



## Siyasal Bilgilenme ve Çift-Yönlü Siyasal İletişim Bağlamında KKTC'de Sosyal Medyanın Demokrasi Açısından Önemi

*The Importance of Social Media in TRNC within the Context of Political  
Information, Two-Way Political Communication and Democracy*

Öğr. Gör. Sevilay Arslan\* - Prof. Dr. Hikmet Seçim\*\*

### Özet

*Bu çalışmanın amacı, KKTC'de siyasal iletişimde sosyal medya kullanımının, siyasal bilgilenme olanağı sağlamada ve çift yönlü siyasal iletişimin gerçekleşmesinde üstlendiği rol bağlamında, demokrasi açısından önemini ortaya koymaktır. Bu amaçla, KKTC 2013 Milletvekilliği Erken Genel Seçimlerinin hemen sonrasında yaptığımız geniş kapsamlı bir alan araştırması sonucunda elde edilen ilgili bulgular analiz edilmiştir. Sonuç olarak, sosyal medyanın siyasal iletişim sürecinde, siyasal bilgi, talep ve görüş paylaşımını arttıran önemli bir mecra haline geldiği belirlenmiştir. Bu çerçevede, KKTC'de yaşayan Türkler için siyasal iletişimde sosyal medya kullanımının; liberal yaklaşımlara dayanan mobilizasyon kuramında öngörüldüğü üzere, demokrasinin daha işlevsel bir biçimde var olmasında önemli bir yere sahip olduğu neticesine ulaşılmıştır.*

**Anahtar kelimeler:** *Siyasal İletişim, Sosyal Medya, İfade Özgürlüğü, Demokrasi.*

### Abstract

*This study aims exploring the importance of using social media in political communication as a provider of political information and as a channel for two-way political communication between the voters and candidates. For this purpose, data gathered from a field survey conducted shortly after Turkish Republic of Northern Cyprus (TRNC) 2013 General Election were analyzed with descriptive methods. In conclusion, it was found that social media has become an important medium that increases the frequency of sharing political information, claim and view. In this context, it was also found that using social media in political communication is playing an important role for a more functional democracy as proposed in the mobilization theory which is based on the liberal theory.*

**Keywords:** *Political Communication, Social Media, Freedom of Expression, Democracy*

Tarih boyunca insanoğlu eylem ve söylemlerini geniş kitlelere duyurarak beklenen tutum ve davranış değişikliklerini oluşturmak amacıyla birçok yöntem ve araca başvurmuştur. Bu yöntem ve araçlar, iletişim teknolojilerinin gelişimine koşut olarak sürekli değişim göster-

---

\* Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi, soren@ciu.edu.tr

\*\* Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi, hsecim@ciu.edu.tr

miştir. Bu çerçevede, giderek gelişen iletişim teknolojileri önceki dönemlerden oldukça farklı niteliklere sahip yeni iletişim mecralarının ortaya çıkmasına yol açmıştır.

Yeni iletişim teknolojilerinin sunduğu iletişim ortamlardan biri de sosyal medyadır. Kullanıcılarına karşılıklı bilgi ve görüş paylaşımında bulunma olanağı sağlayan online araçlar ve web siteleri olarak tanımlanan sosyal medya [Kietzmann vd. 2011: 241]; günümüzde, siyasal iletişimde kullanılan araçlardan biri olarak işlev görmeye başlamıştır.

Siyasal iletişimde sosyal medya kullanım sıklığının giderek artması, demokrasi ve siyasal iletişim ilişkisi içerisinde sosyal medyanın yerinin ve öneminin ne olduğu sorusunu da gündeme getirmiştir. Bu bağlamda, siyasal bilgilenme, siyasal katılım, demokrasi ve sosyal medya arasındaki ilişki ve etkileşim konularına yönelik akademik ilgi artmıştır.

Bu çalışmanın amacı, siyasal iletişimde sosyal medya kullanımının KKTC'de yaşayan Türkler için, siyasal bilgilenme olanağı sağlamada ve seçen ile seçilen arasındaki çift yönlü siyasal iletişimin gerçekleşmesinde üstlendiği rol bağlamında, demokrasi açısından önemini ortaya koymaktır. Bu amaçla, KKTC 2013 Milletvekilliği Erken Genel Seçimleri'nin hemen sonrasında yaptığımız geniş kapsamlı bir alan araştırması sonucunda elde edilen ilgili bulgular betimsel türde ilişkisel tarama yönteminden yararlanılarak analiz edilmiştir.

Analiz sürecinde, sosyal medyanın KKTC'de yaşayan Türkler için siyasal bilgilenme olanağı sağlama düzeyi; farklı demografik özelliklere sahip seçmenlerin bu mecradan yararlanarak siyasal bilgi edinme sıklığı ile ölçülmüştür.

KKTC'de siyasal iletişimde sosyal medya kullanımının seçen ile seçilen arasındaki çift yönlü siyasal iletişimin gerçekleşmesindeki etki düzeyi ise; farklı demografik özelliklere sahip seçmenlerin bu mecradan yararlanarak siyasal konulara dair talep ve görüşlerini ifade etme düzeyleri bağlamında değerlendirilmiştir. Ayrıca, KKTC'de yaşayan Türk seçmenlerin siyasal bilgi edinmek için sosyal medyadan yararlanma sıklıkları ile siyasal konulara ilişkin talep ve görüşlerini sosyal medya araçlarını kullanarak iletme düzeyleri arasındaki ilişki analiz edilmiştir.

## 1. Siyasal İletişimde Sosyal Medya Kullanımı

Siyaset üzerinde doğrudan veya dolaylı etkisi olan iletilerin oluşturulma, gönderilme ve alınma süreci şeklinde tanımlanan siyasal iletişim [Graber ve Smith 2005: 479]; belirli siyasi amaçlara ulaşmak için siyasal aktörler tarafından girilen tüm iletişim biçimlerini kapsamaktadır [Mc Nair 2008: 4].

Toplumlar büyüdükçe, toplumsal gelişme hızlandıkça, kültürler farklılaştıkça, siyasal iletişimin içeriği, aktörleri, yöntem ve teknikleri de değişim göstermiştir. Önceleri sözlü olarak gerçekleştirilen siyasal iletişim, teknolojik gelişmelere paralel olarak sırasıyla yazılı, basılı ve elektronik ortamlarda yürütülmüştür. Günümüzde ise siyasal iletişim faaliyetleri belirtilen ortamların yanı sıra sanal mecralar olan internet ve sosyal medya üzerinden yürütülmeye başlanmıştır.

Web 2.0'ın teknolojik ve ideolojik temellerine dayanan, içeriğin oluşturulmasında ve değiştirilmesinde kullanıcının aktif görev almasına olanak tanıyan internet temelli uygulamalar olarak tanımlanan [Kaplan ve Haenlein 2010: 53; Kietzmann vd. agm: 241] sosyal medyanın siyasal iletişimde bir araç olarak kullanımının tarihsel gelişimine bakıldığında, bu mecraanın temelini oluşturan internetin, 1990'lı yıllarda, ABD'de seçmenlere siyasal içerikli iletiler göndermek, onların siyasal katılımını arttırmak ve oy verme kararlarını etkilemek amacıyla kullanılmaya başlandığı görülmektedir. 2000'li yıllarda büyük bir hızla yaygınlaşan internet ve sosyal medya, günümüzde özellikle ABD ve Avrupa Ülkelerinde, siyasal

aktörler ve vatandaşlar arasında gerçekleşen siyasal iletişimde oldukça önemli bir konuma yerleşmiştir.

KKTC'de ise özellikle 2009 ve 2013 Genel Seçimleri incelendiğinde, siyasal partilerin, liderlerin/adayların yürüttükleri siyasal iletişim faaliyetlerinde sosyal medyayı (ABD ve Avrupa'daki kadar olmasa da) etkin olarak kullandıkları görülmektedir. Partiler, sosyal medya araçlarında oluşturdukları hesaplarda, ideolojileri, adaylarının tanıtımları, miting programları, seçim bildirgeleri, parti şarkıları vb. yer vermiştir.

Sosyal medyanın bir siyasal iletişim aracı olarak ilk kez kullanılmaya başlandığı 1990'lı yıllardan itibaren, bu mecranın siyasal alana ve demokrasiye etkilerine ilişkin tartışmalar gündeme gelmiştir. Blumler ve Kavanagh [Blumler ve Karanagh, 1999: 211-213] tarafından "siyasal iletişimde üçüncü çağ" olarak adlandırılan bu dönemde, sosyal medyanın özellikle siyasal bilgiyi toplumun geniş kitlelerine yayma, yeni fikirlerin gelişmesini sağlama ve siyasal katılım düzeyini artırma bağlamında demokrasinin sağlıklı işleyebilmesindeki rolüne ilişkin birçok araştırma yapılmıştır. Yapılan çalışmalar, konuya ilişkin farklı yaklaşımların ortaya çıkmasına yol açmıştır.

