

Gündoğmuş B. Maruf M. ve Aksu H. (2019) “Sosyal Medya Kullanımının Siyasal Katılma Etkisinin Şırnak İl Örneğinde Ölçülmesi”. *İktisadi ve İdari Yaklaşımlar Dergisi*, 1 (1), ss. 78-103.

SOSYAL MEDYA KULLANIMININ SİYASAL KATILIMA ETKİSİNİN ŞIRNAK İL ÖRNEĞİNDE ÖLÇÜLMESİ*

Measuring Effect of Social Media Usage to Political Participation in The Sample of
Şırnak Province

Bekir GÜNDOĞMUŞ Muhammed MARUF*** Hüseyin AKSU******

ÖZET

Siyasal katılma sürecinde sosyal medyanın yeni bir iletişim biçimi oluşturduğu ve karar alma süreçlerini şekillendirdiği bilinmektedir. Bu çalışma sosyal medya kullanımının siyasal katılma etkisini Şırnak ili örneğinde ölçmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada 427 kişiden oluşan örneklemden yüz yüze anket yöntemiyle elde edilen veriler, SPSS programıyla analiz edilerek sonuçları yorumlanmıştır. Siyasi parti üyeliği olan ve siyasi paylaşım amaçlı sosyal medya kullanan bireylerin anket sorularına görece açık yanıtlar verdiğiinden bireysel ve kitlesel katılım konusunda sosyal medya kullanımının etkilerini gözlemlemek mümkün olmuştur. Tüm katılımcıların verdiği yanıtlara dayalı olarak yapılan analizler bu etki düzeyinin orta seviyenin altında olduğunu gösterse de verili olmayan kullanım ve etki düzeyi oranlarının çok daha yüksek oranlarda olduğu varsayılmaktadır. Araştırma sonucunda, iletişim ve haber alma amaçlı sosyal medya kullanımına kıyasla algı yönetimi ve siyasi paylaşım amaçlı sosyal medya kullanımının bireysel ve kitlesel katılımı daha fazla etkilediği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Siyasal Katılım, Şırnak

ABSTRACT

In the process of political participation, it is known that social media creates a new form of communication and shapes decision-making processes. This study, the effect of the use of social media on political participation is measured, in the case of Şırnak province. Data obtained by face to face survey method on a sample of 427 people were analyzed through SPSS program and the results were interpreted. It had been possible to observe the effects of the use of social media on individual and mass participation, because of individuals who are political party members and use social media for political sharing giving relatively clear answers to the survey questions. Analyzes based on the responses of all participants has revealed that there is an impact level below the intermediate level, but non-given use and impact level

* Bu çalışma, 2018 yılında Şırnak Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi'ne aynı başlıkta proje olarak sunulmuştur.

** Dr. Öğretim Üyesi, Bandırma Onyeddi Eylül Üniversitesi, İİBF Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, ORCID: 0000-0002-4279-5935, bgundogmus@bandirma.edu.tr

*** Dr. Öğretim Üyesi, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, İİBF İşletme Bölümü, ORCID: 0000-0002-5388-639X, m.maruf@ahievran.edu.tr

**** Arş. Gör, Şırnak Üniversitesi İİBF Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, ORCID: 0000-0002-0272-4200, haksu@sirnak.edu.tr

ratios are assumed to be much higher. As a result of the study, it was seen that the use of social media for perception management and political sharing affects individual and mass participation more than the use of social media for communication and news.

Keywords: *Social Media, Political Participation, Şırnak*

GİRİŞ

Sosyal bilimlerde saha çalışmalarına yönelim, toplumu ya da topluma ait olanı açıklamada önemli kolaylıklar sunmaktadır. Elbette alan araştırmasının niteliği, katılımcıların niteliği, yöneltilen soruların niteliği, araştırmanın yapıldığı konjonktür gibi çeşitli faktörler sonuçları doğrudan ya da dolaylı olarak etkide bulunabilmektedir. Ancak saha/alan araştırmaları tüm bu faktörlerin eşliğinde toplumu anlamaya dönük veri elde etme bakımından önemli işleve sahiptir. Sosyal medyanın siyasete olan etkisi de bu anlamda merak edilen konu başlıklarından birisidir.

Tarım ve sanayi devrimlerinin ardından üçüncü dalga olarak nitelenen bilgi çağının önemli öğelerinden birisi internetin yaygınlaşması ve sosyal medyanın kullanımınıdır. Mesafelerin kısalma sürecinde kitleler, çevrimiçi teknoloji kavramıyla da açıklandığı gibi, yoğun ve sürekli iletişim içerisinde olmaktadır. Bu bilgi yoğunluğu aynı zamanda bireylerin yaşamına doğrudan ve dolaylı etkide bulunmaktadır. Siyasal katılma sürecine etkisi bakımından değerlendirildiğinde sosyal medyanın yeni bir iletişim biçimi oluşturduğu ve karar alma süreçlerini şekillendirdiği varsayılmaktadır.

Bu araştırmanın amacı, 1 Ocak-30 Haziran 2018 tarihleri arasında yapılan alan araştırmasından elde edilen verilere dayalı olarak Şırnak ili ölçeğinde; sosyal medya kullanımının yaygınlık düzeyinin ölçülmesi, kullanım amaçları ve kullanma sıklığının belirlenmesi, karar alma süreçlerine katılım ve siyasal katılıma etkilerinin ortaya konulmasıdır. İnternet teknolojilerindeki gelişmelere paralel olarak dizüstü bilgisayar, tabletler ve akıllı telefonlar gibi mobil iletişime imkan sağlayan teknolojik gelişmelerle birlikte özellikle 2000’li yıllar sonrası sosyal medya kullanımının artışı ekonomiden siyasete, toplumsal konulardan alışverişe kadar hayatının birçok alanında değişimleri beraberinde getirmiştir. Sosyal medyanın doğasından kaynaklı bu değişim süreçlerinin görünmesi ve Şırnak iline ilişkin yapılan araştırmaların azlığı da dikkate alındığında araştırmanın literatüre önemli bir zenginlik katacağı varsayılmaktadır. Ancak öncelikle siyasal katılım, nedenleri ve biçimleri, internet teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte sosyal medya kullanımının yansımaları, sosyal medyanın siyasal kullanımı ve siyasal katılıma etkilerine ilişkin birtakım bilgilerin verilmesi araştırmanın bütün olarak anlaşılabilmesi için yararlı görülmektedir. Sosyal medyanın siyasal süreçlere ve katılıma etkileri birçok araştırmaya konu olmuştur. Literatür incelendiğinde farklı coğrafyalardan farklı boyutlarda birçok araştırmaya rastlanmaktadır. Fakat araştırmaların hepsini buraya dahil etmenin zorlukları göz önünde bulundurularak birkaç farklı ülkede ve Türkiye’de yapılan bazı araştırmalara yer verilecektir.

Gil de Zúñiga vd (2014), “Social Media, Political Expression, and Political Participation: Panel Analysis of Lagged and Concurrent Relationships” başlıklı araştırmalarında ABD özelinde sosyal medyanın siyasal ifade ve bilgi amaçlı kullanımının siyasal katılıma etkilerini inceler ve aralarında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koyarlar.

Mustapha vd. (2016), “Social Media Use, Social Capital, and Political Participation among Nigerian University Students” adlı araştırmalarında Nijerya’da üniversite öğrencileri arasında sosyal medya siyasal katılım ilişkisini ele almış ve özellikle seçim dönemlerinde sosyal medya kullanımının üniversite öğrencilerinin katılımına olumlu etki ettiği bulgularına ulaşmışlardır.

Holt vd (2013) İsveç özelinde yaptıkları “Age and the effects of news media attention and social media use on political interest and participation: Do social media function as levellers?” adlı araştırmada yaş grupları arasında sosyal medya kullanımının siyasal eğilimler üzerinde etkilerini araştırmışlar özellikle geleneksel medya araçlarının çekici gelmediği gençlerin sosyal medyayı bilgi ve haber amaçlı kullanımlarının siyasal katılımı motive etmeleri açısından eşitleyici bir işlev gördüğü sonucuna varmışlardır.

Balcı ve Sarıtaş (2015), “Facebook Ve Siyasal Katılım: 2014 Yerel Seçimleri Araştırması” adlı araştırmalarında Konya’daki üç farklı üniversitede belirlenen öğrenciler sosyal medya kullanımını ile siyasal katılım ilişkisini incelemişler araştırma sonucunda katılımcıların; son dakika gelişmelerini takip etme, bir politik aday veya partiyi beğenme, profile siyasi bir haber ekleme ya da silme, anlık sohbet uygulamasında siyasi bir bilgiyi tartışma gibi Facebook aktivitelerini daha sık gerçekleştirdikleri bulgulamışlardır. Cinsiyet açısından erkekler; kadınlara nazaran, son yerel seçimler sırasında Facebook üzerinden daha sık siyasal katılım gösterebilmişlerdir. Yine parti bağlılığı ile Facebook’ta siyasal katılım sıklığı arasındaki anlamlı ilişki, bu araştırma ile tespit edilmiştir.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE: SİYASAL KATILIM

Siyasal katılım, günümüzde seçim süreçleriyle sınırlı olarak demokratik olmayan sistemlerde düşük ve etkisiz düzeyde görülebilirse de antik çağlardan beri demokratik sistemlerin temel unsuru olarak kabul edilmektedir. Demokrasinin kalitesi ve düzeyi siyasal katılımın yoğunluğuna göre ölçülür. Örneğin siyasal karar alma süreçlerinde vatandaşların, katılımına imkan veren düzenlemelerin ve araçların boyutuna bağlı olarak daha az ya da daha fazla demokrasiden bahsedilebilmektedir (Verba ve Nie, 1972: 1). Siyasal katılımın demokratik sistemler açısından böylesine önemli bir işlevi olmasından hareketle çok sayıda araştırmaya konu olması siyasal katılım tanımlarının da kapsam ve çeşitliliğini artırmıştır. Siyasal katılıma ilişkin yaygın olarak kullanılan tanımlar şu şekildedir;

“Sıradan vatandaşların, doğrudan veya dolaylı olarak doğrudan hükümet personelinin seçimini ve / veya aldıkları eylemleri etkilemeyi amaçlayan faaliyetler” (Verba ve Nie 1972: 2).

“Hükümet veya siyaseti etkilemek amacıyla sıradan vatandaşların doğrudan ya da dolaylı olarak yaptıkları faaliyetler” (Milbrath ve Goel 1977: 2).

“Vatandaşların siyasal sistemin çeşitli düzeylerindeki politik tercihleri etkilemeye yönelik doğrudan ya da dolaylı tüm gönüllü faaliyetleri” (Kaase ve Marsh 1979: 42).

“Siyasal temsilciler ve kamu görevlileri tarafından alınan kararları etkilemeyi hedefleyen vatandaşların eylemleri” (Parry vd, 1992: 16).

“Bazı siyasi sonuçları etkilemeye yönelik sıradan vatandaşların faaliyetleri...” (Brady 1999, 737, Teorell vd., 2007, 336).

