



# 2019 Yerel Seçiminde Sosyal Medyadaki Siyasal Katılım Üzerinde, Siyasal Tutumlar, Siyasal Etkinlik ve Sosyal Medya Kullanım Örüntülerinin Rolü: Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Öğrencileri Araştırması

## *The Role of Political Attitudes, Political Efficacy and Social Media Usage Patterns on Political Participation in Social Media in the 2019 Local Election: Bolu Abant İzzet Baysal University Students Research*

Şükrü BALCI<sup>1</sup>, Hüsamettin AKAR<sup>2</sup>



<sup>1</sup>Prof. Dr., Selçuk University, Faculty of Communication, Department of Journalism, Konya, Turkey

<sup>2</sup>Asst. Prof. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal University, Faculty of Communication, Public Relations Department, Bolu, Turkey

ORCID: Ş.B.: 0000-0002-0477-0622  
H.A.: 0000-0001-6742-6629

### Sorumlu yazar/Corresponding author:

Şükrü Balci,  
Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Konya, Türkiye  
E-posta/E-mail: sukrubalci@selcuk.edu.tr

Geliş tarihi/Received: 17.03.2020

Revizyon talebi/Revision Requested: 18.05.2020

Son revizyon teslimi/Last revision received: 10.11.2020

Kabul tarihi/Accepted: 17.11.2020

**Atf/Citation:** Balci, Ş. & Akar, H. (2020). 2019 yerel seçiminde sosyal medyadaki siyasal katılım üzerinde, siyasal tutumlar, siyasal etkinlik ve sosyal medya kullanım örüntülerinin rolü: Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi öğrencileri araştırması. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 59, 55-85. <https://doi.org/10.26650/CONNECTIST2020-0528>

### Öz

Siyasal katılım, bir seçmenin sandık başında oy kullanmasından, hükümet yetkilisinin icraatını desteklemek veya etkilemek ya da vatandaşın siyasete duyduğu ilgiye kadar geniş bir yelpazede değerlendirilebilen bir kavramdır. Siyasal katılım hayatın her anında siyasal otoriteyi etkilemek adına yürütülen eylemler olurken; iletişim teknolojilerinin gelişimi ile birlikte insanların siyasal katılım biçimlerinde değişim ve dönüşüm yaşanmaya başlamıştır. Bu araştırma, üniversite öğrencilerinin 2019 Yerel Seçimleri sürecinde sosyal medyada siyasal katılım biçimlerini belirlemek; siyasal katılım ile siyasal tutumlar, siyasal etkinlik ve sosyal medya kullanım örüntüleri arasındaki ilişkiyi mercek altına almak amacıyla yürütülmüştür. Alan araştırmasının kullandığı çalışmada veriler, 283 katılımcıdan yüz yüze anket tekniğiyle toplanmıştır. Araştırma sonucunda katılımcıların yerel seçimlerdeki siyasal karar süreçlerinde internet, sosyal medya ve televizyonu daha etkili gördüğü tespit edilmiştir. Üniversite öğrencilerinin ülke sorunlarına ilgi düzeyi arttıkça, politikaya katılmak için kendisini nitelikli bulma ve ülkenin karşı karşıya kaldığı önemli siyasi sorunları iyi anlama düzeylerinde bir artış yaşanmaktadır. Parti bağlılığı ile hükümet etkinliği ve iç siyasal etkinlik arasında zayıf düzeyde anlamlı ilişki bulunmaktadır. İç siyasal etkinlik, parti bağlılığı, ülke sorunlarına ilgi, siyasal kampanyalara ilgi ve siyasal kararlarda sosyal medya etkisinin sosyal medyada siyasal katılım puanını pozitif yönde anlamlı biçimde yordadığı dikkat çekmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal medya, siyasal katılım, siyasal etkinlik, tutumlar, yerel seçim



## ABSTRACT

Political participation is a concept that can be evaluated in many ways, from voting at the ballot box to supporting or influencing the actions and choices of government officials, or the interest of the citizen in politics. With the development of communication technologies, significant changes have started to occur in people's political participation. In this research, the political participation styles of university students on social media during the 2019 Turkish local elections were determined. The research examines the relationship between political participation and political attitudes, as well as between political activity and social media usage. Field research was the principal form of data collection: 283 participants took part in face-to-face surveys. As a result of the research,

it was determined that the participants saw internet, social media, and television more effective in the political decision process during local elections. As the level of interest of university students in the country's problems increases, there is an increase in the participation in politics and understanding the important political problems faced by the country. There is a not so significant relationship between party loyalty and government and internal political efficacy. It is noteworthy that internal political efficacy, party loyalty, interest in country's problems, interest in political campaigns, and social media effectiveness in political decisions positively predict the political participation score in social media.

**Keywords:** Social media, political participation, political activity, attitudes, local election

## EXTENDED ABSTRACT

Significant debates have been held for more than a decade on the impact of social media and the internet on political participation. Studies have shown that social media has become one of the most important platforms for online users to discuss politics and cause them to participate in politics away from the internet. In this research, the relationship between Turkish university students' use of social media in relation to both online and offline political participation is examined. Social media usage patterns of the university students were examined during the local election period. Those who answered the research questions spent approximately 75 minutes with social media, out of which 73.9% did it every day. WhatsApp, YouTube, Instagram, and Twitter are the most preferred forms of social media.

The research also collected data on the political attitudes of university students. Results revealed that university students in the sample had a mid-level commitment to a particular party. Among the participants, both men and women have close values in terms of party loyalty level. The results show that Turkish men are more interested in the country's problems than Turkish women. It is remarkable that university students' interest in political campaigns and issues is at a medium level. Also, university students whose opinions were consulted in the research and in the political decision processes in local elections; they see internet, social media, and television more effectively.