## 2. Siyasal İletişimde Sosyal Medya Kullanımı ve Demokrasi İlişkisine Dair Yaklaşımlar

Sosyal medya ve demokrasi ilişkisine yönelik geliştirilen yaklaşımları iki temel başlık altında incelemek mümkündür. Belirtilen yaklaşımlardan ilki, mobilizasyon yaklaşımı olarak anılan ve siber-optimist bir bakış açısıyla şekillendirilen yaklaşımdır. Mobilizasyon yaklaşımı temellerini, tarih boyunca kitle iletişim araçları ve demokrasi arasında bir ilişki olduğunu kabul eden yaklaşımlara, teknolojik gelişmelerin toplumsal değişim ve dönüşümlere neden olduğunu öngören yaklaşımlara ve katılımcı demokrasinin mümkün olduğunu savunan yaklaşımlara dayandırmaktadır [Zittel 2004: 237].

Mobilizasyon yaklaşımı çerçevesinde, siyasal iletişim sürecinde sosyal medyanın toplumdaki farklı gruplar arasında siyasal bilginin dolaşımını kolaylaştırıp hızlandırdığı; siyasal bilgi akışında yeni fırsatlar yaratarak bu grupların nitelik ve nicelik açısından daha fazla siyasal bilgiye erişmelerini sağladığı ileri sürülmüştür. Bu yaklaşıma göre sosyal medya, siyasal bilgiye hızlı, ucuz ve sınırsız erişim sağlama özellikleri sayesinde, siyasal yaşamda partiler, siyasal adaylar ve vatandaşlar için farklı işlevler görerek kamusal alandaki bilgi ve düşüncelerin gelişip zenginleşmesini sağlamaktadır [Anduiza vd. 2009: 866]. Böylelikle, siyasal açıdan daha fazla bilgilenen bireyler, siyasal konularda daha bilinçli ve seçici olmak zorunda kalmakta; seçici olan, konuyu bilen, tartışmalardan haberdar olan bireyler daha rasyonel tercih yapabilmektedir. Ayrıca, bireylerin siyasal bilgilenme düzeylerini arttıran sosyal medyanın, siyasal katılımı ve siyasal katılma türlerini arttırdığı kabul edilmiştir [Carpini 2000: 347-348; Shah vd. 2005: 55].

Mobilizasyon yaklaşımında, sosyal medyanın vatandaşlar ile siyasal iktidar arasında yeni bir iletişim ve müzakere kanalı olarak işlev gördüğü ileri sürülmüştür. Bu bağlamda, vatandaşlar ile siyasal iktidarın sürekli bir siyasal bilgi, görüş ve talep paylaşımı içerisinde olmalarına imkân tanıyan bu mecranın, yönetenlerle yönetilenler arasındaki mesafenin daralmasına yol açarak çift yönlü siyasal iletişimin gerçekleşme düzeyini arttırdığı kabul edilmiştir [Himmelboim vd., 2012: 106-108; Metzgar ve Maruggi, 2009: 145-146; Norris 2014: 118]. Böylelikle, bu mecranın toplumdaki farklı grupların, siyasal konulara dair eşit bir şekilde bilgi edinme, görüş ve taleplerini kamusal olarak ifade etme ve iktidarı denetleme gibi haklarını kullanma olanaklarını genişlettiği iddia edilmiştir. Sosyal medyanın kolay ve evrensel erişime açık olma, kontrol edilemez tartışma ortamları yaratabilme ve evrensel bir

kamusal alan oluşturabilme özellikleri ile demokrasinin temel koşullarından olan bu hakların kullanılma düzeyini arttırarak demokrasiyi güçlendirdiği öngörülmüştür [Buchstein 1997: 251].

Sosyal medyanın demokrasi ile ilişkisine dair formüle edilmiş ikinci yaklaşım ise pekiştirme yaklaşımı olarak anılmakta; eleştirel ve siber-pesimist bir bakış açısına dayanmaktadır. Bu anlayışa göre, cinsiyet ve sınıfsal konum gibi çeşitli demografik faktörlere bağlı olarak bireylerin yeni iletişim teknolojileri kullanımında bir farklılık söz konusudur. Belirtilen farklılık "dijital bölünme" şeklinde adlandırılmaktadır.

Siyasal iletişimde sosyal medya kullanımı ve demokrasi arasındaki ilişkiye eleştirel bir bakış açısıyla yaklaşan pekiştirme kuramcıları, sosyal medyaya siyasal bilgi akışında atfedilen önemin belirtilen düzeyde olmadığını; bu mecranın siyasal bilgi edinmekten daha çok eğlence ve karşılıklı iletişim amaçlı kullanıldığını ileri sürmüştür [Dahlgren 2005: 151]. Ayrıca, vatandaşların özellikle seçim dönemlerine haber kaynağı olarak sosyal medyadan yararlandıkları ve internetin etkisinin, genel itibarıyla, Lazarsfeld tarafından geliştirilen "pekiştirme kuramı" ile açıklanabileceği kabul edilmiştir [Aziz 2007: 160]. Bu yaklaşım kapsamında, yeni iletişim teknolojilerinin, farklı demografik özelliklere sahip gruplar arasındaki siyasal bilgiye ulaşma ve siyasal iletişime katılma uçurumunu genişleterek, mevcut durum ve yapıyı pekiştirmeye hizmet ettiği varsayılmıştır [Aktaş 2004: 212]. Pekiştirme kuramcıları, internetin uluslararası kamusal alanın oluşumunu sağladığına ilişkin önermeleri reddetmiştir. Buna karşılık, haberin küresel dolaşımının halen söz konusu olmadığı, televizyonun en sık yararlanılan kitle iletişim aracı olma özelliğini koruduğu ve dünyayı anlamlandırmanın halen ulusal değerler çerçevesinde gerçekleştiği savunulmuştur. Ayrıca, güç ve iktidar kullanımındaki küresel eşitsizliğin var olduğu sürece, uluslararası kamusal alandan söz edilemeyeceği belirtilmiştir [Curran ve Witschge 2010: 103].

Pekiştirme yaklaşımı kapsamında, yeni iletişim teknolojilerinin yönetenler ile yönetilenler arasındaki mesafeyi daraltmak yerine iki taraf arasındaki çift yönlü siyasal iletişimi zayıflatarak siyasetçileri daha sembolik bir konuma yerleştirdiği iddia edilmiştir [Davis 2010: 132].

Teknolojik gelişmelere paralel olarak, her geçen gün sosyal medyada yeni uygulamalar ortaya çıkmakta ve bunların siyasal iletişim sürecinde kullanımı hızla yaygınlık kazanmaktadır. Bu durum, siyasal iletişimde sosyal medya kullanımının siyasal alana ve demokrasiye etkilerine ilişkin tartışmaların sürmesine ve konuyla ilgili araştırmaların yoğunlaşarak devam etmesine neden olmaktadır. Çalışmamızda, siyasal iletişimde sosyal medya kullanımı ve demokrasi arasındaki ilişki, bu mecranın siyasal bilgi, talep ve görüş paylaşım sıklığı üzerindeki etkisi bağlamında ve KKTC 2013 Milletvekili Erken Genel Seçimleri örneğinde araştırılmıştır.

### **3. Siyasal İletişimde Sosyal Medya Kullanımının Siyasal Bilgilenme ve Çift Yönlü Siyasal İletişim Üzerindeki Etkisi: Kkctc 2013 Milletvekili Erken Genel Seçimleri Örneği**

#### **3.1. Araştırma Yöntemi**

Bu araştırmanın amacı, siyasal iletişimde sosyal medya kullanımının KKTC'de yaşayan Türkler için, siyasal bilgilenme olanağı sağlamada ve seçen ile seçilen arasındaki çift yönlü siyasal iletişimin gerçekleşmesinde üstlendiği rol bağlamında, demokrasi açısından önemini ortaya koymaktır. Bu amaçla, KKTC 2013 Milletvekili Erken Genel Seçimleri'nin hemen sonrasında yaptığımız geniş kapsamlı bir alan araştırmasından elde edilen ilgili bulgular betimsel türde ilişkiisel tarama yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sürecinde,

sosyal medyanın KKTC'de yaşayan Türkler için siyasal bilgilenme olanağı sağlama düzeyi; farklı demografik özelliklere sahip seçmenlerin bu mecradan yararlanarak siyasal bilgi edinme sıklığı ile ölçülmüştür.

KKTC'de siyasal iletişimde sosyal medya kullanımının seçen ile seçilen arasındaki çift yönlü siyasal iletişimin gerçekleşmesindeki etki düzeyi ise; farklı demografik özelliklere sahip seçmenlerin bu mecradan yararlanarak siyasal konulara dair talep ve görüşlerini ifade etme düzeyleri bağlamında değerlendirilmiştir. Ayrıca, KKTC'de yaşayan Türk seçmenlerin siyasal bilgi edinmek için sosyal medyadan yararlanma sıklıkları ile siyasal konulara ilişkin talep ve görüşlerini sosyal medya araçlarını kullanarak iletme düzeyleri arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Belirtilen analizler, KKTC 2013 Milletvekilliği Erken Seçimlerinin hemen sonrasında yaptığımız geniş kapsamlı anket çalışmasının beşinci ve yedinci bölümlerinden elde edilen ilgili verilere uygulanmıştır.