Siyasal katılıma ilişkin yaygın olarak kullanılan tanımlardan da anlaşılacağı üzere, siyasal katılım vatandaşların siyasal süreçlerdeki rolleri ve faaliyetleriyle ilişkilidir. Bununla birlikte siyasal katılıma ilişkin bazı ortak özelliklerden bahsedilebilir. İlk olarak siyasal katılım bir etkinlik/faaliyet sürecidir. İkinci olarak siyasal katılım gönüllü olmalıdır, yönetici sınıfın emriyle veya bazı yasalar/kurallar altında zorunlu tutulmamalıdır. Son olarak siyasal katılım karar verme süreçleriyle sınırlı görülmez, seçimlere katılmak, yetkililerle temas kurmak gibi çeşitli alanları da kapsamaktadır (van Deth, 2001: 5). Dolayısıyla sadece siyasete ilgi duymak, siyasal konularla ilgili TV programları izlemek veya bir şeyler okumak, hatta siyaseti sıkça tartışmak bile yeterli görülmez. Siyasal katılım başkalarını – toplumdaki her türlü güçlü aktörü, grubu veya ticari işletmeyi- siyasal ve toplumsal konuları kapsayan kararlarında etkilemeye yönelik girişimleri ifade eder (Ekman ve Amnå, 2012: 286). Bu minvalde siyasal katılım insanların siyasal ve toplumsal konulara ilişkin duygu, düşünce ve arzularının pratiğe dökülmüş hali olarak ifade edilebilir.

İnsanların siyasal süreçlerle ve karar alma mekanizmalarıyla çeşitli yollarla ilişkili olduğu kabul edilir. Bazı kişiler sadece kendi taleplerine odaklanmakta katılımın diğer düzeyleriyle ilgilenmezler veya bazıları da sistemi geliştirmek dönüştürmek üzere hareket ederler. Yine bazıları siyasal süreçlerde pasif konumdayken, bazıları da daha aktif rol alabilir. Bazıları dikkatlerini sistemin kendilerinden ne istediklerine odaklanırken bazıları da sistemden elde ettikleri faydalara odaklanırlar. Siyasal katılımın ne olduğu kadar katılımın neden ve nasıl gerçekleştiği siyasal katılımı tüm boyutlarıyla kavramak için önemlidir.

Siyasal katılımın nedenleri, insanları katılıma iten faktörlerin neler olduğunu gösterir. Aynı zamanda bazı insanların neden katılım gösterdikleri bazılarının neden katılım göstermediklerine ilişkin ipuçları verirler. Brady vd. (1995: 271) insanların niçin siyasal katılım gösterdikleri değil de niçin katılım göstermediklerine ilişkin soruyla başladıkları çalışmalarında; siyasal katılım için gerekli olan zaman, para ve yurttaşlık yeteneklerine (etkin katılımı kolaylaştıran iletişim ve örgütsel beceriler) sahip olmadıklarından dolayı “yapamama”; kamusal sorunlara karşı minimum ilgi, siyasal faaliyetlerin hiçbir farklılık yaratmadığı duygusu, siyasal çıkarlar amacıyla birlikte hareket eden bir gruba üyeliğin olmamasından dolayı oluşan “ilgisizlik/isteksizlik”; neden katılmadıklarını soran bir çevreden yoksun olmaları gibi üç etkeni ifade ederler. Dolayısıyla “zaman, para ve yurttaşlık yetenekleri” gibi bireysel kaynaklar ve siyasal tutum ve motivasyonlar insanları siyasal katılıma iten başlıca etkenlerdir.

İnsanları siyasal katılıma iten nedenleri kişisel özellikler ve yetiştiği çevre bağlamında ele alan araştırmalarda, vatandaşların katılıma ya da katılmama kararının belirlenmesinde en güçlü ve en derin etkilere sahip olan etkenler; vatandaşların tutumları, inançları ve kişilik özellikleriyle doğrudan bağlantılıdır. Bahsedilen bu kişisel etkenler, öğrenilir ve bir kişinin yetiştirildiği veya şu anda yaşadığı çevrede mevcut olan sosyalleşme (öğrenme) deneyimlerinden kuvvetle etkilenir. Bu yaşam pozisyonu genellikle eğitim, gelir, yaş, ırk vb. bilinen değişkenlerle tanımlanır ve ölçülür. Ayrıca bu etkenler bir

kişinin bizzat siyasete girmek için kullanabileceği kaynakları oluşturur. Bu açıdan ebeveynlerin siyasal ilgisi ve katılımı, genellikle çocukların siyasal katılım pratiklerin gelişmesine katkıda bulunduğu ilişkin ifade kişisel faktörler açısından güzel bir örneği oluşturmaktadır. Bir aday veya partiyi destekleme arzusu, siyasal ilgi, kariyer fırsatlarını geliştirme isteği, toplum için değer yaratma isteği, güçlü siyasal görüş, siyasal güven ve topluma veya ait olduğu toplumsal gruba karşı görev duygusu, siyasal katılıma iten diğer nedenler olarak sayılabilir (Milbrath, 1981: 208:221).

Öte yandan, siyasal katılımın nedenlerini açıklamaya ilişkin çalışmaların bir kısmı, katılma arzusu ve katılıma teşvik eden normlara odaklanır. Bu anlamda insanlar katılım için hem istekli hem de yetenekli olmalıdır. Katılma isteğini artıran “seçici teşvikler” insanları sonuçların ne olduğu hususunu dikkate almaksızın şeffaf bir heyecanla katılmaya teşvik edebilir. Bunlar; maddi ödüllere dayalı para, iş, sözleşme veya diğer iyilikler gibi seçici teşviklerin varlığı, büyük bir siyasal grubun parçası olmanın vereceği haz, topluma aidiyetin getirdiği ahlaki bir görev duygusu olarak sayılabilir (Olson 1965: 50-52).

Siyasal katılım biçimleri, siyasal katılımın nedenlerinden hareketle vatandaşların siyasal katılıma ilişkin pratik faaliyetlerini gösterir. Siyasal katılım biçimleri olağan ve olağandışı katılım biçimleri şeklinde iki grupta toplanmaktadır. Geleneksel katılım biçimleri daha çok seçim süreçleriyle ilgilidir ve belirli kurallara bağlı olarak gösterilen siyasal faaliyetler bütünüdür. Bu anlamda geleneksel katılıma ilişkin geniş bir sınıflandırma Milbraht (1965) tarafından yapılmıştır. Milbrath (1965) tarafından ortaya koyulan siyasal katılıma ilişkin “gözlemci eylemler”, “aracı eylemler” ve “siyasal mücadeleye yönelik eylemler” sınıflandırma Tablo 1.’de detaylı olarak verilmektedir.

Tablo 1: Milbrath’ın Siyasal Katılım Biçimleri

Gözlemci Eylemler	Siyasal uyarılara açık olma Oy Kullanma Tartışmalara girme Başkalarını belirli bir yönde oy kullanmaya ikna etme Rozet takma
Aracı Eylemler	Siyasal bir liderle ilişki kurma Bir partiye ya da adaya parasal yardım yapma Siyasal bir mitinge katılma
Siyasal Mücadeleye Yönelik Eylemler	Seçim kampanyasında çalışma Faal parti üyeliği yapma Strateji tayin toplantılarına katılma Siyasal fonlar toplamaya çalışma Siyasal bir mevki için aday olma Siyasal bir mevki sahibi olma

Kaynak: Milbrath, L. (1965) Political Participation: How and Why Do People Get Involved in Politics? Chicago, Rand McNally College Publishing Company.

Siyasal katılım biçimlerine ilişkin geleneksel olmayan faaliyetler kendi aralarında legal ve illegal faaliyetleri de kapsayan geniş bir kısımda incelenir. Siyasal katılım biçimlerine ilişkin illegal faaliyetler, genel olarak yasal sınırları aşma ya da faaliyetin şiddet içermesi gibi süreçlerle gözlemlenebilir. Bu kapsamda geleneksel olmayan faaliyetler şu şekilde sıralanabilir (Barrett ve Brunton, 2014: 3):

Protestolar-gösteriler-yürüyüşler, dilekçe imzalama/toplama, politikacılara veya kamu görevlilerine mektup/e-posta yazma, medya organlarına siyasal içerikli mektup gönderme/e-posta gönderme/telefon görüşmeleri yapma, medya da siyasal içerikli yazılar/yorumlar/bloglar yazmak, internet üzerinde siyasal bir amaca sahip gruplara katılmak veya bu gibi sosyal ağ sitelerini kullanmak, web üzerinden ya da sosyal medya üzerinden arkadaşlara ve genel olarak kullanıcılara siyasal içerikli bağlantılar dağıtmak ve paylaşmak, siyasal amaçlı broşürler dağıtmak, siyasal bir duruşu temsil eden bir sembol veya işareti göstermek veya yapmak, siyasal amaçlı bir faaliyet için bağış toplamak/vermek, siyasal bir neden dayalı olarak bazı illegal eylemlere dahil olmak (ulusal bayrak yakma, taş atma, ayaklanma vb.).

Siyasal katılım biçimlerinin geleneksel boyutları doğrudan ve dolaylı demokrasi uygulamalarının ilk zamanlarından beri görülebilir. Geleneksel olmayan faaliyetler ise vatandaşlık haklarının genişlemesi ve kitle iletişim araçlarının kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte ortaya çıkan legal ve legal olmayan biçimlerde siyasal bir nedene dayalı olarak birçok faaliyet türünü kapsamaktadır. Yukarıda ifade edilen siyasal katılım biçimlerine çeşitleri bireysel ya da kolektif şekilde ortaya çıkan siyasal amaç/neden barındıran birçok faaliyet türleri dahil edilebilir. Burada ölçüt belirli bir toplumsal/siyasal konuda sonuç alma ya da hükümeti etkilemeyi kapsayıp kapsamadığı şeklinde belirlenebilir.

2. YAYGIN İLETİŞİM KANALI OLARAK SOSYAL MEDYA

İnternet teknolojilerinin artışı ve yaygınlaşması, insanlara yeni imkanlar tanıyarak siyasetin doğasında değişimi beraberinde getirmiştir. Bir yandan seçim dönemlerinde siyasal partilerin ve adayların e-mitingler düzenlemesi, öte yandan e-oy verme gibi enstrümanların siyasal süreçlere dahil edilmesiyle siyasal katılımı artırma çabaları, siyasal ve toplumsal konularda çevrimiçi anketler, kurumsal ve kişisel web sayfaları yoluyla kamuoyu oluşturma girişimleri, haberlerin çeşitli kaynaklar aracılığıyla anlık ve hızlı takibi gibi birçok yönden siyasal alandaki bir sürece ilişkin yeni pratikler hayatımıza girmiştir. Özellikle 2000’li yıllar sonrası sosyal medya uygulamalarının etkileşimli ve karşılıklı iletişime olanak sağlamasıyla bu dönüşüm sürecini hızlandırdığı savunulur.