Apparently, Internal Political Efficacy is a particular area of concern for the students. As the level of interest of university students to the problems of the country increases, there is an increase in understanding the important political problems faced by the country and political participation. The political efficacy levels of the men and women in the sample are close to each other.

The relatively low level of political participation of the university students participating in the research on social media is an important finding of this study. The students discuss their preference regarding a political candidate or party among other political discussion using instant chat. Although there is no significant relationship between socio-demographic variables such as gender and age and political participation in social media, each of the variables such as party loyalty, interest in country's problems, dealing with political campaigns and issues, and the level of effectiveness of social media in political decisions are positive determinants of political participation in social media. There is an increase in the level of political participation in social media, as the level of party loyalty, interest in country's issues, dealing with political campaigns and issues, and the level of effectiveness of social media in political decisions increases. In other words, while university students in the sample think more that they find themselves qualified to participate in politics; they express more that they understand the important political problems faced by the country. The increase in daily social media usage time can trigger political participation in social media. As Kenski and Stroud (2006) found that Internet access and online exposure to presidential campaign information increase political participation.

This research was designed to reveal the relationship between the level of political participation in social media and social media usage patterns, as well as political attitudes and political activity during the 2019 Turkish local elections on a sample selected from among university students. Future research could increase sample size. In addition, the effectiveness of variables such as trust in the media and the political system and political participation can also be subject to further research. What is the relationship between news media usage frequency and political participation can be another research topic?

## GİRİŞ

Demokrasi ile yönetilen ülkelerde vatandaşları bilgilendirme, onları siyasi hayatın içine çekme ve onların siyasi düşüncelerine yön vermek için çeşitli faaliyetler yürütülmekte ve çeşitli araçlar kullanılmaktadır. Özellikle seçim dönemlerinde sosyal medya, siyasi partiler/adaylar ve konular hakkındaki düşüncelerin paylaşımı için sıklıkla kullanılan araçlar içerisinde yer almaktadır. Etkileşimli bir ortam olmasından dolayı kullanımının her geçen gün artması bu yeni medyanın önemini daha da artırmaktadır. Bu noktada bir yandan siyasi partiler ve adaylar sosyal medya aracılığıyla seçmenlere ulaşmaya, onlarla etkileşimli ve etkili bir iletişim kurmaya çaba sarf ederken öte yandan da siyasete ilgi duysun ya da duymasın sosyal medya kullanan bireyler bu ortamda sunulan çeşitli mesajlara veya yapılan tartışmalara maruz kalmakta ya da katılmaktadırlar.

Sosyal medya bir yönüyle siyasi parti ve adaylara çeşitli fırsatları sunarken diğer taraftan da seçmenlerin o anki siyasi ortamı ve yapılan tartışmaları, daha geniş bir bakış açısıyla değerlendirmelerine imkân tanımaktadır. Açıkçası, siyasal eylemler kendiliğinden ortaya çıkan bir yapıya sahip değildir. Belirli arka plan özelliklerine sahip kişilerin, siyasi olarak aktif olma olasılığı diğerlerinden daha yüksektir. Minimum düzeyde politik bilgi veya politik etkinlik olmadan, herkesin politikaya ilk etapta nasıl dâhil olabileceğini hayal etmek zor gözükmektedir. Siyasete yüksek güven, bilgi ve etkinlik düzeyine sahip kişilerin daha yoğun katılım göstermeleri daha olasıdır (Quintelier & Hooghe, 2012).

Ayrıca siyasi katılım tercihlerinin belirlenmesinde üniversite hayatının önemi göz önüne alındığında (Tekindal, 2017, p. 133); bu çalışma, üniversite öğrencilerinin siyasal tutumları, siyasal etkinlik ve sosyal medya kullanımının, sosyal medyada siyasal katılımları üzerindeki rolünü ortaya koymak açısından önem taşımaktadır. Çalışmada kapsamında öncelikli olarak sosyal medya kullanım örüntüleri, siyasal etkinlik ve siyasal katılma konuları ele alınmış; daha sonra da sosyal medya kullanımı, siyasal tutumlar ve siyasal etkinlik boyutları ile siyasal katılma arasındaki ilişki irdelenmiştir. Uygulama kısmında ise, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi'nde eğitim gören öğrenciler arasından seçilen örneklemde elde edilen verilerin analizi yapılmıştır.

### **Siyasal Tutumlar ve Siyasal Katılım**

Geç ergenlik döneminde bireyler kendilerini, bir topluluğun sorumlu üyeleri olarak görmeye başlarlar ve bu rolü benimser ve içselleştirirler. Bu süreçte ne tür bir faaliyet

ve organizasyonla uğraşıyorlarsa, bu rolle uyumlu değer modellerini geliştirmeye eğilimli olmaktadır. Katılım deneyimleri de bir güçlendirme hissine yol açabilir. Siyasal katılım eyleminin kendisi katılımcılara, yalnızca çok küçük bir ölçekte bile olsa, bir şeyleri gerçekten değiştirebileceklerini ve yaşam koşullarını iyileştirebileceklerini öğretebilir. Bu süreç, bir bütün olarak siyasi sistemin daha olumlu değerlendirilmesine yol açabilir (Quintelier & Hooghe, 2012). Demokrasinin işlemesi için, vatandaşların farklı konulara yönelik belirli temel değerleri ve tutumları benimsemeleri ve paylaşımları gerekir. Vatandaşların politik sistem ve politik aktörlere ilişkin değerleri ve inançları demokratik etkinlik ve katılım için son derece önemlidir (Pastrana-Valls, 2018, p. 677).