Anketin beşinci bölümünde, seçmenlerin KKTC 2013 Milletvekilliği Erken Genel Seçimleri'nde siyasal bilgi edinmek ve siyasal konulara ilişkin talep ve görüşlerini iletme için sosyal medya araçlarından yararlanma düzeylerini belirlemeye yönelik ifadelere yer verilmiştir. Bu ifadelerden analiz kapsamına alınanlar şunlardır; "Siyasal bilgi edinmek için sosyal medyada yer alan siyasal içerikli iletlerden ve paylaşımlardan (yazılı metin, video, müzik ve fotoğraf) yararlandım", "Siyasal konulara ilişkin talep ve görüşlerimi dile getirmek için sosyal medya araçlarını kullandım", "Sosyal medya araçlarında paylaşılan siyasal içerikli iletlerle ilişkin yorum yazdım", "Sosyal medya aracılığıyla siyasi tartışma grubu oluşturdum". Belirtilen davranışların yapıma sıklığı, 5'li Likert ölçeğine uygun olarak, hiçbir zaman (1), nadiren (2), ara sıra (3), sıklıkla (4) ve her zaman (5) şeklinde ölçülmüştür.

Anketin yedinci bölümünde, anket uygulanan seçmenlerin demografik özelliklerinin tespit edilmesi amacıyla çeşitli sorulara yer verilmiştir. Böylelikle, seçmenlerin yaşı, cinsiyeti, eğitim düzeyi, hane halkı aylık geliri ve ikamet ettiği bölgeye ilişkin bilgi edinilmiştir.

Araştırma yapılan örnek olay olan KKTC 2013 Milletvekilliği Erken Genel Seçimleri, 28 Temmuz 2013 tarihinde gerçekleşmiştir. 5 siyasi partiden toplam 250 aday seçime katılırken, 7 kişi de bağımsız aday olarak seçime girmiştir.

Araştırmanın evrenini, KKTC 2013 Milletvekilliği Erken Genel Seçimleri'nde oy kullanma hakkına sahip olan tüm seçmenler teşkil etmiştir. KKTC Yüksek Seçim Kurumu, 2013 Milletvekilliği Erken Genel Seçimleri'nde oy kullanma hakkına sahip kişi sayısını 172,803 olarak açıklamıştır (<http://ysk.mahkemeler.net>). Seçmenler oylarını KKTC'nin 5 ilçesinde yer alan toplam 670 sandıkta kullanmıştır. Bu doğrultuda, anketin örneklem sayısı, 0,05 anlamlılık düzeyinde %95 güven aralığında 384 olarak belirlenmiştir. Ancak, araştırmanın 5 ilçede yapılmasından dolayı harcanacak kaynakların hâlihazırda büyük olması ve eksik doldurulabilecek anketler de dikkate alınarak örneklem sayısı 525'e çıkarılmıştır. Araştırmanın örnekleme kapsamına Lefkoşa, Gazimağusa, Güzelyurt, Girne ve İskele ilçelerinde oy kullanan seçmenler alınmıştır. 5 ilçeden seçilen örnek sayısı ise, ilçelerin seçmen sayısı göz önünde bulundurularak belirlenmiştir. Bu bağlamda, ülke genelinde kayıtlı seçmen sayısının yaklaşık %31,5'ini oluşturan 54.487 seçmenin kayıtlı olduğu Lefkoşa ilçesinden 167 seçmen örnekleme kapsamına alınmıştır. Ülke genelinde kayıtlı seçmen sayısının yaklaşık yüzde 26,1'ini oluşturan 45,184 seçmenin kayıtlı olduğu Gazimağusa ilçesinden 137 seçmen örnekleme dahil edilmiştir. Ülke genelinde kayıtlı seçmen sayısının yaklaşık yüzde 19,5'ini oluşturan 33,703 seçmenin kayıtlı olduğu Girne ilçesi 102 seçmen ile örnekleme içerisinde yer almıştır. Ülke genelinde kayıtlı seçmen sayısının yaklaşık yüzde 12,2'sini oluşturan 21,130 seçmenin kayıtlı olduğu Güzelyurt ilçesinden 64 seçmen örnekleme de yer almıştır. Ülke genelinde kayıtlı seçmen sayısının yaklaşık yüzde 10,6'sını oluşturan 18,299 seçmenin kayıtlı olduğu İskele ilçesinden ise 55 seçmen örnekleme kapsamına alınmıştır. Ayrıca, ilçeler

kendi içlerinde şehir merkezi, kasaba ve köy olmak üzere 3 bölgeye ayrılmış, her ilçenin üç bölgesinden seçmenin örneklem içinde yer alması sağlanmıştır.

Bu çalışmada, anket sonucunda sosyal medya kullanıcısı olduğu belirlenen 419 katılımcıya ilişkin veriler analiz kapsamına alınmıştır.

Yapılan araştırmada örnekleme yöntemi olarak sistematik rastlantısal örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Araştırma, KKTC 2013 Milletvekili Erken Genel Seçimleri'nde oy kullanma hakkına sahip seçmenleri kapsamaktadır. Bu bağlamda, araştırmaya dâhil edilen katılımcıların alt yaş sınırı 18 olarak belirlenmiştir. Bunun yanı sıra, sosyal medya kullanıcısı olan kişilerin daha çok genç ve orta yaş grubunda oldukları varsayımından hareketle, katılımcıların üst yaş sınırınının 60 olması uygun bulunmuştur.

Çalışmada, KKTC'de yaşayan Türkler için sosyal medyanın demokrasi açısından önemi, bu mecranın farklı demografik özelliklere sahip seçmenler tarafından siyasal bilgi edinmek, siyasal konulara ilişkin talep ve görüşleri ifade etmek için kullanılma düzeyi ile bir siyasal iletişim aracı olarak seçmenlerin siyasal talep ve görüş paylaşım sıklığı üzerindeki etkisi bağlamında değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda, "seçmenlerin demografik özelliklerine bağlı olarak siyasal bilgi edinmek, siyasal konulara ilişkin talep ve görüşlerini ifade etmek için sosyal medyadan yararlanma sıklıklarında anlamlı bir farklılık olup olmadığı" ve "siyasal bilgi edinmek için sosyal medyadan yararlanma sıklığı ile siyasal konularla ilgili talep ve görüşleri bu mecrayı kullanarak iletme sıklığı arasındaki ilişki", SPSS programında frekans analizi, tek-yönlü varyans analizi, korelasyon analizi ve t-testinden yararlanılarak analiz edilmiştir. Yapılan istatistik analizler neticesinde, p (significance) değerinin 0,05'ten küçük ya da eşit olması durumunda ( $0,01 < p \leq 0,05$ ), ortalamalar arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığın ya da anlamlılığın söz konusu olduğu kabul edilerek [Sipahi 2010: 120] ulaşılan bulgular değerlendirilmiştir ve yorumlanmıştır.

## 3.2. Bulgular ve Tartışma

### 3.2.1. Demografik Bilgiler

Tablo 1'de görüldüğü üzere, araştırmaya katılan seçmenlerin %29,4'ü 18-24 yaş grubunda, %35,7'si 25-34 yaş grubunda, %19,1'i 35-44 yaş grubunda ve %15,8'i ise 45-60 yaş grubundadır. Araştırmaya katılan seçmenlerin %52,0'ı kadın, %48,0'ı ise erkektir.

Anket uygulanan seçmenlerin %9,8'i ilkokul/ortaokul, %40,6'ı lise/ön lisans, %49,6'sı lisans/yüksek lisans ve üstü eğitim düzeyine sahiptir. Araştırmaya katılan seçmenlerin %5,3'ü 1300 ₺ ve altı, %12,6'sı 1301-2000 ₺, %44,9'u 2001-4000 ₺, %26,3'ü 4001-6000 ₺, %11,0'ı ise 6001 ₺ ve üstü hane halkı gelir düzeyine sahiptir. Ayrıca, seçmenlerin %47,5'i şehir merkezinde, %23,6'sı kasabada ve %28,9'u köyde ikamet etmektedir.