Sosyal Medya, kullanıcı tarafından içeriğin oluşturulması ve değiştirilmesine imkan veren ve Web 2.0’ın ideolojik ve teknolojik temelleri üzerine inşa edilmiş olan internet tabanlı uygulamalar grubu olarak adlandırılmaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2010: 61). Sosyal medya; bloglar (Wordpress, Blogspot, LiveJournal, BlogCatalog), wikiler (Wikipedia, Scholarpedia, ganfyd, AskDrWiki gibi), sosyal ağ merkezleri (Facebook, MySpace, LinkedIn, Orkut gibi), web tabanlı iletişim araçları (chat, chat grupları gibi), fotoğraf ve video paylaşımı (Flickr, Instagram, YouTube, Justin.tv, Ustream gibi), ses paylaşımı (podcast gibi), microbloglar (Twitter, Foursquare, Google buzz gibi) gibi oldukça geniş bir uygulamalar ağını içermektedir (Balcı ve Sarıtaş, 2015: 513-514). Sosyal medya terimi yerine bazen “yeni medya” “sosyal ağ siteleri” “sosyal web” “Web 2.0”, “sosyal internet” (Effing vd 2011 26), gibi farklı terimler de kullanılabilir. Sosyal medya araçları farklı türler ve isimler altında toplanmışsa da temel olarak mekânsal engellerden bağımsız olarak, insanlar arasında metinler, sesler ve videolar gibi çeşitli iletişim kodlarının dünyaya daha hızlı, kolay ve daha az maliyetle erişilmesini sağlar.

Sosyal medya etkileşime dayalı, akışkan ve dinamik yapısıyla birlikte (McFarland ve Ployhart, 2015: 1654), gazete, radyo ve televizyon gibi geleneksel medya araçlarının tek yönlü (ve çoğu zaman ticari kaygılar ile) hareket eden bilgi aktarımını dönüştürerek karşılıklı iletişim ve bilgi aktarımına olanak tanımıştır (Eser ve Güler, 2015: 196). Teknolojik gelişmelerle birlikte dizüstü bilgisayarların, tabletlerin ve akıllı telefonların kullanımındaki artışın kablosuz internete erişimi kolaylaştırmış ve sosyal medya evde, sokakta, iş yerinde kısaca hemen her yerde sürekli iletişim aracı haline gelerek adeta bir sanal toplum oluşturmuştur (Köseoğlu ve Al, 2013: 109). Sosyal medya ile birlikte iletişim değişen doğası ekonomiden siyasete, toplumsal konulardan kamuoyu oluşturma süreçlerine, eğlenceden alışverişe birçok alanda kendini göstermiştir. Sosyal medyanın siyasal katılıma ilişkin görünürlüğü ise, genel olarak siyasal partiler, liderler, adaylar gibi toplum üzerinde etkili olmaya çalışan siyasal aktörlerin; çevrimiçi içerik oluşturma yoluyla fikirlerini hızla yayabilme ve başkalarını etkileyebilme gibi avantajlarıyla etkin pozisyona geçen bireylerin çeşitli profiller ve sayfalar oluşturarak sosyal medyanın siyasal kullanımı bağlamında siyasal faaliyetleri koordine etme, seçmenleri etkileme, siyasal fikirleri yayma gibi süreçlerde alternatif bir iletişim kanalı sağlamasıyla ortaya çıkmıştır.

2.1. Sosyal Medyanın Siyasal Kullanımı

Sosyal medyanın siyasal kullanımı sosyal medya uygulamalarının doğasından kaynaklı birtakım kolaylıklar sağlamasıyla ilişkilidir. Sosyal medya, bilginin veya kişisel yorumların basit, anlık, karşı fikre açık bir şekilde iletilmesi (Dursunoğlu, 2017: 1582) ve hedef kitleyi bilgilendirmek, etkilemek ve istediği yöne sevk etmek için uygun fırsat sunmasıyla (Çağlar Asıgbulmuş, 2017: 87) siyasetin görünümü değiştirerek yeni bir çerçeveye oturtmuştur. Obama'nın 2008 ABD başkanlık seçimlerinde kampanyasını tamamen sosyal medyaya dayandırmasından, 2013 yılında İtalya'da asıl mesleği komedyenlik olan Beppe Grillo'un Facebook üzerinden başlatmış olduğu "Beş Yıldız" hareketinin kısa sürede büyük ilgi toplayarak Grillo'yu seçimlerde önemli bir aday haline getirmesi ve beklenenden çok fazla başarı elde etmesine zemin hazırlamasına kadar (Balcı ve Sarıtaş, 2015: 517) farklı ülkelerde sosyal medyanın siyasal kullanımının örnekleri gözlemlenebilir. Türkiye'de ise 2009 yerel seçimlerinde Facebook gibi sosyal medya araçlarının parti politikalarını ve aday tanıtımı amacıyla kullanılmaya başladığı ve 2011 milletvekili seçimleriyle birlikte sosyal medyanın siyasal kullanımının görünür hale geldiği ifade edilir (Bayraktutan vd, 2012: 5-29).

Sosyal medyanın siyasal kullanımına ilişkin daha pek çok örnek sayılabilir olmakla birlikte siyasal alana ilişkin yeniliklerin neler olduğuna odaklanmak daha yararlı olabilir. Sosyal medya interaktif yapısıyla hem eş zamanlı hem de eş zamanlı olmayan etkileşimlere izin vermesi ve kolektif eylem için bir platform olarak hizmet etmesiyle siyasal süreçlerde önemli bir rol üstlenmiştir. Bu çerçevede sosyal medya; siyasi örgütlerin ve adayların seçmenlerle ve seçmenlerin de adaylarla anında iletişim kurmak ve daha sonra geri bildirim almasını sağlamak şeklinde (Mustapha vd, 2016: 132) iki yönlü iletişim yolu sunar.

Günümüzde sosyal medya kullanımının artışı ve yaygınlaşmasıyla birlikte hem örgütsel düzeyde hem de bireysel düzeyde tüm siyasi partiler ve mensupları; görüş, öneri ve politikalarını gerek oluşturdukları web sayfaları gerekse de sosyal medya aracılığıyla profesyonel bir şekilde paylaşmakta, hedef kitlelerini

bilgilendirmekte ve onlarla iletişimi daima canlı tutmaya çalışmaktadırlar. Yüz yüze iletişim kadar etkili olmayabileceği ifade edilebilirse de, sosyal medya, vatandaşlara kendi istek ve görüşlerini gerek siyasi parti hesaplarından gerekse de bireysel hesaplardan yapılan açıklamalara doğrudan tepkide bulunmaları ile görüş, öneri ve beğenilerini iletebilmeleri açısından önemli olanaklar sunmasından ötürü siyasi aktörlerin hızlı bir şekilde geri bildirim almasını sağlar (Güven, 2017: 184). Bununla beraber, oy oranı ve ekonomik olarak güçlü olan partilerin gücünü artırmasında önemli bir işlev görmesinin yanında daha az oy potansiyeline sahip ve daha az güçlü şekilde ifade edilen siyasi partilere destek toplama, politikalarını daha geniş kitlelere ulaştırma gibi imkanlar da sağlar (Balcı ve Sarıtaş, 2015: 518). Böylece partiler arası gazete, radyo ve televizyon gibi geleneksel medya araçlarının gecikmelere neden olması ve nispeten maliyetli olması gibi dezavantajlarına karşı pratik fayda sağladığı söylenebilir.

Aynı zamanda sosyal medya, bireylerin siyasetle nasıl ilişki kurduğunu etkiler. Sosyal medya, bireylerin siyasi ve medya kaynaklarına doğrudan abonelik yoluyla veya akranları tarafından yayınlanan siyasi içeriğe maruz kalmak suretiyle siyasi bilgilere erişimini artırır. Ayrıca, bireylerin politikacılar, kurumlar, gazeteciler ve diğer vatandaşlar ile etkileşim maliyetlerini azaltır. Dolayısıyla vatandaşların siyasete girmelerini kolaylaştırmak ve siyasi faaliyetlerin repertuarlarını genişletmek suretiyle vatandaşların siyasete katılımını kolaylaştırır (Bossetta vd., 2017: 54).

Sosyal medyanın bireylere sağladığı kolaylıklarla birlikte Bossetta vd. (2017:59), bireysel düzeyde siyasi amaçlı sosyal medyanın siyasi kullanımını içerik oluşturma, yorumlama, paylaşma ve dinleme olarak dört farklı düzeyde kategorize etmektedir. İçerik oluşturma; siyasetle ilgili gerçekleri, siyasi bir meseleyle ilgili ideolojik bir tutumun ifadesini veya bir trajedinin kurbanlarına manevi destek sunmayı içeren yeni bir politik içerik oluşturma eylemini ifade eder. Yorumlama; halihazırda oluşturulmuş bir içeriğe tepki verme, yorum yapma gibi bir eylem sürecidir. Paylaşma; siyasi kampanya amacıyla üretilmiş içerikleri kişisel bağlılığı göstermek ya da farkındalık yaratmak için siyasi seferberliği artırma amacıyla beğenme ve paylaşma gibi faaliyetlerdir. Dinleme; en pasif etkileşim biçimidir ve sosyal medyada görünür bir iz bırakmadan siyasi içeriği okuyan veya izleyen kullanıcılara atıfta bulunur. Sosyal medyanın sağladığı bu olanaklar çerçevesinde bireylere siyasi alana dahil olma fırsatı sağladığı gibi özellikle çeşitli nedenlerle kamusal hayata katılmakta zorlanan gruplara – kadınlara, gençlere, kendini sosyal ve siyasi hayattan dışlanmış hissedenlere – yalnızca izleyici rolünde değil, aynı zamanda bir aktör olarak kamusal tartışmaya katkı sunmak yoluyla adeta “sessizlerin sesi” gibi bir işlev üstlenmelerini de sağlar (Gökçe, 2012: 46).

Sosyal medyanın siyasi kullanımı siyasi örgütlerin/aktörlerin hedef kitleyi etkileme ya da bireylerin olağan siyasi süreçlerle ilgili faaliyetleriyle sınırlı kalmaz. Aynı zamanda 2000’li yıllar sonrası ABD’deki Wall Street olayları, Ortadoğu’da bazı ülkelerde rejim değişiklikleriyle sonuçlanan Arap Baharı süreci, Türkiye’de Gezi Parkı eylemleri gibi Avrupa’dan Asya’ya dünyanın birçok ülkesindeki toplumsal protesto hareketlerinin örgütlenmesi ve yayılmasında etkin bir şekilde kullanılmıştır. Hatta kimi zaman sosyal medyanın coğrafi sınırları anlamsızlaştırarak küresel siyasi iletişimi kolaylaştırması yönüyle bir ülkedeki siyasi ya da toplumsal konulara ilişkin farklı ülke vatandaşlarının desteğini çekerek küresel kamuoyu oluşturmaya yardımcı olur (Bossetta vd. 2017: 54).