Siyasal katılım, doğrudan kamu politikasının yapılmasını ve uygulanmasını veya dolaylı olarak bu politikaları yapan insanların seçimini etkilemeye yönelik faaliyetler olarak tanımlanmaktadır (Verba, Scholzman, & Brady, 1995, p. 38). van Deth, siyasal katılmayı, vatandaşlar tarafından gönüllü olarak üstlenilen ve siyasi sistemle ilgili kararları ve genel olarak bağlayıcı düzenlemeleri etkilemek amacıyla yapılan faaliyetler olarak ele almaktadır (2014, p. 351). Siyasal katılım üzerinde siyasal tutumlar gibi, birçok aracı değişken belirleyici olabilmektedir. Daha spesifik olarak, siyasi meselelere ilgi, siyasal olarak etkili olma hissi, siyasal güven düzeyi ve demokratik davranışı teşvik eden norm ve değerlere destek, politik katılımın önemli yordayıcıları olarak görülmektedir (Quintelier & van Deth, 2014, pp. 154-155).

Alanyazında siyasal tutumlarla siyasal katılım arasındaki ilişkiyi inceleyen birçok çalışma bulunmaktadır (Hooghe & Marien, 2013; Bolzendahl & Coffe, 2013; Dalton, 2014; De Marco, Robles, & Antino, 2017). Örneğin, Finkel (1985) siyasal katılım ve tutumlar arasındaki ilişkinin karşılıklı olduğuna vurgu yapmaktadır. Siyasete ilgi duyan, demokratik normları ve değerleri destekleyen, siyasi kurumlara güvenen ve siyasi olarak etkili hisseden vatandaşların, ilgisiz, yabancılaşmış ve daha az kendinden emin olanlardan siyasal olarak aktif olma olasılıkları daha yüksektir (Quintelier & van Deth, 2014, p. 153; Best & Kruger, 2005).

Brehm ve Rahn (1997) siyasal güven ile katılım arasında karşılıklı bir ilişki olduğunu ifade etmektedir. Kenski ve Stroud (2006), internet erişimi ve başkanlık kampanyasının bilgisine çevrimiçi maruz kalma ile siyasal etkinlik, bilgi ve katılım arasındaki ilişkileri inceledikleri araştırmada; sosyo-demografik değişkenler, parti kimliği, partizan gücü ve siyasal ilginin siyasal katılımı önemli ölçüde ilişkili olduğunu göstermişlerdir. Claassen (2008) seçim kampanyalarına katılımın, daha sonradan daha güçlü bir parti kimliği

duygusu ile ilişkili olduğunu göstermiştir. Yine literatür incelediğinde; siyasal gündem, seçim kampanya ve konulara ilgi arttıkça medya yoluyla siyasal bilgilenme (Balcı & Bor, 2015; Balcı, Damlapınar, Pınarbaşı, & Astam, 2016; Balcı, Tanacı, Dağlı, & Bayrak, 2019) ve siyasal katılımın (Balcı & Sarıtaş, 2015) arttığını ortaya koyan çalışmalar bulunmaktadır.

Balcı ve Sarıtaş (2015, p. 529), araştırmalarında üniversite öğrencilerinin parti bağlılığı ile Facebook üzerinden siyasal katılım sıklıkları arasında pozitif anlamlı ilişkinin varlığını tespit etmişlerdir. Örneklemdeki kişilerin parti bağlılığındaki artış, beraberinde Facebook'taki siyasal katılım sıklığını artırmaktadır.

### **Siyasal Etkinlik ve Siyasal Katılım**

Siyasal etkinlik; siyasal ve sosyal değişimin mümkün olduğu temel düşüncesinden hareketle, "bireysel siyasal eylemin siyasal süreç üzerinde bir etkisi olduğu veya olabileceği hissi" olarak tanımlanmaktadır (as cited in Jung, Kim, & Zúñiga, 2011, p. 413). Siyasal etkinlik; vatandaşların siyasi alanda güç veya güçsüzlük algılarıdır (Morrell, 2003, p. 589) ya da kişinin siyasi meseleler üzerinde etkisi olabileceğine duyduğu inanç, yaygın bir şekilde "demokratik sistemlerin barometresi" olarak düşünülmemektedir (as cited in Sharoni, 2012, p. 122). Siyasal etkinlik, siyasal katılımın öncülü olarak kabul edilmekte ve siyasi yaşamdaki deneyimlerin, katılımcı davranışlarını nasıl şekillendirdiği ile ilgili görülmektedir (Zúñiga, Diehl, & Ardévol-Abreu, 2017, p. 575).

Erken dönem araştırmaları siyasal etkinliği, tek boyutlu olarak ele alırken; daha sonra yürütülen çalışmalar hem kavramın hem de onu ölçmek için kullanılan maddelerin aslında iki ayrı bileşeni (iç siyasal etkinlik ve dış siyasal etkinlik) içerdiğini ortaya koymuştur (Amna, Munck, & Zetterberg, 2004, p. 4). İç Etkinlik, bireyin siyaseti anlama yeteneğine sahip olduğunu ve oylama gibi siyasi bir eylemde bulunabilecek kadar yetkin olduğunu algılaması olarak tanımlarken; dış etkinlik, kişinin kendi siyasi yetenekleri hakkındaki algılarından ziyade siyasi kurumlarla ve liderlerle ilgili inançları olarak ifade edilmektedir (as cited in Craig & Maggionto, 1982, p. 86). İç etkinlikte birey ve bireyin yapıp ettikleri daha çok ön planda yer alırken, dış etkinlikte bireyden ziyade siyasal sistem içerisinde yer alan kurum ve aktörler öne çıkmaktadır. Sharoni (2012, p. 122) iç ve dış siyasal etkinliğin siyasal kültürün çeşitli yönleriyle ilişkili olduğunu belirtmekte ve iç etkinliğin siyasal ilgi, bilgi ve siyasal katılma ile bağlantılı olduğunu; dış etkinliğin ise hükümete ve seçmen katılımına olan güven ile bağlantılı olduğunu vurgulamaktadır. İç etkinlik konusunda yetkin olan bireyler siyasi arenada nasıl yer