**Tablo 1: Araştırmaya Katılan Seçmenlerin Demografik Özellikleri**

Demografik Bilgiler	Frekans (f)	Yüzde (%)	
İkamet Edilen Bölge	Şehir Merkezi	199	47,5
	Kasaba	99	23,6
	Köy	121	28,9
	Toplam	419	100,0
Cinsiyet	Erkek	201	48,0
	Kadın	218	52,0
	Toplam	419	100,0

Hane Halkı Toplam Aylık Gelir Düzeyi	1300 ve altı	22	5,3
	1301-2000	53	12,6
	2001-4000	188	44,9
	4001-6000	110	26,3
	6001 ve üstü	46	11,0
	Toplam	419	100,0
Eğitim Düzeyi	İlkokul/Ortaokul	41	9,8
	Lise/Ön Lisans	170	40,6
	Lisans/ Yük. lisans ve üstü	208	49,6
	Toplam	419	100,0
Yaş	18-24	123	29,4
	25-34	150	35,7
	35-44	80	19,1
	45-60	66	15,8
	Toplam	419	100

### 3.2.2. Seçmenlerin Demografik Özelliklerine Göre Siyasal Bilgi Edinmek İçin Sosyal Medyadan Yararlanma Sıklıkları

Bu bölüm kapsamında, seçmenlerin demografik özelliklerine bağlı olarak siyasal bilgi edinmek için sosyal medyadan yararlanma sıklıklarında anlamlı bir farklılık olup olmadığı analiz edilmiştir. Anlamlı farklılıkların tespit edildiği durumlarda ise, korelasyon analizi yapılarak değişkenler arasındaki ilişkinin yönü belirlenmiştir. Sonuçlar değerlendirilerek, demografik değişkenlere bağlı olarak bir dijital bölünmenin bulunup bulunmadığı ve sosyal medyanın siyasal bilgiyi toplumdaki farklı gruplara yayabilme düzeyi araştırılmıştır.

Genel olarak seçmenlerin siyasal bilgi edinmek için sosyal medyadan yararlanma dağılımlarını gösteren Tablo 2'den edilen bilgilere göre, sosyal medya kullanan seçmenlerin %88,5'i, siyasal bilgi edinme gereksinimlerini bu mecradaki siyasal içerikli iletileri takip ederek karşılamıştır. Diğer bir ifadeyle sosyal medya, kullanıcılarının %88,5'inin siyasal bilgi edinme ihtiyacını karşılayan bir kaynak konumundadır.

**Tablo 2: Seçmenlerin Siyasal Bilgi Edinmek İçin Sosyal Medyadan Yararlanma Dağılımları**

Seçmenlerin Siyasal Bilgi Edinmek İçin Sosyal Medyadan Yararlanma Dağılımları	F	%
Siyasal Bilgi Edinmek İçin Sosyal Medyada Yer Alan Siyasal İçerikli İletiler Ve Paylaşımlardan (Yazılı Metin, Video, Müzik Ve Fotoğraf) Yararlanma Dağılımı	Yararlananlar	371 88,5
	Yararlanmayanlar	48 11,5
	Toplam	419 100

Tablo 3, 4 ve 5'deki sonuçlara göre, seçmenlerin cinsiyetlerine ( $F=0,158; p=0,326 > 0,05$ ), hane halkı toplam aylık gelir düzeylerine ( $F=0,353; p=0,787 > 0,05$ ) ve ikamet ettikleri bölgeye ( $F=0,482; p=0,618 > 0,05$ ) bağlı olarak siyasal bilgi edinmek için sosyal medyadan yararlanma sıklıklarında anlamlı bir farklılık söz konusu değildir. Diğer deyişle, cinsiyet, hane halkı aylık gelir düzeyi ve ikamet edilen bölge değişkenleri, seçmenlerin sosyal medyadan yararlanarak siyasal bilgi edinme sıklıklarında farklılığa neden olmamaktadır.

**Tablo 3: Cinsiyete Göre Siyasal Bilgi Edinmek için Sosyal Medyadan Yararlanma Sıklığına İlişkin t-Testi Sonuçları**

Demografik Özellikler	Cinsiyet Grupları	N	$\bar{X}$	S.S.	F	Sig. (p)
Siyasal Bilgi Edinmek için Sosyal Medyadan Yararlanma Sıklığı	Kadın	218	2,95	1,165	0,158	0,326
	Erkek	201	2,79	1,230		

**Tablo 4: Hane Halkı Toplam Aylık Gelir Düzeyine Göre Siyasal Bilgi Edinmek için Sosyal Medyadan Yararlanma Sıklığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları**

Demografik Özellikler	Gelir Grupları	N	$\bar{X}$	S.S.	F	Sig. (p)
Siyasal Bilgi Edinmek için Sosyal Medyadan Yararlanma Sıklığı	1 (2000 ₺ ve altı)	75	2,81	1,193	0,353	0,787
	2 (2001-4000 ₺)	188	2,93	1,186		
	3 (4001-6000 ₺)	110	2,92	1,235		
	4 (6001 ₺ ve üstü)	46	2,76	1,177		

**Tablo 5: İkamet Edilen Bölgeye Göre Siyasal Bilgi Edinmek için Sosyal Medyadan Yararlanma Sıklığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları**

Demografik Özellikler	İkamet Grupları	N	$\bar{X}$	S.S.	F	Sig (p)
Siyasal Bilgi Edinmek için Sosyal Medyadan Yararlanma Sıklığı	1 (Şehir Merkezi)	199	2,84	1,190	0,482	0,618
	2 (Kasaba)	99	2,86	1,212		
	3 (Köy)	121	2,98	1,200		

Ancak, Tablo 6'da görüldüğü üzere, farklı yaş gruplarındaki seçmenlerin ( $F=3,254; p=0,022 < 0,05$ ) siyasal bilgi edinmek için sosyal medyadan yararlanma sıklıklarında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

**Tablo 6: Yaşa Göre Siyasal Bilgi Edinmek için Sosyal Medyadan Yararlanma Sıklığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları**

Demografik Özellikler	Yaş Grupları	N	$\bar{X}$	S.S.	F	Sig (p)	Anlamlı Fark (Post Hoc - Tukey Test Sonuçları)	
Siyasal Bilgi Edinmek için Sosyal Medyadan Yararlanma Sıklığı	1 (18-24)	123	3,14	1,169	3,254	0,022	1-4	( $p=0,018$ )
	2 (25-34)	150	2,82	1,199			-	-
	3 (35-44)	80	2,85	1,148			-	-
	4 (45-60)	66	2,61	1,239			4-1	( $p=0,018$ )

Elde edilen veriler incelendiğinde, 18-24 yaş grubundaki seçmenlerin diğer yaş gruplarındaki seçmenlere oranla, sosyal medyadan siyasal bilgi edinme amaçlı daha sık yararlan-



dıkları ( $\bar{X}=3,14$ ) belirlenmiştir. Bununla beraber, 18-24 yaş grubunda yer alan seçmenler ile 45-60 yaş grubundaki seçmenlerin siyasal bilgi edinmek için sosyal medyadan yararlanma sıklıkları arasındaki farklılığın ( $p=0,018<0,05$ ) istatistiksel açıdan anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, yaş değişkeninin sosyal medya aracılığı ile siyasal bilgi edinme sıklığını etkilediğini ortaya koymuştur.

Tablo 7'deki analiz sonuçları incelendiğinde, eğitim düzeyi değişkenine bağlı olarak seçmenlerin siyasal bilgi edinmek için sosyal medyadan yararlanma sıklıklarında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık ( $F=4,569$ ;  $p=0,011>0,05$ ) bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Anlamlı farklılık lisans/yüksek lisans eğitime sahip seçmenler ile ilkokul/ortaokul ( $p=0,032$ ) ve lise/önlisans ( $p=0,045$ ) eğitim düzeyindeki seçmenler arasında mevcuttur.

**Tablo 7: Eğitim Düzeyine Göre Siyasal Bilgi Edinmek İçin Sosyal Medyadan Yararlanma Sıklığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları**

Demografik Özellikler	Eğitim Grupları	N	$\bar{X}$	S.S.	F	Sig (p)	Anlamlı Fark (Post Hoc - Tukey Test Sonuçları)	
Siyasal Bilgi Edinmek için Sosyal Medyadan Yararlanma Sıklığı	1 (İlkokul/Ortaokul)	41	2,56	1,119	4,569	0,011	1-3	( $p=0,032$ )
	2 (Lise/Önlisans)	208	2,79	1,205			2-3	( $p=0,045$ )
	3 (Lisans/Y. Lisans)	170	3,08	1,179			3-1,2	( $p=0,032$ ) ( $p=0,045$ )

Bulgular ışığında, eğitim düzeyi değişkeninin sosyal medya aracılığı ile siyasal bilgi edinme sıklığını etkileyen bir faktör olduğu belirlenmiştir.

Ulaşılan sonuçlar genel olarak değerlendirildiğinde, yaş ve eğitim düzeyi değişkenlerine bağlı olarak seçmenlerin siyasal bilgi edinmek için sosyal medyadan yararlanma sıklıklarının farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Diğer değişkenler için ise benzer bir sonuca ulaşılmamıştır. Aralarında anlamlı farklılık bulunan yaş ve eğitim düzeyi değişkenleri ile siyasal bilgi edinmek için sosyal medyadan yararlanma sıklığı değişkeni arasındaki ilişki korelasyon analizi ile test edilmiş ve sonuçlar Tablo 8'de verilmiştir.