Sosyal medyanın siyasal etkisine ilişkin olumsuz ve şüpheli görüşler, demokrasi ile siyasal yaşam arasındaki asimetrik ve eşitsiz sahnenin devam ettiğine, internetin “her zamanki siyaseti” sürdürdüğü, dolayısıyla da siyasete ilişkin bilgisi ve ilgisi olmayan insanları harekete geçirmediğine dikkat çeker. Bu nedenle sosyal medyanın halkın katılımını tam katılıma dönüştüren devrimci bir etkiye sahip olacağı konusunda şüpheli olmaya değer olduğu savunulur. Öte yandan sosyal medyanın insanları diğer gerçek yaşamda bağlantı kurduğu diğer insanlardan uzaklaştırabileceği ve siyaset üzerinde aşındırıcı bir etkisi olabileceği vurgulanır (Erkan, 2017: 265-267). Olumlu ve olumsuz görüşler dikkate alındığından sosyal medya ve siyaset ilişkisinin, teknolojik yayılma devam ettikçe her geçen gün gündemi daha fazla meşgul edeceği, bu konu üzerinde araştırmaların artabileceği söylenebilir.

2.2. Sosyal Medyanın Siyasal Katılma Etkileri

Sosyal medyanın siyasal kullanımı aracılığıyla ortaya çıkan ve sosyal medya niteliği itibarıyla ortaya çıktığı varsayılır. Sosyal medya niteliği itibarıyla kişiselleştirilmiş alanlardır. Sosyal medyanın siyasal katılıma etkileri insanların bunlardan nasıl yararlandıklarına bağlıdır. Örneğin insanlar politik bilgiden kaçınabilir ya da politik bilgiyi aktif olarak arayabilir. Ancak siyasal içeriğe maruz kalsa bile, kullanıcılar siyasal katılım eğilimi göstermeyebilir (Knoll vd, 2018: 2). Öte yandan sosyal medya zaman ve maliyet avantajı nedeniyle katılımda isteksiz olan kişi ya da gruplara belirli bir konu, zaman ve yöntem ile siyasal katılım gösterip geri çekilme imkanı tanıyabilir. Aynı zamanda sosyal medyanın hız, maliyet düşüklüğü ve kolaylığı sayesinde kısa zaman diliminde çok fazla kişiye ulaşma potansiyeliyle siyasetle uğraşan kişileri sosyal medya kullanımına çekebilir (Aydın, 2017: 122-123).

Çevrimdışı katılım faaliyetleri belirli bir zamanda belirli bir yerde bulunmayı gerektirirken sosyal medyanın insanlara sağladığı kolaylıklar çerçevesinde siyasal katılımın yeni biçimlerine kapı araladığı ifade edilebilir. İnsanlar, siyasal ve güncel olaylarla ilgili sosyal medya ağlarında paylaşımlar yaparak, hükümet yetkililerinin sosyal medya sayfalarına yorumlar yaparak ve belirli politikalara karşı çevrimiçi kolektif eylemlere dahil olarak siyasal katılım faaliyetinde bulunurlar (Kim ve Khang 2014: 115). Sosyal medya üzerinde siyasal paylaşım, yorum gibi faaliyetlerin düşük maliyeti ve hem politikacılara hem de birçok vatandaşa ulaşabilme kolaylığı siyasal katılım gerekli görülen zaman, para ve ulaşım gibi engelleri ortadan kaldırır. Ayrıca siyasal örgütler destekçilerini sosyal medya platformları aracılığıyla toplumsal ya da siyasal konulardaki faaliyetlerine/kampanyalarına katılmaya teşvik eder (Gil de Zúñiga, vd, 2012: 328-330). Yapılan araştırmalar, sosyal medya aracılığıyla siyasal seferberliğin oy verme faaliyetinden protesto faaliyetine kadar çeşitli çevrimdışı siyasal katılım biçimlerine daha fazla katılım sağlandığını göstermiştir (Kahne ve Bowyer, 2018: 6).

Gil de Zúñiga vd. (2012: 328-330), sosyal medyanın bilgi ve haber amaçlı kullanımının siyasal katılım üzerinde önemli ve olumlu bir etki yarattığını ifade eder. Bilgi ve haber amaçlı kullanımında hem geleneksel medya haberlerinin paylaşılması hem çevrimiçi haberler hem de “yurttaş gazeteciliği” tarafından üretilen haber kaynaklarının bulunmasıyla oldukça kapsamlıdır. Bu çeşitlilik bir ya da birkaç kaynaktan sağlanan bilgilerden farklı olmasıyla etkili olabileceğini savunur. Ancak bireylerin sosyal medya kullanımında bilgi ve haber amaçlı hareket etmesi mi yoksa maruz kalması mı, siyasal katılımı artırdığı birtakım tartışmaları beraberinde getirir.

Tang ve Lee (2013: 770), sosyal medyada heterojen ağlara sahip olmanın etkisiyle farklı siyasal aktörlerle bağlantılı paylaşılan siyasal bilgiye maruz kalmanın siyasal katılım üzerinde önemli bir dolaylı etkiye sahip olduğuna dikkat çeker. Bode ise (2015:19-20), siyasal bilgi artışının siyasal katılımı artıracığı gerçeğinden sosyal medya ortamında siyasal bilgi ve habere maruz kalmanın pasif öğrenmeye katkı sunduğunu ifade eder. Geleneksel medya ortamında sunulan siyasal bilgi ve haberlerden siyasete ilgi duymayan kişilerin kolayca kaçınılmasına karşın sosyal medya ortamında rastlantısal olarak maruz kalarak siyasal bilgi edinebileceğini söyler. Artan siyasal bilginin de siyasal katılımı sonuçlanabileceğini savunur. Sosyal medya, haber almak için daha esnek ve çeşitli araçlar sağlasa da yalnızca sosyal medya aracılığıyla siyasal diyaloga girmeye istekli olan kişiler, sosyal medyayı politik faaliyetlere katılımı harekete geçirme potansiyelinden tam olarak yararlanacaklarına dikkat çeker. Dolayısıyla sosyal medyanın doğrudan bilgi ve haber amaçlı kullanımı kadar farkında olmadan ya da sosyal medya kullanım ağı içerisinde dolaşan siyasal bilgi ve haberlere maruz kalmanın da siyasal katılıma olumlu etkileri olduğu söylenebilir.

3. TANIMLAYICI BİR SAHA ARAŞTIRMASI

Araştırma tanımlayıcı bir saha araştırmasına dayanmaktadır. Kullanılan materyal ve yöntemle ilişkin bilgiler aşağıda verilmiştir.

3.1. Materyal ve Yöntem

Katılımcıların sosyal medya kullanımı ve siyasal katılım düzeylerinin belirlenmesi amacıyla katılımcılara bir anket uygulanmıştır. Bu kapsamda demografik verilerin yanı sıra sosyal medya kullanımı ve siyasal katılımın belirlenmesi amacıyla iki ayrı ölçek hazırlanmıştır. Sosyal medya kullanım ölçeği olarak H. Yağmur (2015) tarafından hazırlanan “*Sosyal Medyanın Siyaset ve Kamuoyunu Yönlendirmedeki Rolü*” başlıklı çalışmada uygulanan ölçeğin uyarlanması sonucu elde edilen bir ölçek kullanılmıştır. Siyasal katılım ölçeği olarak ise Keçe ve Dinç’in (2015) “*Demokratik Katılım Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenilirlik Çalışması*” başlıklı çalışmasında kullandıkları ölçekten yararlanılmıştır.

İki ayrı ölçek için de alt boyutlar belirlenmiştir. Bu bağlamda Sosyal Medya Kullanım ölçeği için “*İletişim ve Haber Alma, Algı Yönetimi, Siyasal Paylaşım*” boyutları belirlenirken, Siyasal Katılım ölçeği için ise “*Bireysel Katılım ve Kitle Katılım*” boyutları belirlenmiştir. Sosyal medya kullanım ölçeğinde 19 yargı cümlesi yer alırken, siyasal katılım ölçeği ise 21 yargı cümlesinden oluşturulmuştur. Ölçeklerin literatürde yer alan ölçeklerden uyarlanmış olmasından dolayı, geçerlilik analizi çerçevesinde ölçeklere doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi sonucuna göre ölçekler ve alt boyutlara ayrı ayrı güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi için Lisrel 8.8, güvenilirlik analizi ve diğer bulguların elde edilmesi için SPSS veri analiz programı kullanılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarına göre; RMSEA değeri 0,084 olarak elde edilmiştir. Elde edilen sonuç orta düzey bir uyum göstergesidir ve kabul edilebilir sınırlar içindedir. GFI 0,90 olarak bulunmuştur. AGFI değeri 0,84 olarak bulunmuştur ve literatürde kabul edilebilir sınırı olarak ifade edilen 0,80 değerinin üzerindedir. NFI (Normed Fit Index) değeri 0,93, NNFI (Non Normed Fit Index) değeri ise 0,92 olarak elde edilmiştir ve her iki değerde kabul edilebilirlik sınırı olan 0,90’ın üzerindedir.

Doğrulayıcı faktör analizine ilişkin sonuçların elde edilmesinden sonra hem sosyal medya kullanım ölçeği, hem de siyasal katılım ölçeği için ölçek ve alt boyutlar bazında güvenilirlik analizi yapılmıştır.

Tablo 2: Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği Güvenilirlik Analizi

ÖLÇEK	SOSYAL MEDYA KULLANIMI		
	İletişim ve Haber Alma	Siyasi Paylaşım	Algı Yönetimi
BOYUTLAR			
Cronbach's Alpha	0,809	0,824	0,699
	0,888		

Tablo 3: Siyasal Katılım Düzeyi Ölçeği Güvenilirlik Analizi

ÖLÇEK	SİYASAL KATILIM	
	BİREYSEL KATILIM	KİTLESEL KATILIM
BOYUTLAR		
Cronbach's Alpha	0,893	0,916
	0,944	

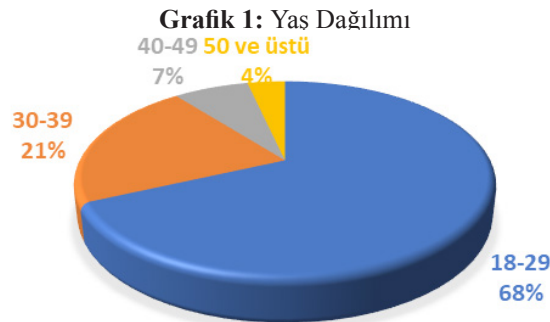
Güvenilirlik analizinden elde edilen sonuçlar Tablo 1 ve Tablo 2 'de ayrı ayrı verilmiştir. Gerek ölçekler bazında gerekse boyutlar bazında elde edilen değerler Cronbach's Alpha = 0,70 sınırının üzerindedir. Sadece sosyal medya kullanım ölçeğinin "Algı Yönetimi" boyutuna ilişkin güvenilirlik katsayısı 0,699 olarak bulunmuştur. Literatürde çok sayıda çalışmada 0,60 – 0,70 arası güvenilirlik katsayısı kabul edilebilir olarak ifade edildiği için bu değer kabul edilebilirlik sınırının üzerindedir.

