uygulama olarak kabul edilmektedir (Aktaran Pelenk, 2014, 101). Sosyal ağların anonimliği, karşılıklı etkileşime olanak sağlayan yapısı ve hızı, toplumun farklı kesimlerinin kendilerini ifade etmelerinin ve örgütlenmelerinin bir platformu olma işlevini görmektedir. Sosyal ağların sunduğu örgütlenme gücü siyasal yapılara ve olaylara karşı mücadele etme ve siyasal ve sosyal yapılara etkide bulunma olanağı sağlamaktadır (Alver ve Yolçu, 2011, 251).

2. Siyasal Katılım Olgusu ve Siyasal Katılımın Düzeyleri

Siyasal katılım; birey ve grupların kendilerini yöneten kadroların seçim ve eylemlerini etkilemek için giriştikleri çabaları kapsamaktadır (Turan, 1987, 37). Siyasal katılma bir yandan kitlelerin kaynak, değer dağılımındaki değişim taleplerini karşılamak diğer yandan mevcut dağılım modelinin yönünde büyük bir değişim yaratmadan değerlere bağlılığı sürdürücü önlemler olarak siyasal sistemi bütünleştirmek gibi işlev görmektedir (Uysal, 1984, 40). Bireyin siyasal kararları ve bu kararların alınışı siyasal katılım sürecinin ikinci yönünü oluşturmaktadır. Bireyler sistem değerlerini destekleme veya değiştirmeye yönelik olarak katılma davranışında bulunmaktadır (Uysal, 1984, 43). Siyasal katılım, toplum içerisinde vatandaşların siyasal yapı ve kişilerle geliştirdikleri ilişki ve etkileşimdir.

Siyasal bir davranış olarak katılım, insan davranışlarının tabi olduğu genel düzene uygun olarak işlemektedir. Davranış sadece organizmanın kendi iç işleyişinde değil, çevre ile karşılıklı etkileşiminde ortaya çıkan bir üründür. Davranışları ele alan incelemeler bir yandan bireyin kendi içerisindeki yönelim ve dürtülerine diğer yandan da bireyin dışındaki toplumsal, ekonomik ve siyasal yapılarla ilişkisine bakmaktadır (Baykal, 1970, 29-31). Katılmanın var olabilmesi için gerekli olan asgari koşullar içinde bağımsız bir devlet, yönetilenlerin can güvenliği, yönetilenlerin az çok eğitilmiş olması, hukuki çerçeve ve bireyleri olup bitenler hakkında bilgilendirecek iletişim ağı bulunmaktadır (Eroğul, 1999, 238). Siyasal katılımın gerçekleştiği toplumsal ve siyasal yapı da davranışı etkileyen dışsal faktörler olarak rol oynamaktadır.

İnsanların sosyo-demografik ve ekonomik özellikleri, sosyo-kültürel ortamı, bağlılıkları, kimliği, medyatik ilgileri gibi öncüller; içinde bulunduğu gerilim halinin ve bu gerilimden kurtulmak için sahip olduğu itici güçlerin tetiklediği davranışı etkilemektedir. Bu öncüller

de kişinin siyasal davranışının yönü, şiddeti ve ısrarına ilişkin kararları etkilemektedir (Anık, 2000, 179). Siyasal katılımın nitelik, yaygınlık ve yönü siyasal sistemin çizdiği sınırlara bağlıdır (Uysal, 1984, 42). Katılımın amacı ve işlevi, rejimden rejime göre farklılıklar göstermektedir. Çağdaş demokrasiler, katılma olanaklarını sanayi kuruluşlarına ve özerk kurumlara kadar uzatmaktadır. Çeşitli toplum kesimlerine temsil olanağı sağlaması ve katılma yollarının açık bulunması, toplumsal gerilimi azaltıcı ve yurttaşlık duygularını güçlendirici bir etki yapmaktadır (Kışlalı, 1991, 154). Her siyasal sistemde olduğu gibi siyasal demokrasilerde de siyasal katılma eylemlerinin “olağan” ve “olağan dışı” türleri vardır (Turan, 1987, 38). Düzeni dışlamayan ve düzenin dışlamadığı olumlu katılma biçimleri arasında en önemli araçlar; oy verme, siyasal parti özgürlüğü ve basın özgürlüğüdür (Eroğul, 1999, 201). Bireylerin kendi adına kamu otoritesinden istekte bulunması hemen her siyasal sistemde görülen ve sık kullanılan bir siyasal katılım biçimidir. Bireyler sendika, dernek veya diğer gönüllü kuruluşlar gibi topluluk adına da kamu yetkilileri ile temas halinde görüş ve isteklerini iletebilmektedir. Demokrasi olmayan toplumlarda da görülmekle birlikte her toplumda hoş karşılanmamaktadır (Turan, 1987, 39).

Olumsuz katılma, bireylerin düzenin meşru kabul etmediği yollardan gerçekleştirdikleri bütün katılma biçimlerini kapsamaktadır. Toplumsal düzene, siyasal dizgeye veya siyasal yapılara karşı duyulan hoşnutsuzluklardan kaynaklanmaktadır (Eroğul, 1999, 244). Demokratik, normal olmayan katılma yolları içerisine kurulu düzeni değiştirmek için zora başvurma, şiddet eylemleri, terörizm, silahlı ayaklanma, hükümet darbesi gibi girişimler “normal” katılma sürecinin dışında kalmaktadır (Kapani, 2010, 145). Siyasetin yasa dışı aktörleri olarak kabul edilen terör gruplarının eylemleri belli bir siyasi amacı gerçekleştirmeye yöneliktir. Yasalara aykırı şekilde faaliyet göstermekte, siyasal söylemleri zamanla topluma zarar veren eylemlere dönüşmektedir (Aziz, 2003, 27).

Siyasal faaliyete katılma değişik düzey ve biçimlerde gerçekleşmektedir. Gazete, dergi, radyo ve televizyon yolu ile siyasal olayları izleme, dinleyici olarak mitinglere katılma, siyasal konuları tartışma gibi faaliyetler en alt düzeyde yer alan katılım biçimleridir. Gazetelere yazı yazmak, radyoda mitinglerde konuşmak, liderlerle görüşerek onları etkilemeye çalışmak, partiye para yardımında bulunmak gibi siyasal olaylar ve sorunlar karşısında açıkça vaziyet alarak eyleme geçmek ise orta düzeyde katılım biçimidir. Siyasal katılmanın en üst kademesi ise, doğrudan olayların içine karışarak ve aktif rol alarak girilen faaliyetleri kapsamaktadır. Bir siyasal partide aktif üye olmak, yöneticilik yapmak, seçim kampanyalarında aktif çalışmak gibi faaliyetler bu kategori içerisinde sayılabilir (Baykal, 1970, 33; Kapani, 2010, 145). Yerel ve ulusal düzeyde seçimle gelinen kamu görevlerine aday olmak ve seçilebildiği durumda kamu görevini yerine getirmek ise olağan siyasal katılmanın en ileri aşamasıdır (Turan, 1987, 41).