alacaklarını bilirler ve bu alanda meydana gelen sorunlar, çatışmalar veya anlaşmazlıklara karşı daha dirençlidirler. Dış etkinlik ise bireyin siyasal sistemin açıklığına ve yanıt verebilirliğine olan inancına karşılık gelir (Valentino, Gregorowicz, & Groenendyk, 2009, p. 308). Zúñiga ve arkadaşları (2017, p. 577) ise, siyasal etkinlik kavramına üçüncü bir boyut eklemiştirler ki; bu da hükümet etkinliğidir. Yazarlar hükümet etkinliğinin, hükümetin demokratik yeterliliğinin değerlendirilmesine dayanan dışa dönük bir inanç olduğunu dile getirmektedir.

Günlük yaşamda çeşitli siyasal etkinliklerin içinde yer almak, bireyler açısından siyasetin önemini artırmakta ve bireylerin siyasi yetkinlik kazanmalarına katkı sunmaktadır. Artan siyasi yetkinlik duygusu ise bireylerin siyasi bilgi düzeylerinin gelişmesinde, oy kullanma olasılıklarının artmasında, siyasi toplantılara katılmalarında ya da siyasi görüşmelerde bulunmalarında motive edici unsur olmaktadır. Siyasal etkinlik daha önce de belirtildiği üzere siyasal katılmanın öncülü olarak görülmektedir. Bu sebeple siyasal etkinlikte yaşanan bir zayıflamanın daha düşük düzeyde bir siyasal katılmaya neden olabileceği söylenebilir.

Siyasal etkinlik ve siyasal katılmaya yönelik gerçekleştirilen çalışmalardan birinde (Finkel, 1987, pp. 461-462); kampanya faaliyetlerine katılmanın siyasal etkinliğe pozitif katkısının olduğu dile getirilmiştir. Saldırgan davranış biçimleri ile siyasal etkinlik arasında negatif bir ilişki tespit edilirken, barışçıl protestolar ile siyasal etkinlik arasında ise istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki ortaya konulamamıştır.

Siyasi davranışları etkileyen aile, eğitim, cinsiyet, sosyal çevre vb. arasında siyasal etkinlik, siyasal katılmaya yakından ilgili görülmekte ve en önemli psikolojik yapılardan biri olarak kabul edilmektedir (Cohen, Vigoda, & Samorly, 2001, p. 734). Bu doğrultuda Baker (1973, p. 83) çoğu araştırmacının siyasal katılma ve siyasal etkinliğin aynı demografik özelliklerle ilişkili olduğunu tespit ettiklerini dile getirmiş ve güçlü siyasal etkinlik duygularının, eğitilmiş kişiler arasında yaygın olduğunu yine erkeklerin bu duygulara sahip olma olasılığının kadınlardan daha fazla olduğunu belirtmiştir.

Bir diğer araştırma siyasal etkinlik içerisinde değerlendirilebilecek olan siyasal bilgilenmenin geleneksel ve geleneksel olmayan siyasal katılma üzerinde doğrudan etkileri olup olmadığı üzerine gerçekleştirilmiş ve yapılan çoklu regresyon analizi neticesinde siyasal bilginin iç politik etkinliğe dönüştüğü sonucuna ulaşılmıştır (Reichert, 2016, p. 221). Chen ve arkadaşları (2019, p. 1686) çevrimiçi siyasal etkinliğin siyasal

katılım üzerinde olumlu bir etkisinin olduğunu ve çevrimiçi siyasal etkinliğin, sosyal medya aracılığıyla pozitif bir şekilde tezahür ettiğini tespit etmişlerdir.

Siyasal etkinlik ve siyasal katılma arasındaki ilişkiyi yerel seçimler boyutuyla ele alan çalışmada yerel seçimlere katılmada belediye büyüklüğü, siyasal etkinlik ve siyasal katılma arasındaki ilişki ele alınmış ve daha küçük belediyelerin vatandaşlarının daha büyük bir siyasi etkinlik duygusuna sahip olmalarının yanı sıra yerel siyasete daha fazla katıldıkları tespit edilmiştir (McDonnell, 2019, p. 1).

Siyasal etkinliğe sosyolojik açıdan yaklaşan bir çalışmada (Ainsworth 2000, p. 105) ise, siyasal etkinliğin genellikle bireysel düzeyde ölçüldüğü ve makro düzeyden ayrı olarak ele alınıp incelendiği dile getirilmiştir. Makro yapının da siyasal etkinliğe etki edebileceği varsayımından hareket eden söz konusu çalışmada, siyasal etkinlik hakkındaki mikro düzey (bireysel) tutumların makro düzey (sosyal) bağlamından ayrı olarak değerlendirilemeyeceğini kabul etmenin önemli olduğu vurgulanmıştır.

### **Sosyal Medya ve Siyasal Katılım**

Günümüzde iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, bireylerin siyasal katılma biçimlerine de etki etmiş ve bu katılma türlerini çeşitlendirmiştir. Özellikle genç yaş grupları arasında bireysel katılım eylemleri artış gösterirken, kitle temelli katılım biçimleri azalma eğilimine girmiştir. Bu noktada sosyal medya, bireysel katılım açısından insanlara yeni fırsatlar ve kolaylıklar sağlamaktadır (Quintelier & Hooghe, 2012).