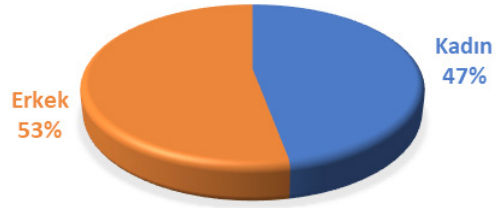
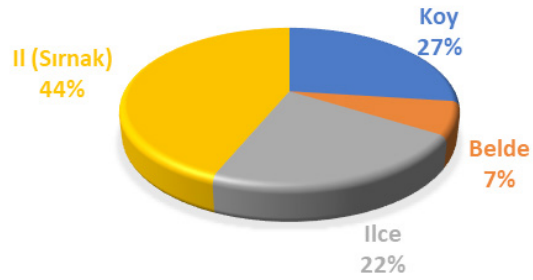
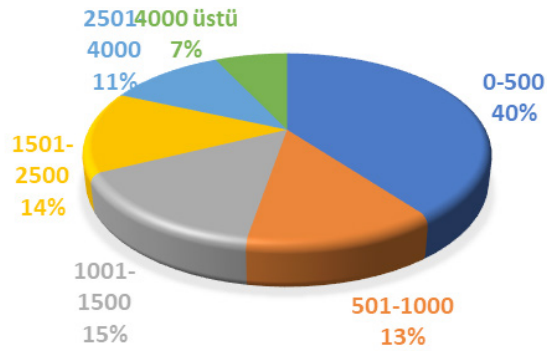
4. ANALİZ VE BULGULAR

Şırnak'ta uygulanan alan araştırması kapsamında 450 kişi ile görüşülmüş, bunlardan 427'si değerlendirmeye alınmıştır. Bu kısımda ortaya konulan bulgular araştırmaya katılan kişilerden elde edilen verilerden yola çıkılarak oluşturulmuştur. Aşağıda sırasıyla katılımcıların demografik bilgileri verilecek akabinde de sosyal medya kullanımı ve siyasal tutum ilişkisine yönelik veriler analiz edilecektir.

4.1. Demografik Verilerin İncelenmesi

Araştırmaya katılan deneklerin yaş, cinsiyet, doğum yeri, gelir ve eğitim düzeyi hakkında bilgiler aşağıda grafikler halinde verilmiştir.

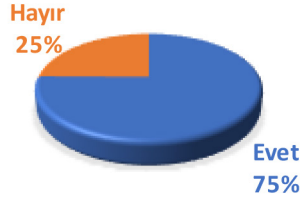


Grafik 2: Cinsiyet Dağılımı**Grafik 3: Doğum Yeri Dağılımı****Grafik 4: Eğitim Düzeyi Dağılımı****Grafik 5: Gelir Düzeyi Dağılımı**

4.2. Sosyal Medya Kullanımı ve Tutum Düzeyi

Yukarıda belirtilen özelliklere sahip katılımcıların sosyal medyaya ilişkin kullanım ve tutum düzeyleri de incelenmeye çalışılmıştır. Ortaya çıkan sonuçlar aşağıdaki gibi şekillenmiştir.

Grafik 6: Sosyal Medya Kullanımı Dağılımı



Ankete katılanların sosyal medya kullanım durumu incelendiğinde, deneklerin %75'i sosyal medya kullanımında aktif olduğunu belirtirken, %25'i ise sosyal medya kullanmadığını dile getirmiştir.

Katılımcıların sosyal medya kullanım düzeyinin demografik verilerle ilişkisi üzerinden görece detaylı incelenmesi, kitle hakkında daha nitelikli bilgiler elde edilmesini kolaylaştırmaktadır. Bu bağlamda, ilk olarak yaş değişkeni ile sosyal medya kullanım durumu değişkeni arasındaki ilişkiye bakılması gerekmektedir.

Tablo 4: Katılımcıların Yaşının Sosyal Medya Kullanımına Etkisi

		Evet	Hayır	Toplam
18-29	N	239	52	291
	%	82,10%	17,90%	100,00%
30-39	N	64	27	91
	%	70,30%	29,70%	100,00%
40-49	N	15	15	30
	%	50,00%	50,00%	100,00%
50 ve üstü	N	3	12	15
	%	20,00%	80,00%	100,00%
Toplam	N	321	106	427
	%	75,20%	24,80%	100,00%

Yapılan ki kare bağımsızlık testi sonuçlarına $\chi^2 = 43,347$ $p = 0,000 < 0,05$ olarak bulunmuştur. Bu sonuç, yaş aralıklarının sosyal medya kullanım durumunu etkilediğini göstermektedir. En yüksek sosyal medya kullanımı 18-29 yaş aralığında görülmektedir. En düşük sosyal medya kullanımı ise 50 yaş ve üstünde bulunmuştur. Bu aslında beklenen ve saha araştırmalarına da genel olarak yansıyan bir sonuçtur. Genç nüfus kitlesinin sosyal medya araçlarına ilgisi ve kullanım yaygınlığı bilinmektedir.

Sosyal medya kullanımının cinsiyet değişkeni üzerinden ele alınması durumunda ise, erkek katılımcıların kadın katılımcılara oranla daha fazla öne çıktığı görülmektedir.

Tablo 5: Katılımcıların Cinsiyetinin Sosyal Medya Kullanımına Etkisi

		Evet	Hayır	Toplam
Kadın	N	136	65	201
	%	67,70%	32,30%	100,00%
Erkek	N	185	41	226
	%	81,90%	18,10%	100,00%
Toplam	N	321	106	427
	%	75,20%	24,80%	100,00%

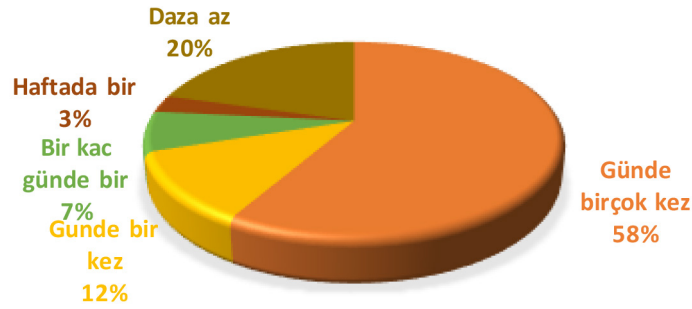
Yapılan ki kare bağımsızlık testi sonuçlarına $\chi^2 = 11,489$ $p = 0,001 < 0,05$ olarak bulunmuştur. Cinsiyet sosyal medya kullanım durumunu etkilemektedir. Erkeklerde sosyal medya kullanım oranı kadınlara göre daha yüksektir. Erkek katılımcıların kadınlara nazaran kitle iletişim araçlarına ulaşım düzeyinin yüksek olmasının bu sonucun en önemli etkeni olduğunu varsayılmaktadır.

Katılımcıların eğitim düzeyinin sosyal medya kullanımına etkisi de önemli bir veri olarak görülmektedir. Aşağıdaki tabloda da görüldüğü gibi, eğitim düzeyi ile sosyal medya kullanımı arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur.

Tablo 6: Katılımcıların Eğitim Düzeyinin Sosyal Medya Kullanımına Etkisi

		Evet	Hayır	Toplam
İlk- Orta	N	48	44	92
	%	52,20%	47,80%	100,00%
Lise	N	58	16	74
	%	78,40%	21,60%	100,00%
Üniversite	N	195	44	239
	%	81,60%	18,40%	100,00%
Lisansüstü	N	20	1	21
	%	95,20%	4,80%	100,00%
Toplam	N	321	106	427
	%	75,20%	24,80%	100,00%

Yapılan ki kare bağımsızlık testi sonuçlarına $\chi^2 = 39,316$ $p = 0,000 < 0,05$ olarak bulunmuştur. Eğitim durumu sosyal medya kullanım durumunu etkilemektedir. Eğitim seviyesi yükseldikçe sosyal medya kullanım oranı da artmaktadır.

Grafik 7: Sosyal Medya Kullanım Sıklığı Dağılımı

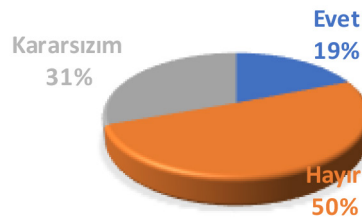
Sosyal medya kullanım sıklığı da araştırma sırasında elde edilmesi gereken bilgiler arasında yer almaktadır. Deneklerin %58'i günde birçok kez sosyal medya kullandığını belirtirken, %12'si günde bir kez, %7'si birkaç günde bir kez, %3'ü haftada bir kez, %20'si ise çok daha az sıklıkla sosyal medya kullandığını belirtmiştir. Görüldüğü gibi sosyal medya kullanım sıklığı katılımcıların büyük çoğunluğu açısından önemli oranlarda seyretmektedir.

Katılımcıların sosyal medyayı kullanım amacı da yine merak edilen sorulardan birisi olarak öne çıkmaktadır. Bunu ortaya çıkarabilmek için alan araştırmasında sosyal medya kullanımına ilişkin üç boyutlu bir ölçek hazırlanmış ve bu sorular katılımcılara yöneltilmiştir. Sosyal medya kullanım ölçeği üç boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar "İletişim ve haber alma", "Algı yönetimi" ve "Siyasi paylaşım" olarak belirlenmiştir. Söz konusu üç boyuta ilişkin yapılan Anova testi sonucunda elde edilen ortalama değerleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 7: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amacı Ortalamaları

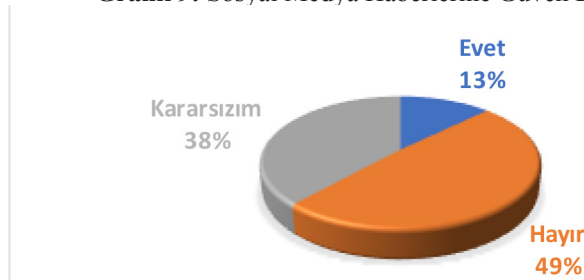
BOYUTLAR	ORTALAMA
İletişim ve Haber Alma (İHA)	3,2729
Algı Yönetimi (AY)	2,7603
Siyasi Paylaşım (SP)	2,3268

Boyutlara ilişkin değişken ortalamaları göz önüne alındığında katılımcıların sosyal medyayı daha ziyade iletişim ve haber alma amaçlı olarak kullanma eğiliminde oldukları görülmektedir.

Grafik 8: Sosyal Medyanın Tarafsızlığına İlişkin Tutum Dağılımı

Yoğun kullanım oranı ve kullanım sıklığıyla yaşamsal bir araç niteliğine bürünen sosyal medyaya yönelik algısal yaklaşımların da ortaya konulması gerekmektedir. Sosyal medyayı sıklıkla ve iletişim-haber alma gayesiyle kullandığı görülen katılımcıların sosyal medyanın niteliğine yönelik ne düşündüğü hususu önemli bir parametre olarak görülmektedir. Bu meyanda katılımcılara yöneltilen sosyal medyanın tarafsızlığına yönelik düşüncelerini içeren soruya verdikleri yanıtlar önem arz etmektedir. Buna göre katılımcıların %50'si sosyal medya haberlerinin tarafsız olmadığına inanırken, %31'i yanıt vermekte kararsız kaldığını, %19'u ise sosyal medya haberlerini tarafsız olarak değerlendirdiğini belirtmiştir.