**Tablo 8: Yaş ve Eğitim Düzeyine Göre Siyasal Bilgi Edinmek İçin Sosyal Medyadan Yararlanma Sıklığına İlişkin Korelasyon Analizi Sonuçları**

	Siyasal Bilgi Edinmek için Sosyal Medyadan Yararlanma Sıklığı	Yaş
Siyasal Bilgi Edinmek için Sosyal Medyadan Yararlanma Sıklığı	Pearson Korelasyon	1
	Sig. (2-uçlu)	-0,137**
	N	0,005
Yaş	Pearson Korelasyon	1
	Sig. (2-uçlu)	-0,137**
	N	0,005
	N	419
	N	419

	Siyasal Bilgi Edinmek için Sosyal Medyadan Yararlanma Sıklığı		Eğitim Düzeyi
Siyasal Bilgi Edinmek için Sosyal Medyadan Yararlanma Sıklığı	Pearson Korelasyon	1	0,146**
	Sig. (2-uçlu)		0,003
	N	419	419
Eğitim Düzeyi	Pearson Korelasyon	0,146**	1
	Sig. (2-uçlu)	0,003	
	N	419	419

Analiz sonuçları incelendiğinde, sosyal medyadan yararlanma sıklığı ile yaş ( $r=-0,137$ ;  $p=0,005<0,05$ ) ve eğitim düzeyi ( $r=0,146$ ;  $p=0,003<0,05$ ) değişkenleri arasındaki ilişkinin anlamlı düzeyde olduğu anlaşılmıştır. Analiz sonuçları, seçmenlerin yaşlarının küçüldükçe, siyasal bilgi edinmek için sosyal medyadan yararlanma sıklıklarının arttığını göstermiştir. Ulaşılan veriler ayrıca, seçmenlerin eğitim düzeylerinin yükseldikçe sosyal medyayı siyasal bilgi edinme amaçlı kullanım sıklıklarının da yükseldiğini ortaya çıkarmıştır.

### 3.2.3. Demografik Özelliklerine Göre Siyasal Bilgi Edinmek İçin Sosyal Medyadan Yararlanan Seçmenlerin Siyasal Konulara İlişkin Talep ve Görüşlerini Sosyal Medya Araçlarını Kullanarak İletme Sıklıkları

Bu başlık altında ilk olarak, siyasal bilgi edinmek için sosyal medyadan yararlanan seçmenlerin siyasal konularla ilgili talep ve görüşlerini yine bu araçları kullanarak iletme sıklıkları tespit edilmiştir. Ayrıca, demografik değişkenlere bağlı olarak seçmenlerin siyasal konulara ilişkin talep ve görüşlerini sosyal medya araçlarını kullanarak iletme sıklıklarındaki farklılıklar analiz edilip yorumlanmıştır. Anlamlı farklılıkların tespit edildiği durumlarda ise, korelasyon analizi yapılarak değişkenler arasındaki ilişkinin yönü belirlenmiştir. Böylelikle, sosyal medyanın KKTC'de yaşayan Türk seçmenlerin siyasal konulara ilişkin talep ve görüşlerini paylaşmasında, fikir alışverişinde bulunmasında, siyasal konulardaki tartışmalara katılmasında, kendi tartışma ortamlarını oluşturmasında ve bu bağlamda çift yönlü siyasal iletişimin gerçekleşmesinde üstlendiği rol ortaya çıkarılmıştır.

Siyasal bilgi edinmek için sosyal medya araçlarından yararlanan seçmenlerin, siyasal konulara ilişkin talep ve görüşlerini bu araçlar üzerinden iletme sıklıklarını saptamak amacıyla yapılan frekans analizi sonuçları Tablo 9'da yer almaktadır.

Analiz sonuçları, siyasal bilgi edinmek için sosyal medyadan yararlanan seçmenlerin %19,9'unun nadiren, %14,8'inin ara sıra, %11,9'unun sıklıkla ve %10,5'inin ise her zaman siyasal konulara ilişkin talep ve görüşlerini sosyal medya araçlarını kullanarak iletme sıklıklarını ortaya koymuştur.

Genel bir değerlendirme yapıldığında, yaygın bir biçimde kullanımının henüz yeni olmasına karşın, iletişim teknolojileri ile birlikte günden güne gelişen sosyal medyanın, araştırma kapsamına alınan seçmenlerin %57,1'inin siyasal konulara ilişkin talep ve görüşlerini ifade etmede kullandıkları bir araç haline geldiğini ortaya koymuştur.

**Tablo 9: Siyasal Bilgi Edinmek İçin Sosyal Medya Araçlarından Yararlanan Seçmenlerin Siyasal Konulara İlişkin Talep ve Görüşlerini Bu Araçları Kullanarak İletme Sıklıkları**

Siyasal Konulara İlişkin Talep ve Görüşleri Sosyal Medya Araçlarını Kullanarak İletme Sıklığı	SIKLIK DÜZEYİ	F	%
	Hiçbir zaman	159	42,9
	Nadiren	74	19,9
	Ara sıra	55	14,8
	Sıklıkla	44	11,9
	Her zaman	39	10,5
	<b>Toplam</b>	<b>371</b>	<b>100</b>
	SIKLIK DÜZEYİ	F	%
Hiçbir zaman	46	21,7	
Nadiren	56	26,4	
Ara sıra	50	23,6	
Sıklıkla	39	18,4	
Her zaman	21	9,9	
<b>Toplam</b>	<b>212</b>	<b>100</b>	
SIKLIK DÜZEYİ	F	%	
Hiçbir zaman	148	69,8	
Nadiren	32	15,1	
Ara sıra	17	8,0	
Sıklıkla	13	6,1	
Her zaman	2	0,9	
<b>Toplam</b>	<b>212</b>	<b>100</b>	

Analiz sonuçlarına göre, siyasal konulara ilişkin talep ve görüşlerini sosyal medya araçlarını kullanarak ileten seçmenlerin %78,3'ü sosyal medya araçlarında paylaşılan siyasal içerikli iletilere ilişkin yorum yazmıştır. Seçmenlerin toplamda %30,2'lik bir kısmı ise sosyal medyada siyasi tartışma grubu oluşturarak kendi tartışma ortamlarını yaratmıştır. Elde edilen istatistiksel veriler, seçmenlerin sosyal medyayı sadece bilgi edinmek için değil, aynı zamanda kendi siyasi görüşlerini ortaya koymak suretiyle siyasal iletişim sürecine aktif bir şekilde katılmak amacıyla kullandıklarını ortaya çıkarmıştır.

Yaş, eğitim düzeyi, cinsiyet, hane halkı toplam aylık gelir düzeyi ve ikamet edilen bölge değişkenlerine bağlı olarak siyasal bilgi edinmek için sosyal medyadan yararlanan seçmenlerin siyasal konulara ilişkin talep ve görüşlerini sosyal medya araçlarını kullanarak iletmeye sıklıklarındaki farklılıklar Tablo 10, 11, 12, 13 ve 14'de özetlenmiştir.

Analizi sonuçları, seçmenlerin yaş gruplarına ( $F=0,339$ ;  $p=0,797>0,05$ ), eğitim düzeylerine ( $F=0,011$ ;  $p=0,989>0,05$ ), hane halkı toplam aylık gelir düzeylerine ( $F=1,035$ ;  $p=0,377>0,05$ ) ve ikamet ettikleri bölgeye ( $F=1,408$ ;  $p=0,246>0,05$ ) bağlı olarak, siyasal konulara ilişkin talep ve görüşlerini sosyal medya araçlarını kullanarak iletmeye sıklıklarında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olmadığını ortaya koymuştur. Elde edilen verilere göre, yaş, eğitim düzeyi, hane halkı gelir düzeyi ve ikamet edilen bölge değişkenleri, siyasal konulara

ilişkin talep ve görüşlerin sosyal medya araçları kullanılarak iletme sıklığını etkilememektedir.