Sosyal ağlar vasıtasıyla gerçekleştirilen siyasal katılmanın, geleneksel anlamdaki siyasal katılmadan farklılıklar arz ettiği bilinmektedir. Bu farklılıklar; 1) kampanya veya seçimler hakkında güncel bilgiler almak için çevrimiçi sitelere üye olma, 2) kamu görevi için seçimlere aday olmuş kişilere çevrimiçi para bağışında bulunma, 3) siyasi meselelerde adayların takındığı tavırlara yönelik bilgi elde etme, 4) bir aday, ajans veya medya tarafından hazırlanmış bir videoyu çevrimiçi izleme, 5) bir ajans veya medya tarafından hazırlanmayan, ancak bir seçim ya da kampanyayla ilgili videoları izleme ve 6) kampanyayla ilgili gönüllü faaliyetlere çevrimiçi üye olma şeklinde sıralanmaktadır (Steinberg, 2014, p. 162).

Sosyal medya, kişilerarası ve topluluk düzeyinde sosyal yaşamlarımızın karakterini kökten değiştirme potansiyeline sahiptir. Kişilerarası düzeyde, çevrimiçi ortamda



paylaşılan kimlik bilgileri, sosyal etkileşimin önündeki engelleri azaltmaya ve böylece başka türlü gerçekleşmeyebilecek bireyler arasındaki bağlantılara olanak sağlamaktadır. Topluluk düzeyinde, bu medyanın düzenleme özellikleri, bir ilgi veya endişeyi paylaşabilecek ancak diğer boyutlarda farklılık gösterebilecek başkalarını bulmak ve bunlarla bağlantı kurmak için işlevseldir (Ellison, Lampe, & Steinfield, 2009, p. 6).

Sahip olduğu özelliklerden (etkileşim, katılım, ağ oluşturma, paylaşım) dolayı özellikle gençler arasında yoğun bir şekilde kullanılan sosyal medya (Vromen, Xenos, & Loader, 2015); bireylerin belirli fikirler etrafında örgütlenmelerini ve bu örgütlü toplulukların karar alma mekanizmaları üzerinde etkili olmalarını kolaylaştırıcı bir rol oynayabilmektedir. Sosyal medya, yerine göre siyaset arenasında bireylerin örgütlenmesini sağlayan bir iletişim aracı olurken; aynı zamanda girilecek eylemin alt yapısının olduğu ya da oluşturulduğu bir ortam olabilmektedir. Daha açık bir ifadeyle sosyal medyada siyasi konularda yapılan tartışmalar, lehte ve aleyhte sunulan bilgiler, yayınlanan kısa video vb. yayınlar bireyleri siyasal katılma noktasında motive edebilmektedir.

Sosyal medya daha önce sınırlı bir “profesyonel iletişimci” grubu tarafından kullanılan iletişimdeki tekelci yapıyı gevşetmiş; insanlara daha fazla siyasi bilgi ve yorum yapma olanağı kazandırmıştır (Moy, Xenos, & Hussain, 2013). Bu durum sosyal medyayı siyasal ilgi ve araştırmaların merkezine taşıırken (Bode, 2016); aynı zamanda siyasal kampanyalarda sosyal medyaya ayrı bir önem atfedilir olmuştur. 2008 ve 2012 ABD Başkanlık Seçimleri ve 2010 yılının sonlarında başlayan ve “Arap Baharı” olarak adlandırılan halk hareketleri sonrasında siyasal katılmada sosyal medyanın etkisi daha fazla araştırılmaya başlanmıştır. Barack Obama için hazırlanan kampanyada sosyal medyadan etkin bir şekilde yararlanılmıştır. Aynı şekilde Arap dünyasındaki halk hareketlerinde de örgütlenme daha çok sosyal medya üzerinden sunulan yazılı ve görsel mesajlarla sağlanmıştır (Balci & Gölcü, 2013).

Castells'e (2009, p. 55) göre, Web 2.0 platformlarının geliştirilmesiyle, iletişim uygulamalarında tarihsel bir dönüşüm yaşanmaya başlamıştır. Bu dönüşüm, sosyal organizasyon ve kültürel değişim için önemli sonuçlar doğururken aynı zamanda yeni bir iletişim biçiminin ortaya çıkmasına sebep olmuş ve gençlerin siyasete katılımı dönüşüm yaşamıştır. Pek çok araştırmacı, sosyal medyada gerçekleştirilen çevrimiçi etkinlik biçimlerinin siyasal katılmayı teşvik edip etmediğini ve ne zaman desteklediğini açıklığa kavuşturmak için çaba sarf etmektedir (Kahne & Bowyer, 2018, p. 470-471).

Türkiye’de 2017 Referandumu sürecinde yürütülen bir çalışma; üniversite öğrencilerinin, son dakika gelişmelerini takip etme, bir siyasi aday veya partiyi beğenme, siyasi konularla ilgili bir görseli paylaşma, siyasi bir anket yapma veya ankete katılma gibi eylemleri sosyal medya üzerinden daha sık gerçekleştirdikleri sonucuna ulaşmıştır (Olkun, Yüksel, & Akdemir, 2018, p. 999). X ve Y kuşaklarının siyasal davranışlarına sosyal medyanın etkisi üzerine yapılan diğer bir araştırmada ise katılımcıların sosyal medyayı yoğun bir şekilde kullandıkları, buna karşın siyasi içerikleri kısmen takip edip paylaştıkları; sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen siyasal katılma pratikleri konusunda temkinli davrandıkları belirlenmiştir (Çağlar & Asıgbulmuş, 2017, p. 107). Erdoğan Demir (2016, p. 189), sosyal medyanın, kişilerin siyasi katılım ihtiyaçlarını kısmen de olsa tatmin ettiğini ve kişilerin kendilerini ifade etmelerine olanak tanıdığını bulgulamıştır.