Siyasete duyulan ilgi, katılım düzeyi ve biçimi kişinin toplumla bütünleşmesi oranında artmakta, bütünleşmeyi engelleyen nedenler çıktıkça da azalmaktadır. Seçimlere katılmama, katılım düzeyinin düşüklüğü kişinin toplumla bütünleşmesinin zayıflığı ile ilişkili gözükmektedir (Çam, 2005, 171-172). Siyasal katılmamayı gösteren en önemli olgulardan biri “ilgisizlik”tir. Bireyler, devleti yönetmenin kendi işleri olmadığını düşündüklerinden, devlete küsmüş olabilmekten, gündelik ve özel yaşamlarının yoğunluğundan kamusal ve siyasal olaylara ilgi duymamakta veya katılmamayı tercih etmektedir. Siyasal yapının kendine hiçbir katılma olanağı sunmadığını düşünerek oy vermeyi bile reddetmektedir. Aslında bu davranış da gerçek bir ilginin yansımaları olan “protesto” davranışıdır (Eroğul, 1999, 243). Katılmama nedenleri arasında geçim sıkıntısı, ekonomik gelir seviyesinin düşüklüğü, eğitim seviyesinin düşüklüğü, gelenek, din gibi toplumdaki ekinsel etmenler yer almaktadır. Toplumdaki düşüğüde; bir toplumda din boyun eğme, ses çıkarmama, sabretme, şükür etme tevekkül göstermeye itiyorsa katılmama durumu olağan karşılanmaktadır (Eroğul, 1999, 262).

Devletin bireyden önce geldiği, otoriter rejimlerdeki gibi devlete ve yönetenlere atfedilen “kutsallık”, devlet işlerinin yürümesinin her şeyden üstün tutulduğu toplumlarda siyasal katılım olumsuz algılandığından, düzeyinin de düşük olduğu görülmektedir. Bu tür ülkelerde siyasal katılım, devlet işlerine karışılması olarak algılandığından dolayı siyasal katılım düzeyi siyasal olayları takip

etme veya sadece oy vermek gibi düşük düzeyde kalmaktadır. Siyasal katılımda görülen ilgisizlik birçok farklı nedenden kaynaklanabilmektedir. Siyasal katılım tür ve düzeyi; toplumdan topluma veya aynı toplum içerisinde bireyler arasında birbirinden farklılık göstermektedir.

3. Siyasal Toplumsallaşmada Güven Kavramı

Kitle iletişim alanında kaynağın güvenilirliği ile ilgili ilk araştırmalar sosyal psikolojide yapılmış olan “prestij sahibi kişilerin, diğer kişiler üstündeki etkileri” ile ilgili araştırmalardan etkilenmiştir. 1939 yılında Muzaffer Şerif’in araştırması bu konuda yapılacak olan diğer araştırmalar için bir ilk olmuştur. Hovland ve arkadaşları da kaynak güvenilirliği konusunu kitle iletişim alanına uyarlamışlardır (Oskay, 2000, 237). Hovland ve Weis yaptıkları deneyde yüksek derecede güvenilir bulunan kaynağın, daha az güvenilir bulunanlara göre dört konudan üçünde daha fazla düşünce değişikliğine yol açtığını tespit etmişlerdir. Hovland ve arkadaşlarının bu çalışmasından itibaren yapılan pek çok çalışma da, kaynak güvenilirliğinin tutumların değiştirilmesinde (ikna etmede) etkili olduğu görüşünü desteklemiştir (Severin ve Tankard, 270-271).

İletişim araştırmalarında güvenilirlik; kaynak ve araç olarak iki alanda incelenmektedir. Kişilerarası, örgütsel ve medyayla aracılanmış içeriği inceleyen kaynak güvenilirliği; birey, grup veya örgüt gibi farklı kaynakların iletinin içeriğini nasıl etkileyebildiğini açıklamaya çalışmaktadır. Araç güvenilirliği araştırmaları ise içeriğin göndericisinden ziyade hangi araç ile iletildiğine odaklanmaktadır (Kioussis, 2001, 382). Güven; dikkate almayı, mesajı daha dikkatli izlemeyi ve dolayısıyla iknayı etkilemektedir. Güvenilirlik derecesi ile ikna edilebilirlik derecesi doğru orantılıdır (Aktaran Anık, 2000, 43). Bireyler güven duydukları ölçüde ikna olmaktadır. Araştırmacılar güvenilir kaynağın kanaat ve tutum değişikliği yarattığı, davranışlar üzerinde oldukça belirleyici olduğu konusunda uzlaşmışlardır. Bir kişi veya kurumun güvenilirliğini belirlemede dürüstlük, gerçekçilik, uzmanlık, samimilik, mantıklılık, ön-sezgi, iletişim becerisi, saygınlık, tanınırlık, sevilirlik ölçüt olarak kullanılabilir özelliklerdir. Bunların yanı sıra yaş, eğitim, cinsiyet gibi demografik özellikler ile kaynak ve hedef kitlenin ideolojisi, inançları, tutumlarının paralellik arz etmesi de güvenilirliğe önemli katkılar sağlamaktadır. Bu ve benzeri birçok faktöre sahip olduğu imajı yaratabilen kaynak kişi, grup veya kurumlar, hedef kitle ilgi ve dikkatine daha fazla mazhar olacak, dolayısıyla iknada daha başarılı sonuçlara ulaşacaktır (Anık, 2000, 243- 244).

Güven; temel güven, kişilerarası güven ve sosyal güven olarak üç kategoride incelenmektedir. Bireyin var oluşuyla başlayan temel güven, bireyin dış dünyayı nasıl algıladığı, dış dünyayı oluşturan unsurlardan ne derece etkilendiğiyle ilgili olarak algılanan ilk güvendir. Kişilerarası güven, belli bir risk alarak gönüllü olarak savunmasızlığı kabul edip karşı tarafa güvenme durumudur. Sosyal güven ise, içinde bulunulan toplumun kurum ve kuruluşlarına, bu kurum ve kuruluşlarda yer alan aktörlere, sosyal yapılara ve ağlara yönelik güven olarak tanımlanmaktadır (Pelenk, 2010, 17). Umut, inanç ve güven toplumda uyum sağlamayı kolaylaştıran faktörlerdir. Belirsizlik ve riskli durumlara rağmen hareket edilmek zorunda kalınan durumlarda “güven” kavramı ön plana çıkmaktadır. Belirsiz ve kontrol edilemez olan gelecekle başa çıkabilmek amacıyla en önemli strateji güvendir. İnanç ve sadakat içeren güven; gelecekteki beklenmedik olaylara ilişkin bahse girmektir (Sztompka, 1999, 25). Güvensizlik; başkalarının davranışları hakkında olumsuz beklentileri ve kendini muhafazaya dayalı bağlılığı içermektedir. Bireyler, güven duymadıkları şeylere karşı koruyucu önlemler almaya, sakinme ve kaçmaya, eylemleri reddetmeye başlamaktadır (Sztompka, 1999, 26). Güven; ilişkilerin başlatılması ve sürdürülmesi, gündelik hayatın ve toplumsalın üretimi ve devamlılığı için gerekli olan temel olgulardan biridir. Uzun vadeli ilişkilerin kurulmasında ve toplumla etkileşim kurulmasında güven, ilişki düzeyinin temel taşıdır. Sosyal bilimlerde güven ve güvenilirlik kavramları toplumsal ilişkileri açıklamada başvurulan olgulardan biri olarak günümüzde önem kazanmaktadır.