Grafik 9: Sosyal Medya Haberlerine Güven Dağılımı



Benzeri bir veri sosyal medya haberlerine duyulan güven düzeyine ilişkin soruda da elde edilmektedir. Buna göre deneklerin yaklaşık yarısı (%49) sosyal medya haberlerine güvenmediğini ifade ederken %13'ü güvendiğini %38 gibi önemli bir kısmı ise güven konusunda kararsız kaldığını dile getirmiştir. Bir önceki grafikte ortaya konan veri ile bu verilerin net bir şekilde örtüştüğü görülmektedir. Bir diğer ifadeyle sosyal medya kullanıcılarının çok önemli bir kısmının sosyal medyaya güvenmediği kolaylıkla söylenebilmektedir.

4.3. Siyasal Katılım ve Tutum Düzeyinin İncelenmesi

Araştırmanın bu kısmında katılımcıların siyasal katılım düzeyleri ve genel olarak siyasal tutumları, sosyal medya kullanım davranışlarıyla birlikte ele alınarak analiz edilmektedir. Bu kapsamda katılımcıların kendilerini siyasal olarak nasıl tanımladıkları, herhangi bir partiye üyelik durumları, sosyal medyayı siyasal katılım aracı olarak görüp görmedikleri gibi konular değerlendirilmektedir.

Bununla birlikte araştırma sırasında katılımcılara yöneltilen siyasal katılıma ilişkin soruları içeren ölçek iki boyuttan oluşturulmuştur. Söz konusu boyutlar “Bireysel Katılım” ve “Kitlesele Katılım” boyutlarıdır. İki boyuta ilişkin ortalama değerler aşağıdaki tablodaki gibidir.

Tablo 12: Bireysel ve Kitlesele Siyasal Katılım Boyutlarının Ortalaması

Bireysel Katılım	2,6277
Kitlesele Katılım	2,4758

Elde edilen sonuçlara göre anketi cevaplayanların siyasal katılım düzeyi orta seviyenin altındadır. Aynı zamanda bireysel katılım düzeyi kitlesele katılım düzeyinden daha yüksektir. Bununla birlikte bireysel katılım ile kitlesele katılım arasında ilişki düzeyinin yakın oranlara işaret ettiğini belirtmek gerekmektedir. Bireysel katılımı yüksek bireylerin kitlesele katılım düzeyinin de yüksek olduğu görülmektedir.

Özellikle kitlesel katılım konusunda katılımcılar arasında çeşitli farklılıklar olması da araştırmada elde edilen önemli veriler arasında yer almaktadır.

Tablo 13: Katılımcıların Cinsiyetine Göre Kitlesel Katılım Ortalamalarının Farkı

LEVENE		ORTALAMA FARKI	
F	P	P	Fark
10,858	0,001	0,033	0,22098

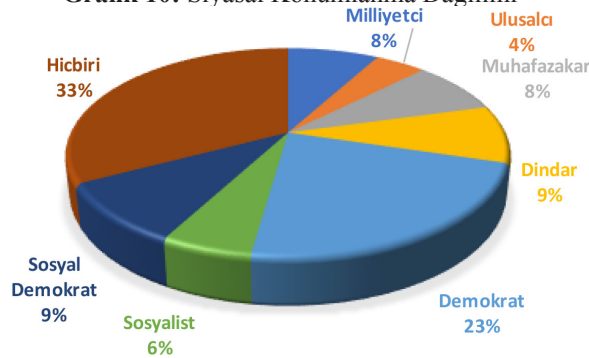
Elde edilen bağımsız örneklem t testi sonuçlarına göre, erkeklerin kitlesel katılım düzeyi ortalaması kadınların ortalamasından 0,22098 puan daha yüksektir ve $p=0,033 < 0,05$ olduğu için bu fark anlamlıdır. Diğer bir ifadeyle erkek katılımcılar kadınlara oranla daha yüksek oranda kitlesel katılım göstermektedir.

Tablo 14: Katılımcıların Yaşına Göre Kitlesel Katılım Ortalamalarının Farkı

Yaş		Ortalama Farkı	P
18-29	30-39	-0,28464	0,139
	40-49	-0,54597	0,039
	50 ve üstü	-0,78406	0,028
30-39	40-49	-0,26133	1,000
	50 ve üstü	-0,49942	0,514
40-49	50 ve üstü	-0,2381	1,000

Yaş değişkeni üzerinden yapılan Anova testi sonucu da yaş grupları arasında çeşitli farklılıklar olduğunu da ortaya koymaktadır. Nitekim 18-29 yaş aralığındaki katılımcıların kitlesel katılım ortalamaları 40-49 yaş aralığının ortalamasından 0,54597 puan ($p=0,039 < 0,05$), 50 ve üstü yaş grubunun ortalamasından 0,78406 puan ($p = 0,028 < 0,05$) daha düşüktür. 18- 29 yaş aralığındaki katılımcılar söz konusu iki yaş aralığındaki katılımcılara göre daha düşük kitlesel katılım göstermektedir. Buna karşılık, diğer yaş gruplarının ortalamaları arasında anlamlı bir fark söz konusu olmadığı söylenebilmektedir.

Grafik 10: Siyasal Konumlanma Dağılımı



Araştırmaya katılanlara yöneltilen “Kendinizi Nasıl Tanımlarsınız?” sorusuna verilen yanıtlar da ilginç veriler ortaya koymuştur. Deneklerin %33 gibi çok önemli bir kısmı seçeneklerden hiç birisini kendisine uygun bulmazken, geriye kalanların % 23’ü demokrat, %9’u dindar, %9’u sosyal demokrat, %8’i milliyetçi, %8’i muhafazakar, % 6’sı sosyalist, % 4’ü ulusalcı seçeneklerinin siyasi görüşünü yansıttığını dile getirmiştir. Katılımcıların üçte bir gibi bir çoğunluğunun “hiç biri” seçeneğini tercih etmesinin alan araştırmalarına karşı var olduğu gözlemlenen önyargılı ve çekingen yaklaşımın bir neticesi olduğu varsayılmaktadır.

Grafik 11: Parti Üyeliği Dağılımı



Ankete katılanların herhangi bir siyasi partiye üyeliği olup olmadığı sorulmuş, deneklerin % 88’i bu soruya hayır cevabını verirken, %12’si ise bir partiye üyeliği olduğunu belirtmiştir.

Tablo 16: Bir Partiye Üye Olma Durumuna Göre Bireysel Katılım Düzeyi Ortalamalarının Farkı

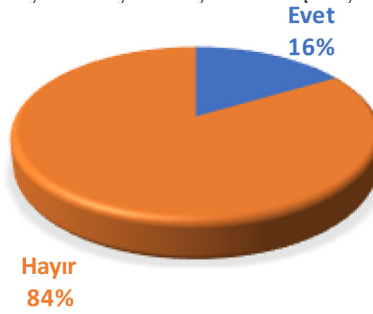
LEVENE		ORTALAMA FARKI	
F	P	p	Fark
1,051	0,306	0,000	0,63366

Bir partiye üye olanların bireysel katılım düzeyinin ortalaması ele alındığında, bir partiye üye olmayanların ortalamasından 0,63366 puan daha yüksek olduğu ve $p = 0,000 < 0,05$ şeklindeki oransal sonuçla birlikte anlamlı fark içerdiği görülmektedir. Nitekim parti üyesi olan katılımcıların rozet takma, oy toplama gibi aidiyet içeren katılım faaliyetleri göstermesi de beklenen bir sonuçtur.

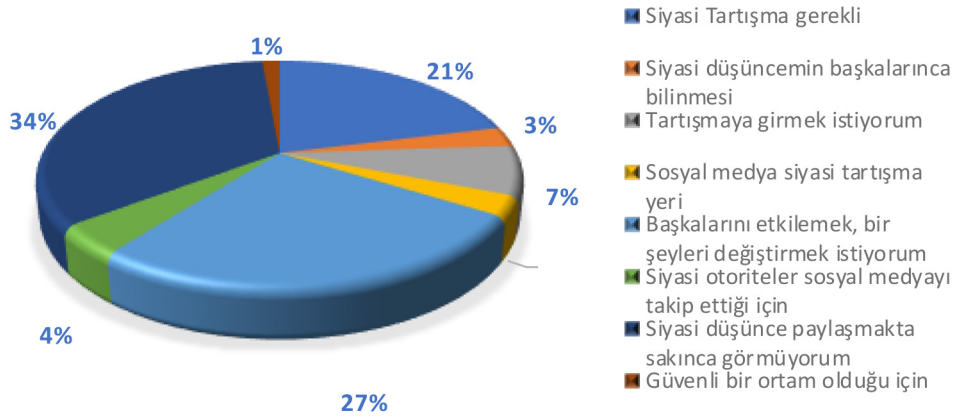
Tablo 17: Bir Partiye Üye Olma Durumuna Göre Kitlese Katılım Düzeyi Ortalamalarının Farkı

LEVENE		ORTALAMA FARKI	
F	P	P	Fark
1,59	0,208	0,000	0,69852

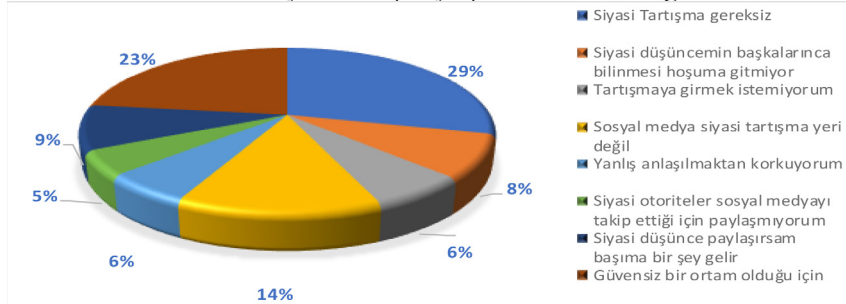
Benzeri verinin kitlese katılım boyutuna ilişkin ortalama alındığında da elde edildiği görülmektedir. Buna göre, bir siyasi partiye üye olanların kitlese katılım düzeyi ortalaması bir partiye üye olmayanların ortalamasından 0,69852 puan daha yüksektir ve $p = 0,000 < 0,05$ olduğu için bu fark anlamlıdır. Dolayısıyla parti üyeliği gerek bireysel gerekse kitlese katılım boyutları açısından önemli bir faktör olarak öne çıkmaktadır.

Grafik 12: Sosyal Medyada Siyasi Görüş Paylaşımı Dağılımı

Araştırmaya katılanlara yöneltilen “Sosyal medyada siyasi görüş paylaşıyor musunuz?” sorusuna deneklerin %84 gibi çok önemli bir kısmı hayır cevabını verirken, %16’sı ise siyasi görüş paylaştığını belirtmiştir.

Grafik 13: Siyasi Görüş Paylaşım Nedeni Dağılımı

Katılımcıların sosyal medyada siyasi görüş paylaşma nedeni incelendiğinde %34’ünün siyasi düşüncelerini paylaşmakta sakınca görmemesinden ötürü, % 27’sinin başkalarını etkilemek ve bir şeyleri değiştirmek istemesinden ötürü, %21’inin siyasi tartışmaları gerekli görmesinden ötürü, %7’sinin tartışmaya girmek istemesinden ötürü, %4’ünün siyasi otoritelerin sosyal medyayı takip etmesinden ötürü, % 3’ünün siyasi düşüncesinin başkalarınca bilinmesini istemesinden ötürü, %3’ünün sosyal medyayı siyasi tartışma yeri olarak görmesinden ötürü ve %1’inin sosyal medyayı güvenli bir ortam olarak görmesinden ötürü bu tercihe yöneldiği görülmektedir.