**Tablo 10: Yaşa Göre Siyasi Talep ve Görüşleri Sosyal Medya Araçlarını Kullanarak İletme Sıklığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları**

Demografik Özellikler	Yaş Grupları	N	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig. (p)
Siyasi Talep ve Görüşleri Sosyal Medya Araçlarını Kullanarak İletme Sıklığı	1 (18-24)	113	2,36	1,402	0,339	0,797
	2 (25-34)	132	2,27	1,430		
	3 (35-44)	72	2,15	1,285		
	4 (45-60)	54	2,26	1,417		

**Tablo 11: Eğitim Düzeyine Göre Siyasi Talep ve Görüşleri Sosyal Medya Araçlarını Kullanarak İletme Sıklığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları**

Demografik Özellikler	Eğitim Grupları	N	$\bar{X}$	S.S.	F	Sig. (p)
Siyasi Talep ve Görüşleri Sosyal Medya Araçlarını Kullanarak İletme Sıklığı	1 (İlkokul/ Ortaokul)	34	2,29	1,567	0,011	0,989
	2 (Lise/ Önlisans)	176	2,28	1,376		
	3(Lisans/ Yüksek lisans)	161	2,26	1,372		

**Tablo 12: Hane Halkı Toplam Aylık Gelir Düzeyine Göre Siyasi Talep ve Görüşleri Sosyal Medya Aracılığı İle İletme Sıklığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları**

Demografik Özellikler	Gelir Grupları	N	$\bar{X}$	S.S.	F	Sig. (p)
Siyasi Talep ve Görüşleri Sosyal Medya Araçlarını Kullanarak İletme Sıklığı	1 (2000 ₺ ve altı)	66	2,53	1,372	1,035	0,377
	2 (2001-4000 ₺)	170	2,22	1,446		
	3 (4001-6000 ₺)	97	2,16	1,312		
	4 (6001 ₺ ve üstü)	38	2,32	1,338		

**Tablo 13: İkamet Edilen Bölgeye Göre Siyasi Talep ve Görüşleri Sosyal Medya Aracılığı İle İletme Sıklığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları**

Demografik Özellikler	İkamet Grupları	N	$\bar{X}$	S.S.	F	Sig. (p)
Siyasi Talep ve Görüşleri Sosyal Medya Araçlarını Kullanarak İletme Sıklığı	1 (Şehir Merkezi)	176	2,23	1,294	1,408	0,246
	2 (Kasaba)	86	2,49	1,485		
	3 (Köy)	109	2,17	1,452		

Tablo14'deki test sonuçları incelendiğinde (F=1,341;p=0,001<0,05), seçmenlerin cinsiyetlerine bağlı olarak siyasi talep ve görüşlerini sosyal medyadan yararlanarak ifade etme sıklıklarında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 14: Cinsiyete Göre Siyasi Talep ve Görüşleri Sosyal Medya Araçlarını Kullanarak İletme Sıklığına İlişkin t-Testi Sonuçları**

Demografik Özellikler	Cinsiyet Grupları	N	$\bar{X}$	S.S.	F	Sig. (p)
Siyasi Talep ve Görüşleri Sosyal Medya Araçlarını Kullanarak İletme Sıklığı	1 (Kadın)	195	2,05	1,381	1,341	0,001**
	2 (Erkek)	176	2,52	1,361		

Verilere göre, erkek seçmenlerin kadın seçmenlere oranla siyasi talep ve görüşlerini sosyal medya araçlarını kullanarak iletme sıklıkları daha yüksektir ( $\bar{X} = 2,52$ ). Tablo 15'de verilen analiz sonuçları doğrultusunda ( $r = -0,168$ ;  $p = 0,001 < 0,05$ ), iki değişken arasında tespit edilen ilişkinin istatistiksel açıdan anlamlı olduğu belirlenmiştir. Bu doğrultuda, cinsiyet değişkeninin siyasal konulara ilişkin talep ve görüşlerin sosyal medya aracılığıyla iletilme sıklığını etkilediği anlaşılmıştır.

**Tablo 15: Cinsiyete Göre Siyasi Talep ve Görüşleri Sosyal Medya Araçlarını Kullanarak İletme Sıklığına İlişkin Korelasyon Analizi Sonuçları:**

Demografik Özellikler	Cinsiyet		Siyasi Talep ve Görüşleri Sosyal Medya Araçlarını Kullanarak İletme Sıklığı
Cinsiyet	Pearson Korelasyon	1	-0,168**
	Sig. (2-uçlu)		0,001
	N	371	371
Siyasi Talep ve Görüşleri Sosyal Medya Araçlarını Kullanarak İletme Sıklığı	Pearson Korelasyon	-0,168**	1
	Sig. (2-uçlu)	0,001	
	N	371	371

### 3.2.4. Seçmenlerin Siyasal Bilgi Edinmek İçin Sosyal Medyadan Yararlanma Düzeyleri ile Siyasal Konulara İlişkin Talep ve Görüşlerini Sosyal Medya Araçlarını Kullanarak İletme Sıklıkları Arasındaki İlişki

Çalışmanın bu başlığı altında, siyasal bilgi edinmek için sosyal medyadan yararlanma sıklığı değişkeni ile siyasal konularla ilgili talep ve görüşleri sosyal medya araçları üzerinden iletme sıklığı arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Neticede ise, sosyal medyanın KKTC'de yaşayan Türk seçmenlerin siyasal konulara ilişkin talep ve görüş paylaşım sıklığını etkileme düzeyi belirlenmiştir.

Tablo 16'daki bilgiler doğrultusunda ( $r = 0,494$ ;  $p = 0,000 < 0,05$ ), siyasal bilgi edinmek için sosyal medya araçlarından yararlanma düzeyi ile siyasal konulara ilişkin talep ve görüşleri bu araçları kullanarak iletme sıklığı arasında istatistiksel açıdan anlamlı ve pozitif yönde doğrusal bir ilişkinin var olduğu anlaşılmıştır.

**Tablo 16: Siyasal Bilgi Edinmek İçin Sosyal Medyadan Yararlanma Düzeyine Göre Siyasal Talep ve Görüşleri Sosyal Medya Araçlarını Kullanarak İletme Sıklığına İlişkin Korelasyon Analizi Sonuçları**

	Siyasal Bilgi Edinmek İçin Sosyal Medyadan Yararlanma Düzeyi		Seçmenlerin Siyasal Konulara İlişkin Talep ve Görüşlerini Sosyal Medya Araçlarını Kullanarak İletme Sıklığı
Siyasal Bilgi Edinmek İçin Sosyal Medyadan Yararlanma Düzeyi	Pearson Korelasyon	1	0,494**
	Sig. (2-üçlü)		0,000
	N	371	371
Seçmenlerin Siyasal Konulara İlişkin Talep ve Görüşlerini Sosyal Medya Araçlarını Kullanarak İletme Sıklığı	Pearson Korelasyon	0,494**	1
	Sig. (2-üçlü)		0,000
	N	371	371

Veriler, seçmenlerin siyasal bilgi edinmek için sosyal medyadan yararlanma düzeylerinin arttıkça, siyasal konulara ilişkin talep ve görüşlerini sosyal medya araçları ile iletme sıklıklarının da arttığını ortaya koymuştur.

### Sonuç

KKTC'de siyasal iletişimde sosyal medya kullanımının siyasal bilgilenme olanağı sağlamada ve çift yönlü siyasal iletişimin gerçekleşmesinde üstlendiği rol bağlamında demokrasi açısından önemini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen araştırma sonucunda ulaşılan bulgular bu bölümde yorumlanmıştır.

Çalışma kapsamında yapılan analizler, günlük hayatlarında çeşitli ihtiyaçlarını ya da gereksinimlerini gidermek amacıyla sosyal medyayı kullanan seçmenlerin %88,5'inin, siyasal bilgi edinme gereksinimlerini de bu mecradaki siyasal içerikli iletleri takip ederek karşıladıklarını ortaya koymuştur. Diğer bir ifadeyle sosyal medya, araştırma kapsamına alınan seçmenlerin %88,5'inin siyasal bilgi edinme ihtiyacını karşılayan kaynaklardan biri konumundadır. Bu durum, siyasal iletişim sürecinde sosyal medyanın KKTC'de yaşayan Türk seçmenler tarafından siyasal bilgiye ulaşmada kullanılan oldukça önemli bir araç haline geldiğini göstermektedir. Ulaşılan sonuçlar, sosyal medyanın siyasal bilgi edinme amaçlı kullanım sıklığının düşük olduğunu ve siyasal bilgi akışındaki öneminin belirtilen düzeyde olmadığını ileri süren tezlerle çelişir niteliktedir.

Farklı demografik özelliklere sahip seçmenlerin sosyal medyadan yararlanarak siyasal bilgi edinme sıklığına ilişkin analiz sonuçları, 18-24 yaş grubundaki seçmenlerin diğer yaş gruplarındaki seçmenlere oranla, bu mecradan siyasal bilgi edinme amaçlı daha sık yararlandıklarını ortaya koymuştur. Belirlenen farklılığın istatistiksel açıdan anlamlı olduğunu gösteren bulgular, yaş değişkeninin sosyal medya üzerinden siyasal bilgi edinme sıklığını etkileyen bir faktör olduğunu ortaya çıkarmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde, seçmenlerin yaşları ile siyasal bilgi edinmek için sosyal medyadan yararlanma sıklıkları arasında istatistiksel açıdan anlamlı ve negatif yönde bir ilişkinin söz konusu olduğu anlaşılmıştır.

Belirtilen sonuç, seçmenlerin yaşlarının küçüldükçe, siyasal bilgi edinmek için sosyal medyadan yararlanma sıklıklarının arttığını göstermiştir.