Toplumsal yaşamın yapıtaşlarından biri olan güven, toplumsal düzenin korunmasında kritik bir rol oynamaktadır. Toplumda, ortak bir yaşamı paylaşma, karşılıklı etkileşimler ile bu

yaşam alanını düzenleme gibi birçok fonksiyonu yerine getirmektedir. Bir yandan bireylerin, aynı toplum içinde yaşadığı diğer kişi ve kurumlara karşı tutumlarının oluşmasına diğer yandan da insanları bir arada tutmaya yardımcı olmaktadır (Boztepe, 2013, 54). Toplumsal ilişki yapılarında belirsizlik ve karmaşa durumlarını çözümlenmekte, değişim durumlarında vazgeçilmez bir etki sağlamakta, çatışmalara yönelik çözümler sunmakta, sosyal ilişkilerde birleştirici ve bütünleştirici bir yapı sunmaktadır (Pelenk, 2010, 44). Sosyal ve siyasal hareketlere katılım; gönüllü kuruluşlara katılım; seçim işlemleri; tüketim davranışları; iletişim çaba ve etkinlikleri; kişilerarası ilişkiler; toplumsal yapı içinde varolan kurum, kuruluş, yapı, sistem ve ağlar ile bu yapılar içinde yer alan aktörlerle ilişkiler temel olarak güven aracılığıyla sağlanmaktadır (Pelenk, 2010, 1). İknaya dayalı olan iletişimin başarıya ulaşmasında öncelikle kaynağın ve iletinin güvenilir olması gerekmektedir. Bu nedenle güven; bireylerin kanaatlerinin oluşmasında ve belli bir davranışa yönelmelerinde stratejik bir öneme sahiptir.

4. Araştırma

4.1. Araştırmanın Amacı, Varsayımlar ve Kapsamı

Bu çalışma, Kocaeli'nin İzmit ilçesine bağlı iki farklı sosyo ekonomik bölgesinde yaşayan bireylerin siyasal toplumsallaşma araçlarına duydukları güven düzeyleri ile siyasal katılıma ilişkin davranışlarını incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında eğitim ve gelir düzeyi daha düşük olan Fatih Mahallesi ile eğitim ve gelir seviyesi daha yüksek olan Yahya Kaptan Mahallesi karşılaştırılmıştır. Güven unsurunun siyasal toplumsallaşma ve katılım için önemli bir unsur olduğu, bireylerin siyasal toplumsallaşma aktörlerine yönelik güven düzeyinin siyasal katılım düzeyini etkilediği varsayılmaktadır. İletişim teknolojilerin ve siyasal kamusal alanın genişleme imkânlarına rağmen, siyasal katılım ve davranışın sınırlı kaldığı ve katılım türünün sosyo ekonomik özelliklere göre farklılaştığı düşünülmektedir. Araştırma kapsamında siyasal katılımın; siyasal parti ve sivil toplum örgütü üyeliği; desteklenen partinin seçim çalışmalarında aktif görev alma, bayrağını veya afişini eve/işyerine asma; desteklenen partiye oy vermesi için çevredeki insanlarla konuşma; herhangi bir konuda imza kampanyası ve destek-protesto-boycot eylemine katılma gibi boyutları ele alınmaktadır. Araştırma 25 Mayıs 2016- 6 Haziran 2016 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

4.2. Araştırma Örneklem ve Yöntemi

Araştırmada amaçlı örneklem türü olan kartopu örneklem kullanılmıştır. Kartopu örnekleme, inceleme kriterine uygun bir deneğin seçilmesiyle başlamakta ve bu seçilen denekten elde edilen bilgilerle diğer denekler seçilmektedir. Denek araştırmanın kriterine uygun biri veya birilerini de araştırmaya dahil ederek (aile bireyleri, komşuları) ekleyerek yuvarlanarak büyüyen kartopu gibi örneklem inşa edilmektedir (Erdoğan, 2007: 179). Araştırmada anket tipi soru formu kullanılmıştır. Araştırmanın amacı ve hipotezleri değişik tipteki sorularla daha iyi irdelenebildiğinden, farklı tipteki sorular araştırmaya kapsam ve derinlik kazandırmakta; araştırmacıya ölçme ve değerlendirme kolaylığı sağlamaktadır (Arıkan, 2013: 101). Anket soru formunda iki seçeneikli sorular (evet, hayır), gruplandırıcı sorular (evet, hayır, bazen), likert tipi sorular (kesinlikle güvenilir, güvenilir, kararsızım, güvenilmez, kesinlikle güvenilmez) gibi farklı tipteki sorulardan yararlanılmıştır. Yahya Kaptan ve Fatih Mahalleleri araştırmanın evrenini oluşturmaktadır ve araştırma örnekleme evrenden kartopu örnekleme yöntemiyle belirlenen 389 kişi olarak belirlenmiştir. 33 adet yarı yapılandırılmış anket formu geçersiz sayılmış, 356 tam yapılandırılmış anket formu değerlendirmeye alınmıştır. Elde edilen tüm veriler SPSS for Windows 22.0 programı kullanılarak değerlendirilmiştir. Mahalle sakinlerinin demografik bilgileri, kitle iletişim araçları kullanma sıklığı gibi özelliklerin değerlendirilmesinde frekans, yüzde, oran analizi yapılmıştır. Siyasal aktörlere güven düzeyi ve siyasal sosyal olaylara katılım düzeyi gibi maddeler içinse aritmetik ortalama alınmış; ortalama, standart sapma ve tanımlayıcı istatistiksel kullanılmıştır. İstatistik değerlendirmelerde, %95 güven düzeyinde, $p < 0.05$ anlamlı kabul edilecektir.

4.3. Araştırma Bulguları ve Değerlendirme

Araştırmaya katılanların cinsiyet, yaş, eğitim, gelir ve medeni durumları ile mahallelere göre dağılımı incelenmiştir.