Arslan ve Seçim (2015, p. 27) Facebook’ta siyasi parti ve adayların paylaştığı mesajları okuma/dinleme/izleme sıklığı ile oy verme kararlarında bu mesajlardan etkilenme düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki olduğunu ifade ederken; Kim ve Chen (2016, p. 320) hem blog hem de sosyal ağ siteleri kullanımı ile çevrimiçi siyasi katılım arasında pozitif yönde bir ilişkinin bulunduğu vurgu yapmaktadır. Ahmad, Alvi ve Ittefaq (2019, p. 1), üniversite öğrencilerinin çoğunun sosyal medyayı politik farkındalık ve bilgi arama gibi çevrimiçi siyasal etkinlik faaliyetleri için kullandığına; çevrimiçi siyasi faaliyetlerin, siyasi farkındalık ve çevrimdışı siyasi katılım ile güçlü bir ilişkisi olduğuna işaret etmektedir. Bir başka çalışmada (Halpern, Valenzuela, & Katz, 2017, p. 330) siyasi içeriklerin sosyal medyada paylaşılmasının kullanıcıların kişisel ve kolektif etkinlik anlayışını harekete geçirdiği ve bunun siyasal katılım olasılığını artırdığı tespit edilmiştir. Yazarlar, sosyal medyada gerçekleşen siyasi tartışmalara maruz kalan bireylerin önemli ölçüde bilgi edindiklerine ve bilgi düzeyindeki artışın kendilerini daha etkili hissetmelerini sağladığını belirtmektedirler.

Genel manada haber medyasının Avrupa Parlamentosu seçimlerinde ilk kez seçmen durumuna gelen kişilerin siyasal katılımı üzerinde etkisini araştıran çalışmada, çevrimdışı medyada haberlere maruz kalmanın katılım üzerinde önemli bir etkisi olmadığı, oysa çevrimiçi medyada ilgili haberlere maruz kalmanın katılımı olumlu etkilediği görülmüştür (Moeller, Kühne, & De Vreese, 2018, p. 445). Nisbet ve Scheufele (2004), bireylerin internet kampanyasına maruz kalmasının siyasi etkinlik, siyasi bilgi ve kampanya katılımı üzerindeki etkilerini incelemiş ve internetin aktif ve bilgili vatandaşlığı teşvik etmede rolünün en iyi düzeyde olduğunu tespit etmişlerdir. Bu haliyle yeni iletişim teknolojileri kullanımının siyasi katılım veya sivil katılım üzerinde olumlu etkileri bulunmaktadır (Wang, 2007).

## AMAÇ ve YÖNTEM

### Amaç

Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin siyasal tutum, siyasal etkinlik ve sosyal medya kullanımının; sosyal medyadaki siyasal katılımları üzerindeki rolünün mercek altına alınması temel amaçtır. Çalışma kapsamında öncelikli olarak sosyal medya kullanım örüntüleri, siyasal etkinlik ve siyasal katılma konuları ele alınmış; daha sonra da sosyal medya kullanımı, siyasal tutumlar ve siyasal etkinlik boyutları ile siyasal katılma arasındaki ilişki irdelenmiştir. Yöntem olarak alan araştırmasının kullanıldığı bu çalışmada; üniversite öğrencilerinin sosyal medyada siyasal katılım düzeyi ile sosyal medya kullanımı, siyasal etkinlik, siyasal tutum ve davranışlar arasındaki ilişkiyi incelemeye yönelik veriler toplanmıştır. Araştırmada kullanılan Siyasal Etkinlik Ölçeği'nin Türkçe uyarlaması ilk kez yazarlar tarafından yapılmış olup; Türkiye'deki literatüre katkı sağlaması açısından önem taşımaktadır.

Yukarıdaki literatür tartışmaları ve amaçlar doğrultusunda çalışmada, aşağıda sıralanan araştırma sorularına cevap bulunmaya çalışılmaktadır:

Araştırma Sorusu 1: Katılımcıların siyasal tutumları ile sosyal medyada siyasal katılımları arasında nasıl bir ilişki vardır?

Araştırma Sorusu 2: Katılımcıların siyasal etkinlik düzeyi ve boyutları ile sosyal medyada siyasal katılımları arasında nasıl bir ilişki vardır?

Araştırma Sorusu 3: Katılımcıların sosyal medya kullanım örüntüleri ile sosyal medyada siyasal katılımları arasında nasıl bir ilişki vardır?

### Yöntem

#### Araştırma Modeli

Bu araştırma; değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya yönelik, ilişkisel araştırma modeli kimliğine sahiptir (Creswell, 2012). Çalışmada sosyal medyada siyasal katılım düzeyi ile siyasal etkinlik, siyasal tutumlar ve sosyal medya kullanım örüntüleri arasında nasıl bir ilişkinin olduğu sorgulanmıştır.

## Çalışma Grubu

Bu araştırmanın evreni, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi'nde eğitim gören öğrencilerden oluşmaktadır. Basit Tesadüfi Örneklem tekniği ile seçilen 300 kişiye anket uygulanmış; ön inceleme sonucunda 283 anket analiz için uygun görülmüştür. Anketlerin geri dönüşüm oranı %94,3'tür.

Araştırma sorularına cevap verenlerin %56,5'i kadın, %43,5'i erkeklerden oluşmaktadır. Oranlar, cinsiyete göre karşılaştırma yapmaya uygun görünmektedir.

Yaş sorusunun betimleyici istatistiği incelendiğinde; en düşük 18, en yüksek 31 yaşındaki üniversite öğrencisiyle görüşüldüğü dikkat çekmektedir. Örneklemdeki kişilerin yaş ortalaması 20,97'dir.