Analiz sonuçları ayrıca, lisans/yüksek lisans eğitim düzeyindeki seçmenlerin siyasal bilgi edinmek amaçlı sosyal medya kullanımlarının diğer eğitim düzeyindeki seçmenlere nazaran daha yüksek olduğunu ve belirlenen farklılığın istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde olduğunu ortaya çıkarmıştır. Belirtilen sonuca göre, eğitim düzeyi değişkeni sosyal medya aracılığı ile siyasal bilgiye ulaşma sıklığını etkilemektedir. Ulaşılan veriler, sosyal medyadan yararlanma sıklığı ile eğitim düzeyi değişkenleri arasındaki ilişkinin anlamlı düzeyde olduğunu ve seçmenlerin eğitim düzeylerinin yükseldikçe, sosyal medyayı siyasal bilgi edinme amaçlı kullanım sıklıklarının da yükseldiğini göstermiştir.

Öte yandan, elde edilen bulgulara göre, seçmenlerin cinsiyetlerine, hane halkı aylık gelir düzeylerine ve ikamet ettikleri bölgeye bağlı olarak siyasal bilgi edinmek için sosyal medyadan yararlanma sıklıklarında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Yeni iletişim teknolojilerini toplum içerisinde ilk kullananların genellikle genç, erkek, eğitimli, kentte yaşayan, gelir düzeyi yüksek ve herhangi bir azınlık grubunun üyesi olmayan kişiler olduğu varsayımından hareketle, 1990'lı yıllarda çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Bu araştırmalar, farklı demografik özelliklere sahip kişilerin internet kullanım oranlarında bir farklılığın söz konusu olduğunu ortaya koymuştur<sup>1</sup>.

Son dönemde yapılan araştırmalarda ise, demografik özelliklere bağlı olarak kişilerin internet ve sosyal medya kullanım sıklıklarındaki farklılığın yok olmaya başladığı; ancak bu mecranın çok yönlü ve ileri düzey kullanımındaki uçurumun halen mevcut olduğu belirlenmiştir<sup>2</sup>. Yaş ve eğitim düzeyinin sosyal medya üzerinden siyasal bilgi edinme sıklığını etkileyen faktörler olduğunu ortaya koyan bu çalışma, belirtilen araştırmalar ile benzerlik göstermektedir.

Öte yandan çalışmada, cinsiyet, gelir düzeyi ile ikamet edilen bölge değişkenlerinin artık sosyal medyanın siyasal bilgi edinme amaçlı kullanımını etkileyen faktörler olmadığı, böylelikle bu mecranın giderek daha homojen bir kitlenin siyasal bilgi edinme kaynağı haline geldiği saptanmıştır. Bu doğrultuda, pekiştirme kuramı kapsamında önerilen aksine, sosyal medyanın farklı demografik özelliklere sahip gruplar arasındaki siyasal bilgi açığını ve siyasal bilgiye ulaşabilmedeki eşitsizlikleri arttırmak yerine azaltmaya yardımcı olduğunu söylemek mümkündür. Bulgular, siyasal iletişim sürecinde sosyal medyanın oldukça geniş bir seçmen kitlesine siyasal bilgi yayılmasını sağlayarak bu kitle içerisinde yer

<sup>1</sup> Bruce Bimber, "Measuring the Gender Gap on the Internet", *Social Science Quarterly*, 81/3, 2000, s. 869; Brian Krueger, "Assessing the Potential of Internet Political Participation in the United States: A Resource Approach", *American Politics Research*, 30, 2002, s. 493.

<sup>2</sup> Eszter Hargittai, "Second-Level Digital Divide: Differences in People's Online Skills", 2002, <<http://firstmonday.org/issues/issue7.4/hargittai>>, ET: 13.08 2012; Brian Houston, Mitchell McKinney, Joshua Hawthorne ve Matthew Spialek, "Frequency of Tweeting During Presidential Debates: Effect on Debate Attitudes and Knowledge", *Communication Studies*, 64/5, 2013, s. 556; Hiroshi Ono ve Madeline Zavodny, "Gender and the Internet", 2003, <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1540-6237.t01-1-8401007/abstract>>, (ET: 20.04.2014), s.10; Aaron Smith, "Civic Engagement in the Digital Age", <<http://www.pewinternet.org/2013/04/25/civic-engagement-in-the-digital-age-2>>, (ET:20.04.2014); Ndawula Stephen, Ajikori Joyce Asimwe, "Exploring User Attitudes Towards Internet Use: The Role of Gender and Age Difference", 2013, <<http://www.sjpub.org/sjpsych/sjpsych-248.pdf>>, (ET:20.04.2014), s.5; UNESCO, "Doubling Digital Opportunities Enhancing the Inclusion of Women & Girls in the Information Society, a Report by the Broadband Commission Working Group on Broadband and Gender", 2013, <<http://www.broadbandcommission.org>>, (ET:20.04.2014), 11-12.

alan bireylerin daha bilinçli ve seçici tercihler yapmasına yardımcı olan bir mecra olma konumunu ortaya çıkarmıştır.

Siyasal bilgi edinmek için sosyal medyadan yararlanan seçmenlerin siyasal konulara ilişkin talep ve görüşlerini yine bu araçları kullanarak iletme sıklıklarına ilişkin analiz sonuçları değerlendirildiğinde, sosyal medyanın seçmenlerin %57,1'inin siyasal talep ve görüşlerini iletmede kullandıkları bir araç haline geldiği anlaşılmaktadır. Siyasal konulara ilişkin talep ve görüşlerini sosyal medya üzerinden ileten seçmenlerin bunu gerçekleştirmek için farklı yöntemlere başvurdukları görülmektedir. Araştırma kapsamında elde edilen verilere göre, siyasal konulara ilişkin talep ve görüşlerini sosyal medya araçlarını kullanarak ileten seçmenlerin %78,3'ü sosyal medya araçlarında paylaşılan siyasal içerikli iletilere ilişkin yorum yazmıştır. Seçmenlerin toplamda %30,2'lik bir kısmı ise sosyal medyada siyasi tartışma grubu oluşturarak kendi tartışma ortamlarını yaratmıştır. Bu noktada, sosyal medyanın yaygın bir biçimde kullanımının henüz yeni olmasına karşın belirlenen oranların yüksekliği dikkat çekicidir. Elde edilen istatistiksel veriler, seçmenlerin sosyal medyayı sadece bilgi edinmek için değil, aynı zamanda kendi siyasi görüşlerini ortaya koymak suretiyle siyasal iletişim sürecine aktif bir şekilde katılmak amacıyla kullandıklarını ortaya çıkarmıştır. Araştırma bulguları, iletişim teknolojileri ile birlikte gündem güne gelişen sosyal medyanın, siyasal konulara ilişkin talep ve görüşlerin paylaşılmasında, fikir alışverişinde bulunulmasında, siyasal konulardaki tartışmalara katılımı, tartışma ortamları oluşturulmasında ve bu bağlamda iki yönlü simetrik bir siyasal iletişimin gerçekleşmesinde vatandaşlar tarafından giderek artan biçimde kullanılan bir mecra haline geldiğini ortaya koymuştur.

Farklı demografik özelliklere sahip seçmenlerin, siyasal iletişim sürecinde sosyal medyadan yararlanarak siyasal talep ve görüşlerini ifade etme sıklıklarını ortaya koyan analiz sonuçlarına göre, erkek seçmenlerin kadın seçmenlere oranla siyasal konulara ilişkin talep ve görüşlerini bu mecrada iletme sıklıkları daha yüksektir. Bulgular, cinsiyet değişkeninin, siyasal konulara ilişkin talep ve görüşlerin sosyal medya kullanılarak iletme sıklığını etkilediğini göstermiştir.

Öte yandan, yaş, eğitim düzeyi, hane halkı toplam aylık gelir düzeyi ve ikamet edilen bölge değişkenlerinin, seçmenlerin sosyal medyayı siyasi talep ve görüşlerini iletme amaçlı kullanım sıklıklarını etkilemediği sonucuna varılmıştır. Bulgular doğrultusunda, KKTC'de siyasal iletişim sürecinde sosyal medyanın, farklı demografik özelliklere sahip, geniş bir seçmen kitlesinin siyasi istek ve taleplerini ilettikleri bir mecra haline geldiği anlaşılmıştır. Avrupa ve ABD'de konuya ilişkin yapılan çalışmalarda; demografik özelliklere bağlı olarak kişilerin internet kullanım sıklıklarındaki farklılığın yok olmaya başladığı; fakat bu mecranın çok yönlü ve ileri düzey kullanımındaki uçurumun halen mevcut olduğu ileri sürülmüştür<sup>3</sup>. Çalışmamız kapsamında ulaşılan bulgular ise, demografik özelliklerden kaynaklanan bu uçurumun yok olmak üzere olduğunu göstermiştir.