Grafik 14: Siyasi Görüş Paylaşmama Nedeni Dağılımı

Sosyal medyada siyasi görüş paylaşmadığını belirten katılımcılara bu tercihlerinin sebebi sorulduğunda verilen cevapların oranı şu şekilde belirmiştir. Katılımcıların %29'u siyasi düşüncelerini paylaşırsa başına bir şey geleceğine inanırken, % 23'ü sosyal medyayı güvensiz bir ortam olarak görmektedir. %14'lük bir kesim sosyal medyanın siyasi tartışma yeri olmadığını, %9'u siyasi tartışmaları gereksiz bulduğunu, %8'i siyasi görüşlerinin başkaları tarafından bilinmesini istemediğini, %6'sı tartışmaya girmek istemediğini, bir diğer %6'sı yanlış anlaşılmaktan korktuğunu ve son olarak %5'i de siyasi otoritelerin sosyal medyayı takip ettiği için paylaşım yapmadığını belirtmiştir.

Sosyal medya kullanımının siyasal katılıma etkisini ölçmeye yönelik yukarıda uygulanan analiz teknikleri genel olarak sosyal medya kullanımı ile siyasal katılım arasındaki ilişkiyi ortaya koyan veriler sunmaktadır. Bununla birlikte bu ilişki düzeyini daha iyi anlamayı sağlayacak farklı analiz tekniklerinin kullanımının da yarar sağlayacağı varsayılmaktadır. Bu kapsamda bağımlı bir değişken ile bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin matematiksel olarak izah edildiği regresyon analizi uygulanması uygun görülmektedir. Uygulama sonuçlarına geçmeden evvel bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişki düzeyini belirleyen korelasyon analizi de ortaya konması gerekmektedir.

Tablo 21: Boyutlar Arası Korelasyon Analizi

		IHA	AY	SP	BK	KK
IHA	Korelasyon	1	,488**	,509**	,312**	,260**
	P		0,000	0,000	0,000	0,000
AY	Korelasyon		1	,575**	,465**	,419**
	P			0,000	0,000	0,000
SP	Korelasyon			1	,612**	,544**
	P				0,000	0,000
BK	Korelasyon				1	,815**
	P					0,000
KK	Korelasyon					1
	P					

Tabloda da görüldüğü gibi, sosyal medya kullanım ölçeğinin İletişim ve Haber Alma, Algı Yönetimi ve Siyasal Paylaşım Yapma boyutları arasında orta düzeyde bir ilişkiden bahsedilebilmekle birlikte çok anlamlı bir verinin elde edilemediği görülürken, siyasal katılım ölçeğinin iki boyutu olan bireysel katılım ile kitlesel katılım arasında oldukça yoğun ilişkinin var olduğu göze çarpmaktadır. Bununla birlikte verilerin normal dağılıma uygun olduğu ve korelasyon analizi sonucunda bağımlı değişkenler ve bağımsız değişkenler arasında oto korelasyon olarak ifade edilebilecek düzeyde bir ilişki bulunmadığı tespit edilebilmektedir. Regresyon analizi ile sosyal medya kullanımının siyasal katılıma etkisi analiz edilmiştir. Regresyon analizi için temel varsayımlar sağlanmaktadır. Siyasal katılım ölçeğinin alt boyutları bağımlı değişken, sosyal medya kullanım ölçeğinin alt boyutları bağımsız değişkenler olacak şekilde iki regresyon modeli analiz edilmiştir. Bu kapsamda ilk olarak bireysel katılım ele alınmıştır.

Tablo 22: Sosyal Medya Kullanım Ölçeği Boyutlarının Bireysel Katılma Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

Değişkenler	Beta	P	Katsayılar
Sabit	0,910	0,000	Korelasyon
IHA	-0,047	0,309	0,629
AY	0,210	0,000	Belirlilik
SP	0,556	0,000	0,395

Enter yöntemi ile yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre $r = 0,629$ olarak bulunmuştur. Bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasında pozitif yönlü orta düzeyde bir ilişki söz konusudur. (Belirlilik Katsayısı) = 0,395 olarak bulunmuştur. Bağımsız değişkenler bağımlı değişkende yaşanan değişimin %39,5'ini açıklamaktadır. Anova testi sonucu $p = 0,000 < 0,05$ olduğu için söz konusu katsayılar anlamlıdır ve model geçerlidir. Elde edilen sonuçlara göre p değeri 0,05'in altında olan değişkenler regresyon modeline dahil edilmiştir. Bireysel katılım bağımlı değişkeni için oluşan regresyon modeli aşağıdaki şekildedir.

$$BK = 0,910 + 0,210 (AY) + 0,556 (SP)$$

Siyasal paylaşım ve algı yönetimi maksatlı sosyal medya kullanan kişilerin bireysel katılım düzeyinin yüksek çıktığı görülmektedir. Esasında siyasal paylaşım yapma ve algı yönetimine yönelme eğilimleri bireysel katılımın bir türü olarak da düşünülebileceğinden, elde edilen bu sonuç araştırma kapsamında öngörülen hipotezi doğrulamaktadır. Bu nedenle, sosyal medya kullanımının siyasal katılım isteğini ve niteliğini artıran bir özelliğe sahip olduğu kolaylıkla söylenebilmektedir. Sosyal medya kullanıcılarının siyasallaşma sürecinin görece hızlı olması beklenebilir.

Bir diğer regresyon analizi siyasal katılım ölçeğinin diğer boyutu olan kitlesel katılım ile ilgilidir.

Tablo 23: Sosyal Medya Kullanım Ölçeği Boyutlarının Kitlesel Katılma Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

Değişkenler	Beta	P	Katsayılar
Sabit	0,783	0,000	Korelasyon
IHA	-0,08	0,154	0,562
AY	0,232	0,001	Belirlilik
SP	0,565	0,000	0,316

Enter yöntemi ile yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre $r = 0,562$ olarak bulunmuştur. Bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasında pozitif yönlü orta düzeyde bir ilişki söz konusudur. (Belirlilik Katsayısı) = 0,316 olarak bulunmuştur. Bağımsız değişkenler bağımlı değişkende yaşanan değişimin %31,6'ini açıklamaktadır. Anova testi sonucu $p = 0,000 < 0,05$ olduğu için söz konusu katsayılar anlamlıdır ve model geçerlidir. Elde edilen sonuçlara göre p değeri 0,05'in altında olan değişkenler regresyon modeline dahil edilmiştir. Kitlesel katılım bağımlı değişkeni için oluşan regresyon modeli aşağıdaki şekildedir.

$$KK = 0,783 + 0,232 (AY) + 0,565 (SP)$$

Kitlesel katılım boyutunda da algı yönetimi ve siyasi paylaşım amaçlı sosyal medya kullanımının etken olduğu görülmektedir. Ancak algı yönetimi amaçlı kullanımın görece düşük yoğunlukta olduğu dikkat çekmektedir. Siyasi paylaşım yapan sosyal medya kullanıcılarının bireysel ve kitlesel katılım konusunda daha istekli olmaları beklenen bir sonuçtur.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Sosyal medyanın ve internetin yaygınlaşması, bilgi çağının önemli öğelerinden birisi olarak tarım ve sanayi devrimlerinin ardından üçüncü dalga şeklinde nitelendirilmektedir. Mesafelerin kısaldığı, sınırların kalktığı bu süreçte kitleler, çevrimiçi teknoloji kavramının hatırlattığı gibi, yoğun ve sürekli iletişim halindedir. Bu bilgi yoğunluğunun bireylerin yaşamına doğrudan ve dolaylı etkide bulunduğu da bilinmektedir. İnternet teknolojilerindeki gelişmelere paralel olarak dizüstü bilgisayar, tabletler ve akıllı telefonlar gibi mobil iletişime imkan sağlayan teknolojik gelişmelerle birlikte özellikle 2000’li yıllar sonrası sosyal medya kullanımının artışının ekonomiden siyasete, toplumsal konulardan alışverişe kadar hayatın birçok alanında değişimleri beraberinde getirdiği görülmektedir.

Sosyal medyanın siyasal karar alma süreçlerine ve katılım düzeylerine ne yönde etkide bulunduğu hususu merak edilen konular arasında yer almaktadır. Siyasal katılma sürecine etkisi bakımından değerlendirildiğinde sosyal medyanın yeni bir iletişim biçimi oluşturduğu ve karar alma süreçlerini şekillendirdiği varsayılmaktadır. Ancak bunun ne düzeyde gerçekleştiğinin ortaya konulması ancak saha araştırmalarıyla mümkün olabilmektedir. Sosyal medya kullanımının siyasal katılıma etkisinin araştırıldığı bu çalışma, alan araştırması yoluyla verilerin elde edilmesi ve bu verilerin analiz edilerek yorumlanması yöntemiyle yürütülmüştür. Şırnak il örneğinde yürütülen bu çalışmada da yüz yüze yöntemle 450 kişi ile görüşülerek sosyal medya kullanımının siyasal katılıma etki düzeyi irdelenmeye çalışılmıştır. Saha araştırmasında “*Sosyal Medya Kullanım Ölçeğinin İletişim ve Haber Alma, Algı Yönetimi, Siyasi Paylaşım şeklindeki alt boyutlarının, Siyasal Katılım Ölçeğinin alt boyutu olan Bireysel Katılım üzerinde etkisi vardır*”, “*Sosyal Medya Kullanım Ölçeğinin İletişim ve Haber Alma, Algı Yönetimi, Siyasi Paylaşım şeklindeki alt boyutlarının, Siyasal Katılım Ölçeğinin alt boyutu olan Kitlesel Katılım üzerinde etkisi vardır*” hipotezleri doğrulanmaya çalışılmıştır.

Saha araştırmasına dönük hazırlanan anket formları Şırnak Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinin yardımıyla katılımcılara uygulanmıştır. Bu uygulama sürecinde elde edilen anketlerin analizi için ise SPSS analiz programından yararlanılmıştır. Analiz sonucunda ortaya çıkan sonuçlar temel hipotezleri destekleyecek nitelikte olmuştur. Buna göre, ankete katılan katılımcıların önemli çoğunluğu Şırnak doğumlu, yüksek eğitim düzeyine sahip, buna karşın alt ve orta düzey gelire sahip kişilerden oluşmuştur. Katılımcıların büyük kısmının sosyal medya kullandığı görülürken, bunların çoğu 18-29 yaş aralığındadır. Erkek katılımcılarda sosyal medya kullanım oranı kadın katılımcılara göre daha yüksek çıkmaktadır. Erkeklerin kadınlara oranla kitle iletişim araçlarına ulaşım imkanının yüksek olması ihtimali bu sonucun en önemli etkeni olarak görülebilir. Eğitim düzeyi ile sosyal medya kullanımı arasında da anlamlı bir ilişkinin söz konusu olduğu görülmüş, eğitim düzeyi arttıkça kullanım oranının arttığı tespit edilmiştir.

Sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya algısının ölçülmesine dönük sorulara verilen yanıtlar, sosyal medyanın tarafsızlığına inanılmadığı, haberlerine güven duyulmadığı şeklinde çarpıcı sonuçlar ortaya çıkarmıştır. Sosyal medya kullanıcıları, her ne kadar uzak duramayıp kullansalar da, sosyal medyaya güvenmemektedir. Nitekim %75 oranına sahip sosyal medya kullanıcılarının %84 gibi büyük bir çoğunluğu sosyal medyada siyasi paylaşım yapmadığını belirtmiş, bunun sebebi olarak ise sosyal medyanın güven vermemesini, siyasi düşüncelerini paylaşırsa başına bir şey geleceğine inanmasını, siyasi görüşlerinin başkaları tarafından bilinmesini istememesini, yanlış anlaşılmaktan korkmasını ve siyasi otoritelerin sosyal medyayı takip ettiği için paylaşım yapmamasını göstermiştir. Bununla birlikte sosyal medyayı, algı yönetimi ya da siyasi paylaşım maksatlı kullananların aksine, iletişim ve haber alma amaçlı kullanan kişilerin görece güven duygusuna sahip olduğu da tespit edilmiştir. Nitekim sosyal medyada çıkan haberlere güvendiğini söyleyenlerin iletişim ve haber alma amaçlı sosyal medya kullanım ortalamaları kararsızım ve güvenmiyorum diyenlere oranla daha yüksek çıkmıştır.

Siyasal katılım düzeylerine ilişkin analizlerde de beklenen sonuçlar elde edilmiştir. Buna göre, anketi cevaplayanların siyasal katılım düzeyi orta seviyenin altındadır. Aynı zamanda bireysel katılım düzeyi kitlesel katılım düzeyinden daha yüksektir. Bununla birlikte bireysel katılım ile kitlesel katılım arasında ilişki düzeyinin yakın oranlara işaret ettiğini belirtmek gerekmektedir. Bireysel katılımı yüksek bireylerin kitlesel katılım düzeyinin de yüksek olduğu görülmektedir.

Katılımcıların neredeyse %90 gibi çok büyük bir çoğunluğunun herhangi bir siyasi partiye üyeliği bulunmazken, siyasal yelpaze içerisinde kendilerini bir gruba ait olarak görmediklerini ifade etmişlerdir. Esasında Şırnak gibi politik sorun ve tartışmalarla anılan bir şehirde siyasal konumlanma konusunda böylesi bir sonuç anlamlı görülmemektedir. Bu nedenle anketin uygulandığı dönem şartları itibariyle katılımcıların siyasi taraflarını belli etmemek adına korumacı refleks geliştirdikleri varsayılmaktadır. Herhangi bir siyasi partiye üye olan sosyal medya kullanıcılarının siyasi paylaşım yapma konusunda daha istekli oldukları gözlemlenmiştir. Bir diğer ifadeyle, sosyal medyada siyasi paylaşım yaptığı gözlemlenen kişilerin siyasal katılım düzeyi de yüksek çıkmaktadır. Sosyal medya kullanımının siyasal katılıma etkisini ortaya koyan regresyon analizleri ise çok daha net sonuçlar görülmesini sağlamıştır. Algı yönetimi ve siyasi paylaşım amaçlı sosyal medya kullanımının bireysel ve kitlesel katılımı etkilediği görülürken, iletişim ve haber alma amaçlı kullanımın görece daha az etkide bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç olarak, sosyal medya kullanımının siyasal katılımı etkileyen bir unsur olduğu ancak sosyal medya kullanıcılarının siyasal amaçlı kullanım konusunda sosyal medyayı güvenli bir mecra olarak görmemesinden ötürü, bu etki düzeyinin net olarak ölçülemediği görülmektedir. Buna karşılık, siyasi parti üyeliği olan ve siyasi paylaşım amaçlı sosyal medya kullanan bireylerin yöneltilen sorulara görece açık yanıtlar verdiğinden bireysel ve kitlesel katılım konusunda sosyal medya kullanımının etkilerini gözlemlemek mümkün olabilmektedir. Tüm katılımcıların verdiği yanıtlar ile birlikte yapılan analizler bu etki düzeyinin orta seviyenin altında olduğunu gösterse de, verili olmayan kullanım ve etki düzeyi oranlarının çok daha yüksek oranlarda olduğu varsayılmaktadır.

KAYNAKÇA

Aydın, A. (2017). “Sosyal Medya Paradigmasındaki Dönüşümün Siyasal Katılım Yansıması”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, SBE, Kamu Yönetimi A.B.D.

Balcı, Ş. ve Sarıtaş, H. (2015). “Facebook ve Siyasal Katılım: 2014 Yerel Seçimleri Araştırması”, *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 1(37), s. 511-535.

Barrett, M. and Brunton-Smith, I. (2014). “Political and Civic Engagement and Participation: Towards an Integrative Perspective”. *Journal of Civil Society*, 10(1), pp. 5-28.

Bayraktutan, G.; Binark, M.; Çomu, T.; Doğu, B.; İslamoğlu, G. ve Aydemir, A. T. (2012). “Sosyal Medyada 2011 Genel Seçimleri: Nicel–Nitel Arayüzey İncelemesi”. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7(3), s. 5-29.

Bossetta, M.; Segesten, A. D. and Trenz, H. J. (2017). Engaging with European Politics Through Twitter and Facebook: Participation Beyond the National?, In *Social Media and European Politics*, Palgrave Macmillan, London.

Brady, H. (1999). Political Participation. Measures of Political Attitudes. J. Robinson, P. Shaver and L. Wrightsman. Burlington, VA, Academic Press.

Brady, H. E.; Verba, S. and Schlozman, K. L. (1995). Beyond SES: A Resource Model of Political Participation. *American Political Science Review*, 89(2), pp. 271-294.

Çağlar, N. ve Asıgbulmuş, H. (2017). “X ve Y Kuşaklarının Siyasal Davranışında Sosyal Medyanın Etkisi: Gaziosmanpaşa İlçesinde Bir Araştırma”, *Süleyman Demirel Üniversitesi SBE Dergisi*, 29(4), s. 85-112.

Dursunoğlu, İ. (2017). “Sosyal Medya ve Siyasal Davranış İlişkisi”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 22, Kayfor15 Özel Sayısı, s. 1579-1585.

Effing, R.; VAN Hillegersberg, J. and Hubers, T. (2011). Social Media and Political Participation: are Facebook, Twitter and YouTube Democratizing Our Political Systems?, In *International Conference on Electronic Participation*, Springer, Berlin, Heidelberg.

Ekman, J. and Amnå, E. (2012). Political Participation and Civic Engagement: Towards A New Typology, *Human Affairs*, 22(3), pp. 283-300.

Erkan, E. (2017). “New Media, Public Sphere and Democracy”. *Journal of Media Critiques*, 3(12), s. 257269.

Eser, H. B. ve Güler, Ö. (2015). "İnternet ve Sosyal Ağların Siyasal Katılım Üzerine Etkisi-SDÜ Örnek Olayı". *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi SBE Dergisi*, 7(12), s. 196-219.

Gil De Zúñiga, H.; Jung, N. and Valenzuela, S. (2012). "Social Media Use For News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and Political Participation", *Journal of ComputerMediated Communication*, 17(3), pp. 319-336.

Gökçe, O. (2012). "Yeni Medya-Kamuoyu Demokrasi", içinde Hepimiz Globaliz Hepimiz Yereliz, Ed. Edibe Sözen, Alfa, İstanbul, s. 37-54.

Güven, S. (2017). "Siyasal İletişim Sürecinin Dönüşümü, Siyasal Katılım ve İletişim Teknolojileri", *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC*, April, 7 (2), s. 175-191.

Holt, K.; Shehata, A.; Strömbäck, J. and LJUNGBERG, E. (2013). "Age and the Effects of News Media Attention and Social Media Use on Political Interest and Participation: Do Social Media Function as Levellers?", *European Journal of Communication*, 28(1), pp. 19-34.

Kaase, M. and Alan Marsh (1979), "Political Action. A Theoretical Perspective". In: Samuel Barnes, Max Kaase et al., *Political Action: Mass Participation in Five Western Democracies*. London: Sage, pp. 27-56.

Kahne, J. and Bowyer, B. (2018). *The Political Significance of Social Media Activity and Social Networks*, Political Communication, pp. 1-24.

Kaplan, A. M. and Haenlein, M. (2010). *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*, *Business Horizons*, 53(1), pp. 59-68.

Keçe, M. ve Dinç, E. (2015), *Demokratik Katılım Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması*, *GEFAD / GUJGEF*, 35(1), s. 177-207.

Kim Y. and Khang H (2014) *Revisiting Civic Voluntarism Predictors of College Students' Political Participation in the Context of Social Media*, *Computers in Human Behavior*, 36, pp. 114–121.

Knoll, J.; Jörg M. and Heiss R. (2018). "The Social Media Political Participation Model: A Goal Systems Theory Perspective", *The International Journal of Research into New Media Technologies*, pp. 1–22

Mcfarland, L. A. and Ployhart, R. E. (2015). "Social media: A contextual framework to guide research and practice". *Journal of Applied Psychology*, 100(6), pp. 1653.

Milbrath, L. W. (1981). "Political participation", In *The handbook of political behavior* Eds. Samuel L. Long, Springer, Boston, MA.

Milbrath, L. W. and Madan Lal Goel (1977). *Political Participation, How and Why People Get Involved in Politics*, Chicago: Rand McNally.

Mustapha, L. K.; Gbonegun, V. O. and Mustapha, M. L. (2016). Social Media Use, Social Capital, and Political Participation among Nigerian University Students. *Trípodos. Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna*. (39), pp. 127-143.

Olson, M. (1965). *The Logic of Collective Action*, Cambridge: Cambridge University Press.

Parry, G.; G. Moyser and N. Day (1992). *Political Participation and Democracy in Britain*. Cambridge, Cambridge University Press.

Tang, G. and Lee, F. L. (2013). Facebook Use and Political Participation: The Impact of Exposure to Shared Political Information, Connections with Public Political Actors, and Network Structural Heterogeneity, *Social Science Computer Review*, 31(6), pp. 763-773.

Teorell, J.; Torcal, M. and Montero, J. R. (2007). "Political Participation: Mapping The Terrain", In *Citizenship and Involvement in European Democracies: A Comparative Analysis*, eds. Jan W. van Deth vd., Routledge, London.

Verba, S. and Nie, N. (1972). *Participation in America: Political Democracy and Social Equality*. New York: Harper & Row.

Van Deth, J. W. (2001). *Studying Political Participation: Towards a Theory of Everything*. In *Joint Sessions of Workshops of the European Consortium for Political research*, Grenoble, pp. 6-11

Yağmur, H. (2015) "Sosyal Medyanın Sosyal Medyanın Siyaset ve Kamuoyunu Yönlendirmedeki Rolü", *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Selçuk Üniversitesi, SBE, Konya.