Tablo 1: Demografik Bilgiler

	Fatih Mahallesi		Yahya Kaptan Mah.		
	Demografik Bilgiler	Frekans (N)	Yüzde (%)	Frekans (N)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	69	50,4	110	50,2
	Kadın	68	49,6	109	49,8
	Toplam	137	100,0	219	100,0
Medeni Durum	Evli	80	58,4	154	70,3
	Bekar	57	41,6	65	29,7
	Toplam	137	100,0	219	100,0
Yaş	16-19	17	12,4	8	3,7
	20-29	31	22,6	40	18,3
	30-39	34	24,8	49	22,4
	40-49	22	16,1	45	20,5
	50-59	14	10,2	40	18,3
	60 yaş üstü	19	13,9	37	16,9
	Toplam	136	99,3	219	100,0
Öğrenim Durumu	Okuryazar	10	7,3	1	,5
	İlkokul	44	32,1	11	5,0
	Ortaokul	17	12,4	10	4,6
	Lise	37	27,0	59	26,9
	Önlisans	12	8,8	37	16,9
	Lisans	17	12,4	85	38,8
	Yüksek Lisans	0	0	12	5,5
	Doktora	0	0	4	1,8
	Toplam	137	100,0	219	100
Aylık Gelir	Kendimin Geliri Yok	58	42,3	2	,9
	600-900 TL arası	7	5,1	41	18,7
	900-2000 TL arası	47	34,3	4	1,8
	2000-3000 TL arası	16	11,7	51	23,3
	3000-4000 TL arası	7	5,1	48	21,9
	4000-6000 TL arası	0	0	50	22,8
	6000-8000 TL arası	1	,7	15	6,8
	8000-10000 TL arası	0	0	4	1,8
	10.000 TL üstü 9	1	,7	4	1,8
	Toplam	137	100,0	219	100,0

Araştırmada yer alan kişilerin iki ayrı mahalle açısından dağılımına baktığımızda %39'unun Fatih Mahallesinde, %61'inin ise Yahya Kaptan Mahallesinde ikamet ettiği görülmektedir. Katılımcıların cinsiyet dağılımına bakıldığında her iki mahallede de erkek ve kadının neredeyse eşit oranda anketi cevaplandığı tespit edilmiştir. Yaş dağılımına bakıldığında en yüksek katılım, 30-39 yaş aralığında görülmektedir. Fatih Mahallesindeki katılımcıların % 32'si ilköğretim mezunudur. Yahya Kaptan Mahallesinde ise katılımcıların % 38'i lisans mezunudur. Fatih'te katılımcıların % 42'sinin kendilerine ait bir geliri bulunmazken; Yahya Kaptan'da ise katılımcıların %23'ü 2.000 ve 3.000 arasında gelire sahiptir. Araştırmaya başlamadan önce Fatih Mahallesi'nin Yahya Kaptan Mahallesi'ne göre daha düşük eğitim ve gelir seviyesine sahip olduğu verileri doğrulanmıştır.

Tablo 2: Araştırmaya Katılanların Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Sıklığı

Kullanım Sıklığı		Fatih Mah.		Yahya Kaptan Mah.	
		Frekans (N)	Yüzde (%)	Frekans (N)	Yüzde (%)
Gazete Okuma Sıklığı	Hergün	51	36,3	101	46,1
	Haftada Birkaç Gün	21	15,3	60	27,4
	Arada Sırada	45	32,8	43	19,6
	Gazete Okumam	20	14,6	15	6,8
	Toplam	135	98,5	219	100,0
Televizyon İzleme Sıklığı	Hergün	78	56,9	142	64,8
	Haftada Birkaç Gün	54	39,4	67	30,6
	Arada Sırada	0	0	0	0
	Televizyon izlemem	5	3,6	4	10
	Toplam	137	100,0	219	100,0
İnternete Girme Sıklığı	Hergün	73	53,3	169	77,2
	Haftada Birkaç Gün	26	19,0	44	20,1
	Arada Sırada	1	,7	0	0
	İnternet Kullanmıyorum	37	27,0	6	2,7
	Toplam	137	100,0	219	100,0
Sosyal Medya Kullanım Sıklığı	1 Saatten Az	77	56,2	75	34,2
	1 saatten fazla	60	43,8	144	65,8
	Toplam	137	99,99	219	100

Araştırmaya katılanların kitle iletişim araçlarını kullanım sıklığına bakıldığında Fatih Mahallesi'nde yaşayanların en çok her gün %56'sının televizyon izlediği ve bir saatten az olmak üzere sosyal medyayı kullandığı, % 53'ünün internete girdiği ve % 36'sının gazete okuduğu tespit edilmiştir. Yahya Kaptan Mahallesi'nde yaşayanların ise en çok her gün %77'sinin internete girdiği, %65'inin bir saatten fazla sosyal medyayı kullandığı, %64'ünün televizyon izlediği ve %46'sının gazete okuduğu tespit edilmiştir. Araştırma bulgularına göre gelir ve eğitim seviyesi daha yüksek olan Yahya Kaptan Mahallesi yeni iletişim teknolojilerini geleneksel medyaya göre daha yoğun oranda kullanırken Fatih Mahallesi ise hala geleneksel medyayı daha yoğun oranda takip etmektedir.

Tablo 3: Kitle İletişim Ürünlerine Güven Düzeyi

Gazete Yazı Türleri	Fatih Mah.		Yahya Kaptan mah.	
	Frekans(N)	Yüzde(%)	Frekans(N)	Yüzde(%)
Haber	76	55,5	79	36,1
Makale	22	16,1	42	19,2
Köşe Yazısı	17	12,4	69	31,5
Röportaj	14	10,2	20	9,1
Söyleşi	8	5,8	8	3,7
Diğer	1	16	218	99,5
Belirtilmemiş	0	0	1	,5
Toplam	137	100	219	100,0
Televizyon Program Türleri				
Haber	57	41,6	65	29,7
Belgesel	38	27,7	86	39,3
Tartışma-Yorum Programları	25	18,2	52	23,7
Sinema Film-dizi	16	11,7	14	6,4
Yarışma	0	0	0	0
Diğer	0	0	0	0
Belirtilmemiş	1	,7	2	,9
Toplam	137	100	219	100,0

Kitle iletişim ürünlerinin güven düzeyine bakıldığında gazete yazı türleri içerisinde haberin her iki mahalle için de hala en güvenilir kaynak olduğu tespit edilmiştir. Fatih Mahallesi'nde yaşayan katılımcıların %55'i gazete yazı türleri içerisinde en çok haberi güvenilir bulurken, Yahya Kaptan Mahallesi'ndeki bu oran %36'ya düşmektedir. Televizyon programları içerisinde ise en güvenilir kaynak Fatih Mahallesi için % 41 oranında haberken, Yahya Kaptan'da %39 oranında belgesellerdir. Başlıca bilgi ve enformasyon kaynağı olan, tarafsızlık iddiası bulunan haberlerin güvenilirliği Yahya Kaptan Mahallesi için oldukça düşük çıkmıştır. Fatih mahallesinde ise katılımcıların neredeyse yarısı haberi güvenilir bulmuştur.