Elde edilen bilgiler, KKTC'de yaşayan Türk seçmenlerin siyasal iletişim sürecinde, siyasal bilgiye sosyal medya araçları üzerinden ulaşma düzeyleri ile siyasal konulara ilişkin talep ve görüşlerini bu araçları kullanarak ifade etme sıklıkları arasında istatistiksel açıdan anlamlı ve pozitif yönde doğrusal bir ilişki olduğunu göstermiştir. Buna göre, seçmenlerin siyasal bilgiye sosyal medya araçlarından yararlanarak ulaşma düzeyleri arttıkça, siyasal konulara ilişkin talep ve görüşlerini bu araçlar ile iletme sıklıkları da artmaktadır. Bu bağ-

<sup>3</sup> Hargittai Eszter, "Second-Level Digital Divide: Differences in People's Online Skills" <[http://firstmonday.org/issues/issue7\\_4/hargittai](http://firstmonday.org/issues/issue7_4/hargittai)>, (ET: 13.08 2012); Hiroshi Ono ve Madeline Zavodny, a.g.m., s.10; Aaron Smith, a.g.m.; Ndawula Stephen, Ajikori Joyce Asiimwe, a.g.m., s.5; UNESCO, a.g.e., s.11-12.



lamda ulaşılan sonuçlar, Mayfield<sup>4</sup>'in, sosyal medyanın kullanıcılarını yorum ve bilgi paylaşımı gibi konularda cesaretlendirerek geri bildirim teşvik ettiğini; çift yönlü iletişime olanak tanıdığını; topluluklara çabuk ve etkili bir oluşum için izin vererek siyasal değerler gibi ilgili oldukları şeyleri paylaşma imkânı sağladığını ileri süren önermelerini destekler niteliktedir.

Araştırma neticesinde, KKTC 2013 Milletvekili Erken Genel Seçimleri'nde yürütülen siyasal iletişim faaliyetlerinde sosyal medyanın, siyasal bilgilenme olanağı sağlamada ve seçen ile seçilen arasındaki çift yönlü siyasal iletişimin gerçekleşme düzeyini arttıran önemli bir araç olarak işlev gördüğü belirlenmiştir. Belirtilen sonuç; demokrasinin temel koşullarından olan toplumdaki farklı grupların, siyasal konulara dair eşit bir şekilde bilgi edinmeleri, görüş ve taleplerini kamusal olarak ifade etmeleri, siyasal süreçlere eşit ve etkin bir biçimde dâhil olmaları gibi hak ve özgürlükler çerçevesinde değerlendirildiğinde, farklı demografik özelliklere sahip seçmenlere erişerek onları siyasal konulara ilişkin değişik görüş açıları hakkında bilgilendiren ve kendi siyasal talep ve görüşlerini iletmelerini sağlayarak çift yönlü siyasal iletişimin gerçekleşme düzeyini arttıran sosyal medyanın; KKTC'de yaşayan Türkler için mobilizasyon kuramında öngörüldüğü üzere, demokrasi açısından önemli bir iletişim ve müzakere alanı konumunda olduğu sonucuna varılmıştır.

Siyasal iletişimde sosyal medya kullanımının giderek yaygınlaşması ve sosyal medya kullanım sıklığı ile siyasal talep ve görüş paylaşım düzeyi arasında saptanan pozitif yönde doğrusal ilişki göz önünde bulundurulduğunda, KKTC'de yaşayan Türkler açısından bu mecranın demokratik süreçteki öneminin giderek artacağı öngörülmektedir.

## KAYNAKÇA

- AKTAŞ Hasret [2004]. *Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak İnternet*, Tablet Kitapevi, Konya.
- ANDUIZA Eva [2009]. CANTIJOCH Marta ve GALLEGRO Aina, "Political Participation and The Internet, Information", *Communication & Society*, S: 12/6, s. 860-878.
- AZİZ Aysel [2007]. *Siyasal İletişim*, Nobel Yayın Dağıtım, İstanbul.
- BAKKER Tom - VREESE Cleas De [2011]. "Good News for the Future? Young People, Internet Use, and Political Participation", *Communication Research*, S: XX(X), s. 1-20.
- BIMBER Bruce [2000]. "Measuring the Gender Gap on the Internet", *Social Science Quarterly*, 81/3, s. 868-876.
- BLUMLER Jay - KARANAGH Dennis [1999]. "The Third Age of Political Communication: Influences and Features", <<http://www.cui.cz>>, [ET: 10.02.2012].
- BUCHSTEIN Hubertus [1997]. "Bytes That Bite: The Internet and Deliberative Democracy", *Constellation*, S: 4/2, s. 248-264.
- CURRAN James - WITSCHGE Tamara [2010]. "Liberal Dreams and the Internet. New Media, Journalism and Democracy", Natalie Fenton (Ed.), *New Media Old News, Journalism & Democracy in the Digital Age*, içinde, SAGE Publications, s. 102-118.
- DAHLGREN Peter [2005]. "The Internet, Public Spheres and Political Communication: Dispersion and Deliberation", *Political Communication*, S: 22, s. 147-162.

<sup>4</sup> Antony Mayfield, *What is Social Media*, iCrossing, 2010, <[http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What\\_is\\_Social\\_Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf](http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf)> (ET: 10.04.2014), 6.

- DAVIS Aeron [2010]. "Politics, Journalism and New Media: Virtual Iron Cages in the New Cultures of Capitalism", Natalie Fenton (Ed.), *New Media Old News, Journalism & Democracy in the Digital Age*, içinde, SAGE Publications, s. 121-137.
- DELLI-CARPINI Michael [2000]. "Gen.com: Youth, Civic Engagement, and the New Information Environment", *Political Communication*, 5: 17, s. 341-349.
- GRABER Doris - SMITH Michael [2005], "Political Communication Faces the 21st Century", *Journal of Communication*, 5: 55, s. 479-507
- HARGITTAI Eszter [2012]. "Second-Level Digital Divide: Differences in People's Online Skills" <[http://firstmonday.org/issues/issue7\\_4/hargittai](http://firstmonday.org/issues/issue7_4/hargittai)>, [ET: 13.08 2012].
- HIMELBOIM Itai. [2012]. LARISCY Ruthann Weaver, TINKHAM Spencer ve SWEETSER Kaye, "Social Media and Online Political Communication: The Role of Interpersonal Informational Trust and Openness", *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56/1, s. 92-115.
- HOUSTON Brian [2013]. MCKINNEY Mitchell, HAWTHORNE Joshua ve SPIALEK Matthew, "Frequency of Tweeting During Presidential Debates: Effect on Debate Attitudes and Knowledge", *Communication Studies*, 64/5, s. 548-560.
- KAPLAN Andreas ve HAENLEIN Michael [2010], "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media", *Business Horizons*, 5: 53, 59-68.
- KIETZMANN Jan, HERMKENS Kristopher [2011]. MCCARTHY Ian ve SILVESTRE Bruno, "Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media", *Business Horizons*, 54, 241-251.
- KRUEGER Brian [2002]. "Assessing the Potential of Internet Political Participation in the United States : A Resource Approach", *American Politics Research*, 30, s. 476-498.
- MAYFIELD Antony, *What is Social Media, iCrossing*, 2010, <[http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What\\_is\\_Social\\_Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf](http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf)> [ET: 10.04.2014].
- MCNAIR Brian [2008]. *An Introduction to Political Communication*, Routledge, Londra.
- METZGAR Emily ve MARUGGI Albert [2009], "Social Media and the 2008 U.S. Presidential Election", *Journal of New Communications Research*, 5: 6, 141-165.
- NORRIS Pippa [2004]. "Global Political Communication, Good Governance, Human Development and Mass Communication", Frank Esser, Barbara Pfetsch (Ed.), *Comparing Political Communication Theories, Cases and Challenges*, içinde, Cambridge University Press, s. 115-150.
- ONO Hiroshi ve ZAVODNY Madeline [2003]. "Gender and the Internet", <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1540-6237.t01-1-8401007/abstract>>, [ET: 20.04.2014].
- SHAH Dhavan [2005]. CHO Jaeho, EVELAND William ve KWAK Nojin, "Information and Expression in a Digital Age: Modeling Internet Effects on Civic Participation", *Communication Research*, 5: 32, s. 531-565.
- SİPAHİ Beril [2010]. YURTKORU Serra ve ÇİNKO Murat, *Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi*, Beta Basım Yayın Dağıtım, İstanbul.
- SMITH Aaron [2014]. "Civic Engagement in the Digital Age", <<http://www.pewinternet.org/2013/04/25/civic-engagement-in-the-digital-age-2>>, [ET:20.04. 2014].
- STEPHEN Ndawula ve ASIIMWE Ajikoru Joyce [2013], "Exploring User Attitudes Towards Internet Use: The Role of Gender and Age Difference", <<http://www.sjpub.org/sjpsych/sjpsych-248.pdf>>, [ET: 20.04. 2014].
- UNESCO [2013]. "Doubling Digital Opportunities Enhancing the Inclusion of Women & Girls in the Information Society, a Report by the Broadband Commission Working Group on Broadband and Gender", <<http://www.broadbandcommission.org>>, [ET:20.04. 2014].
- ZITTEL Thomas [2004]. "Political Communication and Electronic Democracy: American Exceptionalism or Global Trend?", Frank Esser, Barbara Pfetsch (Ed.), *Comparing Political Communication Theories, Cases and Challenges*, içinde, s. 231-250.