Tablo 4: Siyasal Toplumsallaşma Aktör ve Araçlarına Güven Düzeyi¹

Siyasal Toplumsallaşma Aktörleri	Yahya Kaptan Mah.		Fatih Mahallesi	
	Ortalama	S.s.	Ortalama	S.s.
Cumhurbaşkanı	2,20	1,366	3,62	1,606
Başbakan	2,13	1,199	3,40	1,486
Kemal Kılıçdaroğlu	2,76	1,317	1,77	1,377
Devlet Bahçeli	2,11	,952	2,32	1,142
Selahattin Demirtaş	1,71	,986	1,40	,756
Hukukçular	2,63	1,389	1,74	1,628

¹ Okuma yazması olmayan katılımcılar ile 60 yaş üstündeki katılımcıların bir kısmına sorular tek tek okunmuş, verdikleri cevaplar doğrultusunda anket formu doldurulmuştur. Bu sayede katılımcılardan sözlü olarak geri dönüş alınma fırsatı doğmuştur. Genel olarak her iki mahallede de, siyasal toplumsallaşma aktörlerine karşı duyulan güven konusunda "tarafgirlik" ve "kutuplaşma" eğilimi öne çıkmıştır. Fatih Mahallesi'ndeki katılımcıların gazeteci, hukukçu, sivil toplum örgütüne güven duyup duymadıkları sorularına "tuttuğum partinin görüşünderse güvenirim, karşıt siyasi görüşte ise güvenmem" veya "Cumhurbaşkanımızın güvendiği sevdiği hukukçu ise ben de severim, ama değilse ben de sevmem" şeklinde cevap verdikleri tespit edilmiştir. Yahya Kaptan Mahallesi için de aynı kutuplaşıcı bulgulara rastlanılmıştır. "Metin Feyzioğlu'na güvenirim; ama diğer hukukçulara güvenmem" şeklinde cevaplar verilmiştir. Bu bulgular ışığında siyasal kutuplaşma tartışmalarının toplumun diğer tüm aktörlerine yönelik gözlemlendiği ve bu nedenle bu sorulara karşı kararsız kaldıkları söylenebilir.

Bilim İnsanları	3,40	1,392	2,45	1,843
Sendikacı	2,56	1,005	2,96	1,188
Sivil Top. Örgütleri	2,56	1,263	1,94	1,679
Gazeteciler	2,80	1,356	2,14	1,720
Kanaat Önderleri	2,15	1,351	2,35	1,954
Din Adamları	2,42	1,300	3,52	1,359
Asker	3,35	1,367	3,15	1,992
Polis	2,84	1,447	3,11	1,969

Tutum ve kanaatlerin oluşturulmasında, davranış değişikliği yaratmada veya bireyleri harekete geçirmekte etkili olan siyasal toplumsallaşma aktörlerine yönelik güven düzeylerinin ölçüldüğü bu tabloda tüm aktörlere karşı güven düzeyi her iki mahalle için de düşük çıkmıştır. İki mahalle kıyaslandığında, Fatih mahallesinde yaşayanların Yahya Kaptan Mahallesinde yaşayanlara göre biraz daha fazla siyasal aktörlere “güven” duydukları sonucuna ulaşılmıştır. Fatih Mahallesi’nde siyasal aktörler içerisinde güvenilirlik düzeyi en yüksek çıkanlar arasında %3,62 oranında Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, %3,52 oranında din adamları, %3,40 oranında Başbakan, %3,15 oranında asker, %3,11 oranında ise polis gelmektedir. Daha geleneksel ve sosyo demografik özelliklerin daha düşük çıktığı daha geleneksel mahallede devlet ve din mekanizması en güvenilir kurumlar olarak yerini korumaktadır. Sendikacılar, bilim insanları, kanaat önderleri, MHP Lideri ve gazetecilere karşı güven konusunda kararsız kalmışlardır. En güvenilmez bulunduğu aktörler ise sırasıyla %1,40 oranında HDP lideri, %1,77 oranında CHP lideri, %1,74 oranında hukukçular, %1,94 oranında sivil toplum örgütleridir. Yahya Kaptan Mahallesi’nde ise en güvenilir kişi ve kurumlar % 3,40 oranında bilim insanları ve %3,35 oranında askerlerdir. Polis, gazeteciler, CHP lideri, hukukçular, sendikacı, sivil toplum örgütleri, din adamları, Cumhurbaşkanı, kanaat önderleri, Başbakan ve MHP liderine karşı güven konusunda kararsız kalmışlardır. En güvenilmez bulunan aktör ise %1, 71 oranında HDP lideridir.

Tablo 5: Siyasal ve Sosyal İlgili Düzeyi

İlgi Dağılımı	Fatih Mah.		Yahya Kaptan Mah.	
	Frekans (N)	Yüzde (%)	Frekans (N)	Yüzde (%)
Özel hayatla ilgili konular	53	38,7	81	37,0
İnsan, Akraba, komşu, arkadaş ilişkileriyle ilgili konular	50	36,5	72	32,9
Mahalle, İlçe, Kentle ilgili konular ve sorunlar	25	18,2	49	22,4
Ülke konuları ve sorunlar	54	39,4	123	56,2
Terör	43	31,4	72	32,9
Ekonomik konu ve sorunlar	35	25,5	44	20,1
Politik konular	20	14,6	50	22,8
Kültür- Sanat- Spor konular	14	10,2	29	13,2
Din, İbadet Gibi Konular	25	18,2	21	9,6

Toplumsal ve kişisel olaylara karşı ilgi alanlarının ölçülmeye çalışıldığı bu tabloda katılımcılardan en çok sohbet ettikleri üç konuyu işaretlemeleri istenmiştir. Yahya Kaptan mahallesindeki katılımcıların %56’sı ülke konuları ve sorunları, %37’si özel hayatı, %32’si ise insan akraba ilişkileri ve terör hakkında sohbet etmektedir. Fatih Mahallesi’nde ise katılımcıların %39’u ülke konuları ve sorunları, %38’i özel hayat ve %36’sı insan akraba ilişkileri hakkında

konuşmaktadır. İki mahallede de katılımcıların en fazla oranda “ülke konuları ve sorunlar”ı hakkında sohbet ettikleri tespit edilmiştir. Ancak Fatih mahallesinde her üç sohbet konularına ilgi düzeyi hemen hemen aynı orandayken, Yahya Kaptan’da ülke sorunları ve konularının daha yüksek ilgi düzeyine sahip olduğu saptanmıştır.

Tablo 6: Fatih Mahallesi Toplumsal ve Siyasal Konulara Katılım Tür ve Düzeyleri

Toplumsal ve Siyasal Konulara Katılım Tür ve Düzeyleri	Evet		Hayır		Cevap Yok		Toplam	
	Adet	Oran (%)	Adet	Oran (%)	Adet	Oran (%)	Adet	Oran (%)
Siyasal partiye üyelik	32	23,4	99	72,3	6	4,3	137	100,0
Siyasal partilerin seçim çalışmalarında aktif görev alma	41	29,9	93	67,9	3	2,2	137	100,0
Desteklenen partiye karşı oy toplama; arkadaş aile çevresini ikna etme	61	45,6	71	51,8	5	3,6	137	100,0
Desteklenen partinin bayrak veya afişini eve asma	58	42,4	73	53,3	6	4,3	137	100,0
Sivil toplum örgütüne üyelik	31	22,6	93	67,9	13	9,5	137	100,0
Herhangi bir konuda destek, protesto ve boykot eylemine katılma	44	32,1	86	62,8	7	5,1	137	100,0
Herhangi bir konuda imza kampanyasına katılma	39	28,5	89	65,0	9	6,5	137	100,0

Katılımcıların siyasal katılım tür ve düzeylerini tespit etmeye yönelik sorular yöneltilmiştir. Fatih Mahallesi’ndeki katılımcıların %45’inin destekledikleri partiye karşı çevresindeki insanları ikna etmeye çalıştıkları bulgusuna ulaşılmıştır. Katılımcıların %42’sinin destekledikleri partinin bayraklarını ev veya işyeri camlarına astıkları, %32’sinin herhangi bir konuda destek, protesto eylemine katıldığı; %29 oranında seçim çalışmalarında aktif görev aldıkları; %28 oranında ise herhangi bir konuda imza kampanyasına katıldıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların %23 ve %22’si ise herhangi bir siyasal parti ve/veya sivil toplum örgütüne üye oldukları verisine ulaşılmıştır. Fatih mahallesindeki katılımcıların destekledikleri siyasal parti için daha aktif katılım gösterdikleri tespit edilmiştir.

Tablo 7: Yahya Kaptan Mahallesi Toplumsal ve Siyasal Konulara Katılım Tür ve Düzeyleri

Toplumsal ve Siyasal Konulara Katılım Tür ve Düzeyleri	Evet		Hayır		Cevap Yok		Toplam	
	Adet	Oran (%)	Adet	Oran (%)	Adet	Oran (%)	Adet	Oran (%)
Siyasal partiye üyelik	37	16,9	180	82,2	2	,9	219	100,0
Siyasal partilerin seçim çalışmalarında aktif görev alma	64	29,2	155	70,8	5	1	219	100,0
Desteklenen partiye karşı oy toplama; arkadaş aile çevresini ikna etme	88	40,2	39	17,8	2	,9	219	100,0
Desteklenen partinin bayrak veya afişini eve asma	29	13,2	171	78,1	7	3,2	219	100,0
Sivil toplum örgütüne üyelik	65	29,7	149	68,0	5	2,3	219	100,0
Herhangi bir konuda destek, protesto ve boykot eylemine katılma	127	58,0	88	40,2	4	1,8	219	100,0
Herhangi bir konuda imza kampanyasına katılma	138	63,0	78	35,6	3	1,4	219	100,0

Katılımcıların %63'ü herhangi bir konuda imza kampanyasına % 58'i ise destek, protesto ve boykot eylemine katıldıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların %40'ının destekledikleri parti için çevresindeki insanları oy vermeye ikna etmeye çalıştıkları; %29'unun bir sivil toplum örgütüne üye olduğu ve seçim çalışmalarında görev aldıkları; %16'sının ise bir siyasi partiye üye oldukları tespit edilmiştir. %13 gibi düşük düzeyde ise destekledikleri partinin bayrağını ev veya işyerlerine astıkları bulgusuna ulaşılmıştır. Yahya Kaptan mahallesindeki katılımcıların toplumsal konulara karşı daha aktif katılım gösterdikleri ve sivil toplum örgütüne daha yüksek oranda üye oldukları tespit edilmiştir.

Tablo 8: Sosyal Medya Aracılığıyla Siyasal ve Toplumsal Katılım Düzeyi

Sosyal Medya Aracılığıyla Toplumsal Katılım Düzeyleri	Fatih Mah.				Yahya Kaptan Mah.			
	Evet		Hayır		Evet		Hayır	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Sosyal medya aracılığıyla herhangi bir konuda protesto eylemine katılma	20	36,4	35	63,6	81	55	66	45
Sosyal medya aracılığıyla herhangi bir konuda imza kampanyasına katılma	24	44,4	30	55,6	75	51,3	71	48,7

Yahya Kaptan Mahallesi'ndeki katılımcıların sosyal medyayı ve interneti daha yoğun olarak kullandıkları verisine daha önceki tabloda ulaşılmıştır. Bu mahalledeki katılımcıların yarısından fazlası sosyal medya aracılığı ile örgütlenerek herhangi bir toplumsal konuda imza kampanyası, protesto veya eyleme katıldıklarını belirtmişlerdir. Fatih Mahallesi'ndeki katılımcıların sosyal medya kullanım düşüklüğüne paralel olarak sosyal medya aracılığıyla toplumsal katılım düzeyleri de daha düşük çıkmıştır.

Tablo 9: Siyasal Katılım Aracı Olarak Sosyal Medyanın Kullanımı

	Yahya Kaptan Mah.			Fatih Mahallesi		
	N	Ortalama	S.s.	N	Ortalama	S.s.
Sosyal medyada gerekli bulduğum konularda protesto, destek ya da boykotlara katılıyorum	135	2,61	1,246	48	3,08	1,048
Yanlış bulduğum politikaları sosyal medyadan eleştiririm	134	3,41	,860	51	3,25	1,036
Sosyal medyada insanlar siyasi iktidara eleştirilerini yöneltebiliyor	131	1,96	1,140	45	2,62	1,302
Sosyal medyada birçok konuda kamuoyu oluşumuna katkıda bulunuyorum	132	2,62	1,156	49	2,90	1,279
Herhangi bir konuda görüşümü siyasi partilerin sosyal medya hesaplarına iletirim	136	2,66	1,124	48	2,79	1,184
Sosyal medya iktidara/yetkililere sesimizi duyurabileceğimiz etkili bir mecra	130	3,50	,729	50	3,32	,913
Sosyal medyada siyasi partilerin hesaplarını izlerim	126	2,10	1,199	49	2,51	1,260
Sosyal medyayı geleneksel medyadan (gazete, dergi, televizyondan) daha güvenilir buluyorum	134	2,98	1,037	49	2,90	1,065
Gazetelerde ve televizyonlarda yer verilmeyen birçok konudan Sosyal medya sayesinde haberdar oluyorum	134	3,09	1,079	49	3,04	1,040

Her iki mahalledeki katılımcılar da sosyal medyayı iktidara ve yetkililere karşı seslerini duyurabilecekleri etkili bir mecra olarak kabul etmişlerdir. Buna rağmen sosyal medya ile siyasal iktidara karşı eleştirilerini yöneltip yöneltmediklerine dair soruya Yahya Kaptan mahallesindekiler katılmadıklarını belirtmiş; Fatih Mahallesindekiler ise kararsızlık ve biraz katılma arasında kalmışlardır. Her iki mahallede de katılımcılar sosyal medya üzerinden yanlış buldukları politikaları eleştirdiklerini; gazete ve televizyon gibi geleneksel medyada yer verilmeyen çoğu konudan sosyal medya aracılığıyla haberdar olduklarını belirtmişlerdir. Sosyal medya aracılığıyla protesto, eylem ve boykotlara Yahya kaptan mahallesindekiler katılmazken, Fatih Mahallesi'ndeki katılımcılar katıldıklarını belirtmişlerdir. Sosyal medyanın birçok konuda kamuoyu oluşturmaya olanak sağladığı; siyasi partilerin hesaplarını sosyal medyadan takip ettikleri ve siyasal partilere görüşlerini ilettikleri konularında ise kararsız kalmışlardır.

Sonuç ve Tartışma

Siyasal toplumsallaşma, bireyin içinde yaşadığı siyasal sistemle bütünleşme ve etkileşimi sonucunda oluşan siyasal çevreye ilişkin tutum, düşünce, davranışlarını kapsamaktadır. Bireylerin siyasal katılım tür ve düzeyleri toplumdaki topluma veya aynı toplumda bireyden bireye değiştiği gibi zamanın ruhuna göre de birbirinden farklılık gösterebilmektedir. Oy vermek, toplanmak, eylem yapmak veya siyasi parti kurmak gibi siyasal iktidarı şekillendirme ve etkileme gücüne sahip olan bireylerin siyasal alana katılımı, siyasal iletişim çalışmalarının diğer bir yönünü oluşturmaktadır. Çalışmada, siyasal iktidarın meşruluğunu sağlayan siyasal iletişim aktörlerine veya siyasal toplumsallaşma araçlarına duyulan güven düzeyi ile siyasal ve toplumsal konulara katılım arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışılmıştır. Katılımcı ve etkileşimli yapısından dolayı yeni iletişim teknolojilerinin özellikle sosyal medyanın da farklı sosyo-ekonomik özellikteki iki mahallede siyasal katılım aracı olarak kullanım düzeyi tespit edilmiştir.

Siyasal toplumsallaşma araçlarına karşı duyulan güven düzeyi ile siyasal katılım düzeyi arasında bir paralellik olduğu yönündeki birinci varsayımı sınamak için katılımcılara sorular yöneltilmiştir. Düşük eğitim ve gelir seviyesine sahip daha geleneksel bir yapıda olan Fatih Mahallesi'ndeki katılımcıların Cumhurbaşkanı, polis, Başbakanlık ve din adamlarına karşı güven duydukları sonucuna ulaşılmıştır. Yavaşgel'in (2004) çalışmasında da değindiği gibi ülkemizde devletin varlığını ve birliğini korumaya yönelik bir siyaset anlayışının hala devam ettiği görülmektedir. Bu mahalle için güven duyulan kişi ve kurumlar arasında devlet mekanizmaları gelmektedir. Daha yüksek eğitim ve gelir seviyesine sahip olan Yahya Kaptan Mahallesi'ndeki katılımcılar ise bilim insanlarına ve askere karşı güven duyduklarını belirtmişlerdir. Yahya Kaptan'daki katılımcılar sadece HDP liderini güvenmez bulurken; Fatih'tekiler HDP ve CHP liderlerini, hukukçu ve sivil toplum örgütlerini güvenilmez bulmuştur. Her iki mahallede diğer siyasal aktörlere karşı güven konusunda kararsız kalmışlardır. Kendi siyasal görüş ve ideolojilerine uygun olduğu ölçüde bu aktörlere "güvenebileceklerini" belirtmişlerdir. Genel olarak her iki mahalle için de siyasal toplumsallaşma aktörlerine güven düzeyinin düşük çıktığı sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma bulgularına göre gelir ve eğitim seviyesi daha yüksek olan Yahya Kaptan Mahallesi yeni iletişim teknolojilerini geleneksel medyaya göre daha yoğun oranda kullanırken Fatih Mahallesi ise hala geleneksel medyayı daha yoğun oranda takip etmektedir. Başlıca bilgi ve enformasyon kaynağı olan, tarafsızlık iddiası bulunan haberlerin güvenilirliği Yahya Kaptan Mahallesi için oldukça düşük çıkmıştır. Fatih mahallesinde ise katılımcıların neredeyse yarısı haberi güvenilir bulmuştur. Sosyal medya güvenilirliği konusunda katılımcıların çoğu paylaşılan içeriklerin doğruluğu konusunda kuşku duymakta ve geleneksel medyayı hala daha güvenilir bulmaktadır. Sosyal medyayı, alternatif haber kaynağı olarak kullandıkları ve yanlış buldukları politikaları sosyal medyadan eleştirdiklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların sosyal medyayı bir siyasal katılım aracı olarak çok etkin kullanmadıkları tespit edilmiştir.

Katılımcıların siyasal katılım tür ve düzeylerini tespit etmeye yönelik sorulardan elde edilen bulgulara göre siyasal katılım düzeyinin Fatih mahallesinde daha yüksek çıktığı ve katılımın

siyasal parti odaklı çalışmalar olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Politik aktörlere karşı daha yüksek güven duyan Fatih mahallesindeki katılımcıların, en çok oranda destekledikleri partiye karşı çevresindeki insanları ikna etmeye çalıştıkları, partinin bayraklarını ev veya işyeri camlarına astıkları ve bir siyasal partiye üye oldukları tespit edilmiştir. Parti bağlılığı ve aidiyetinin daha yüksek çıktığı bu bölgede insanlar en çok çevresindekileri kendi partilerine oy verdirmek için ikna çalışmalarında bulduklarını belirtmişlerdir. Siyasal toplumsallaşma aktörlerine karşı daha düşük güven düzeyine sahip olan Yahya Kaptan mahallesindeki katılımcıların ise toplumsal konulara daha çok yöneldikleri verisine ulaşılmıştır. Buradaki katılımcılar daha yüksek düzeyde sivil toplum örgütüne üyedir ve toplumsal konularda eylemlere katıldıklarını belirtmiştir. Buna göre en yüksek katılım türü olarak herhangi bir konuda imza kampanyasına, destek, protesto ve boykot gibi eylemlere katıldıkları görülmüştür.

Elde edilen bulgulara göre her iki mahallede de katılımcıların siyasal ilgi düzeyleri yüksek çıkmıştır. Katılımcıların birinci sırada *ülke konuları ve sorunları* hakkında, ikinci sırada *özel hayatıyla* ilgili üçüncü sırada ise *insan, akraba ilişkileri* hakkında sohbet ettikleri ortaya çıkmıştır. Katılımcıların siyasal ilgi düzeyi oldukça yüksek olmasına rağmen siyasi katılım düzeyleri düşük kalmaktadır. Katılımcılar siyasal ilgilerini eyleme geçirme konusunda daha geri plandadırlar. Bireylerin güven duymadıkları siyasal yapıya ve aktörlerine karşı katılımlarının da düşük olacağı yönündeki varsayım da büyük ölçüde doğrulanmıştır. Katılımcılar ilgilerini eyleme dökme konusunda daha geri planda kalmıştır. İletişim ve ilişkilerin başlamasında önemli yer tutan “güven” kavramı insanların bir konu hakkında ikna olmaları ve harekete geçmeleri için etken faktörlerdendir. İletişim uzmanları nasıl kaynak ve araç güvenilirliğine yönelik çalışmalar yapıyorsa, siyasal iletişim aktörlerin de öncelikle güvenilirliklerini artırıcı çalışmalara yönelmeleri gerektiği düşünülmektedir. Güven duyulmayan siyasal sisteme karşı katılımın olması beklenilmemektedir.

KAYNAKÇA

- Akar, E.(2010). *Sosyal Medya Pazarlaması: Sosyal Webde Pazarlama Stratejileri*, Ankara: Efil Yayınları.
- Alver, F. ve Yolçu, N. (2011). “Türk Basınında Arap Ülkelerindeki Kitle Ayaklanmalarına İlişkin Haberlerin İçerik Analizi”, *Uluslararası Orta Doğu Kongresi*, 1-2 Kasım 2011 (s. 236-342). Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Yayınları.
- Anık, C. (2000). *Siyasal İkna*, Ankara: Vadi Yayınları
- Arıkan, R. (2013). *Araştırma Yöntem ve Teknikleri*, 2. bs., Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- Atabek, N. ve Dağtaş, E. (1998) *Kamuoyu ve İletişim*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları, nu: 139.
- Aziz, A. (2003). *Siyasal İletişim*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- Baykal, D. (1970). *Siyasal Katılma: Bir Davranış İncelemesi*. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları Nu: 302. Ankara: Sevinç Matbaası.
- Bektaş, A. (2007). *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi*. 3. bs. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Boztepe, H. (2013). “Halkla İlişkiler Perspektifinden Güven Kavramı: Katılımcılık, Şeffaflık ve Hesap Verebilirlik İlkelerinin Kamu Kurumlarına Yönelik Güvenin Oluşmasındaki Rolü”. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. 2013 / II 45, 53- 74.
- Cılızoğlu, G. (2004). *Sivil Toplum Örgütlerinin İletişim Süreci*, Kocaeli: Yayıncı Yayınları
- Çam, E. (2005). *Siyaset Bilimine Giriş*, 9.bs., İstanbul: Der Yayınları
- Dinçer, M. K. (1998) *Lobicilik*, İzmir: Alfa Yayın
- Erdoğan, İ. (2007). *Pozitivist Metodoloji: Bilimsel Araştırma Tasarımı İstatistiksel Yöntemler analiz ve Yorum*. 2. Bs. Ankara: Erk yayınları
- Eroğul, C.(1999). *Devlet Yönetimine Katılma Hakkı*, 2.bs., Ankara: İmge Kitabevi.
- Kalender, A. (2000). *Siyasal İletişim: Seçmenler ve İkna Stratejileri*, Konya: Çizgi Kitabevi.
- Kapani, M. (2010). *Politika Bilimine Giriş*, 25. bs., Ankara: Bilgi Yayınevi
- Kaya, R. (1985). *Kitle İletişim Sistemleri*. Ankara: Teori Yayınları
- Kışlalı, A. T. (1991). *Siyasal Sistemler*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Kışlalı, A. T. (2008). *Siyaset Bilimi*. 13. bs., Ankara: İmge Kitabevi.
- Köker, E. (1998). *Politikanın İletişimi, İletişimin Politikası*, Konya: Vadi Yayınları
- MacBride, S. (1993). *Bir Çok Ses Tek Bir Dünya*. çev. Ertuğrul Özkök. Unesco Türkiye Milli Komisyonu. Ankara.
- Milburn, M. A. (1998). *Sosyal Psikolojik Açından Kamuoyu ve Siyaset*. çev. Ali Dönmez ve Veli Duyan. Ankara: İmge Kitabevi.
- Oskay, Ü. (2000). *Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş*. 5.bs. İstanbul: Der Yayınları.

- Pelenk, A. (2010). “Güven Kavramı: Sivil Toplum Örgütleri, Medya, Hükümet ve Ticari Kuruluşlara yönelik Ampirik Bir Araştırma”. Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi: Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Pelenk, A. (2014) “Politik İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya: Üniversite Öğrencileri Üzerine Ampirik Bir Araştırma”. *Dijital İletişim Etkisi Uluslararası Akademik Konferansı Bildiri Kitabı*. 16-17 Ekim 2014 (s. 98-116). İstanbul: İskenderiye Kitap.
- Severin, W.J. ve Tankard, J. W. (1994). İletişim Kuramları: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımı. çev. Ali Atıf Bir ve Serdar Sever. Eskişehir: Kibele Sanat Merkezi.
- Timisi, N. (2003). Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi. Ankara: Dost Kitabevi.
- Turan, İ. (1987). Siyasal demokrasi, Siyasal Katılma, Baskı Grupları ve Sendikalar. Belediye İş Sendikası Eğitim Yayınları. İstanbul: Hazar Matbaacılık.
- Uysal, B. (1984). Siyasal Katılma ve Katılma Davranışına Ailenin Etkisi. Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları No: 209. Ankara: Sevinç Matbaası.
- Yavaşgel, E. (2004). Siyasal İletişim: Kavramlar ve Ardındakiler, Ankara: Babil Yayınları

İnternet Kaynakları

- Kiousis, S. (2001). “Public trust or Mistrust? Perceptions of Media Credibility in The Information Age”. *Mass Communication and Society*. 4:4. ss. 381-403. Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Erişim Tarihi [08.08.2016]
- http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1207/S15327825MCS0404_4?needAccess=true
- Sztompka, P.(1999). *Trust: A Sociological Theory*. United Kingdom: Cambridge University Press. Erişim Tarihi [10.08.2016]
- https://books.google.com.tr/books?id=ZrwwSrK5I8AC&printsec=frontcover&hl=tr&source=gs_b_s_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false