## Veri Toplama Araçları

Araştırma kapsamında sosyal medyada siyasal katılım, siyasal etkinlik ile siyasal kararlarda medyanın etkinliği gibi farklı ölçeklerden yararlanılmıştır. Aşağıdaki kısımda bu ölçeklere ilişkin tanıttıcı bilgilere yer verilmektedir.

**Sosyal Medyada Siyasal Katılım Ölçeği:** Sosyal medyada siyasal katılım aktivitelerini gerçekleştirme sıklığını belirlemek üzere, Vitak ve arkadaşlarının (2011, p. 111) "It's Complicated: Facebook Users' Political Participation in the 2008 Election" isimli çalışmalarında kullandıkları 14 maddelik 5'li likert (1= Hiç, 5= Her Zaman aralığında) tipindeki ölçekten yararlanılmış; ölçeğe Balcı ve Sarıtaş'ın (2015) araştırmasında olduğu gibi, iki yeni madde ilave edilmiştir. Maddeler özellikle seçim dönemlerinde insanların sosyal medyada siyasal katılım aktivitelerini tanımlamaya yönelik olumlu ifadelerden oluşmaktadır. Söz konusu maddelere verilen puan arttıkça, sosyal medyada siyasal katılımında bir artış yaşanmaktadır. Balcı ve Sarıtaş (2015) çalışmalarında ölçeğin güvenirlik katsayısını ,96 olarak rapor etmişlerdir. Bu çalışmada Cronbach's Alpha= ,93 olarak belirlenmiştir.

**Siyasal Etkinlik Ölçeği (Political Efficacy Scale-PES):** Likert tipi (1= Hiç Katılmıyorum; 5= Tamamen Katılıyorum) 11 maddelik bu ölçekte siyasal etkinlik, Zúñiga ve arkadaşlarının (2017) çalışmasında olduğu gibi, İç, Dış ve Hükümet Etkinliği olarak üç boyutta ele alınmaktadır. "İç Siyasal Etkinlik" boyutu için en çok kullanılan ve test edilen iki madde bulunmaktadır. Bunlar "Ülkemizin karşı karşıya olduğu önemli siyasi sorunları iyi

anlıyorum” ve “siyasete katılmada kendimi nitelikli buluyorum” şeklindedir (Morrell, 2003, 2005). “Dış Siyasal Etkinlik” boyutu ise; “kime oy verdiğim önemli değil bir fark yaratmayacak” ve “benim gibi insanlar politikacıların ne yaptığı konusunda yorumda bulunmazlar” şeklindeki iki olumsuz ifadeye dayanmaktadır (Craig, Niemi, & Silver, 1990; Morell, 2005). Bu maddeler için ters kodlama yapılmıştır. “Hükümet Etkinliği” ülkeyi yönetenlerin yetkinliğine ilişkin tutumları anlamaya yönelik yedi olumlu maddeden oluşmaktadır (Cronbach’s Alpha= ,92) (Zúñiga, Diehl, & Ardévol-Abreu, 2017). Ölçeğin Türkçe’ye uyarlama araştırması bizzat yazarlar tarafından yapılmıştır. Öncelikle dil geçerliği için; alanında uzman 4 akademisyen tarafından İngilizce ve Türkçe uyarlama karşılaştırması gerçekleştirilmiştir. Sonrasında üniversite öğrencilerine uygulanan ölçeğin maddeleri arasındaki Korelasyon Analizine bakılmıştır. Böylelikle, nihai Türkçe ölçek hazır hale getirilmiştir. Ölçeğin dil geçerliğinden sonra, yapı geçerliği ve güvenilirlik analizi yapılmıştır. Ölçeğin yapı geçerliği açısından Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) uygulanmıştır. Araştırmanın örneklem büyüklüğü ve faktör analizi yapılabilmesi uygun olduğu KMO ,825 ve Barlett testi  $\chi^2$  değeri ise 803,31 ( $p < ,001$ ) olarak bulunmuştur. Ölçeğin yapı geçerliliği incelendiğinde; verilere göre toplam varyansın % 58,83’ünü açıklayan üç boyutlu bir yapı elde edilmiştir. Bu çalışmada 11 madde için güvenilirlik katsayısı (Cronbach’s Alpha) ,75 olarak tespit edilmiştir.

**Siyasal Kararlarda İletişim Araçlarının Etkinliği Ölçeği:** Ölçek 5’li Likert (1= Çok etkisiz, 5= Çok etkili aralığında) tipinde 7 maddeden oluşmaktadır. Seçim dönemlerinde siyasal kararlar oluşturulurken iletişim araç ve yöntemlerinin (televizyon yayınları, gazeteler, radyo yayınları, adayın miting ve gezileri, seçim afişleri, ilanlar ve broşürler, internet, sosyal medya) etkilerine ilişkin tutumları belirlemek üzere tasarlanan ölçek, daha önceki araştırmalardan (Damlapınar & Balci, 2014; Balci & Sarıtaş, 2015), yararlanılarak dizayn edilmiştir. Ölçeğin güvenilirliğini ortaya koymada Cronbach’s Alpha= ,80 olarak rapor edilmiştir.

**Kişisel Bilgi Formu:** Anketin son kısmında, katılımcıların cinsiyet ve yaş gibi demografik bilgilerin yanı sıra; günlük sosyal medya kullanım süresi, haftalık sosyal medya kullanımı, sosyal medya araçları kullanım sıklığı, parti bağlılığı, ülke sorularına ilgi ve siyasal kampanyalara ilgi düzeyini belirlemeye yönelik sorular bulunmaktadır.

## Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler

Alan araştırması 1–10 Nisan 2019 tarihleri arasında, üniversite öğrencileriyle yüz yüze görüşülerek yürütülmüştür. Araştırmada elde edilen veriler, istatistik programı

kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmada yararlanılan Sosyal Medyada Siyasal Katılım (Skewness: 1,743; Kurtosis: 0,289), Siyasal Etkinlik (Skewness: -0,101; Kurtosis: 0,308) ile Siyasal Kararlarda İletişim Araçlarının Etkinliği (Skewness: -0,495; Kurtosis: 0,064) ölçekleri için elde edilen Skewness (Çarpıklık) ve Kurtosis (Basıklık) değerleri -2,0 ile +2,0 arasında değiştiğinden; verilerin normal dağılıma sahip olduğu ortaya çıkmaktadır (George & Mallery, 2010). Bu sonuçlar ışığında, verilerin analizinde parametrik testler kullanılmıştır. Cinsiyete göre siyasal tutum ve davranışlar, siyasal karar sürecinde iletişim araçlarının etkinliğinde bir farklılaşma olup olmadığını ortaya koymak için *Bağımsız Örneklem T-Testi* tercih edilmiştir. Siyasal etkinlik boyutlarını belirlemek için Keşfedici Faktör Analizi'nden yararlanılmıştır. Siyasal etkinlik alt boyutlarına verilen önemdeki anlamlı farklılık ise Tek Örneklem T Testi ile ölçümlenmiştir. Sosyal medyada siyasal katılım puanının, siyasal etkinlik boyutları tarafından yordanıp yordanmadığını belirlemek üzere Doğrusal Regresyon Analizi esas alınmıştır. Sosyal medyada siyasal katılım ile siyasal tutumlar, siyasal etkinlik boyutları ve sosyal medyanın siyasal kararlardaki etki düzeyi arasındaki ilişkiyi tespit etmek için ise Korelasyon Analizi'ne başvurulmuştur.

### **Etik Kurul Onayı**

Araştırma, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimlerde İnsan Araştırmaları Etik Kurulu ile yapılan protokol anlaşması sonucunda yürütülmüştür (Protokol No: 2019/148, Tarih: 03.05.2019).

## **BULGULAR**

### **Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları**

Araştırmada öncelikle üniversite öğrencilerinin bir oturumda sosyal medyayı ne kadar süre kullandıkları sorgulanmıştır. Betimleyici istatistik sonuçları, katılımcıların bir oturumda en az 5, en fazla 360 dakika sosyal medyayı kullandıklarına işaret etmektedir. Araştırma sorularına cevap verenlerin ortalama sosyal medya kullanım süresi 74,82 dakikadır.

Katılımcıların haftalık sosyal medya kullanım sıklığı incelendiğinde; %6'sı haftada 1-2 gün, %3,5'i haftada 3-4 gün, %16,6'sı haftada 5-6 gün ve %73,9 gibi önemli bir bölümü her gün düzenli olarak sosyal medyayı takip ettiğini vurgulamaktadır.

Sosyal medya araçları içerisinde WhatsApp ( $\bar{X}= 4,49$ ) üniversite öğrencilerinin en sık kullandığı araç olurken; bunu YouTube ( $\bar{X}= 4,09$ ), Instagram ( $\bar{X}= 3,97$ ), Twitter ( $\bar{X}= 2,55$ ) ve Facebook ( $\bar{X}= 1,86$ ) takip etmektedir. En az yararlanan araçlar olarak Swarm ( $\bar{X}= 1,19$ ), LinkedIn ( $\bar{X}= 1,30$ ) ve Snapchat ( $\bar{X}= 1,45$ ) dikkat çekmektedir. Balcı, Bal ve Delal'in (2019, p. 965) araştırmasında da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Yazarlar üniversite öğrencileri arasında en çok kullanılan sosyal medya araçlarının Instagram, YouTube ve Twitter olduğunu tespit etmişlerdir. Katılımcıların en az kullandığı sosyal medya araçları ise Snapchat, WhatsApp ve LinkedIn olarak ölçümlenmiştir.

### **Siyasal Tutum ve Davranışlar**

Bu başlık altında öncelikle katılımcıların parti bağlılıkları mercek altına alınmıştır. Katılımcıların parti bağımlılık düzeyini tespit etmek üzere, 1 ile 10 arasında puan vermelerine yönelik bir skaladan (1= çok zayıf, 10= çok güçlü) yararlanılmıştır. Örneklemdeki 283 kişinin verdiği cevaplar doğrultusunda yapılan betimleyici analiz sonuçlarına bakarak, katılımcıların orta düzeyde ( $\bar{X}= 5,30$ ) parti bağımlılığına sahip oldukları söylenebilir. Cinsiyete göre parti bağlılığı anlamlı farklılık göstermemektedir ( $t= ,934$ ;  $p> ,05$ ). Hem erkek ( $\bar{X}= 5,44$ ) hem de kadınların ( $\bar{X}= 5,13$ ) parti bağlılık düzeyleri birbirine yakındır.

Araştırmaya katılanların ülke sorunlarına ilgi düzeyleri yüksektir ( $\bar{X}= 6,94$ ). Cinsiyete göre ülke sorunlarına ilgi düzeyi anlamlı farklılık taşımaktadır ( $t= -2,53$ ;  $p< ,05$ ). Betimleyici istatistik sonuçları incelendiğinde; erkeklerin ( $\bar{X}= 7,30$ ), ülke sorunlarına ilgi düzeyi puanının, kadınlara ( $\bar{X}= 6,66$ ) nazaran daha yüksek olduğu dikkat çekmektedir.

Yine çalışmada örneklemdeki öğrencilerin siyasal kampanya çalışmalarına ilgi düzeylerini belirlemek üzere 1 ile 10 arasında puan vermelerine yönelik bir skaladan (1= çok ilgili, 10= çok ilgisiz) istifade edilmiştir. Verilen cevaplar doğrultusunda yapılan betimleyici istatistik analizi sonuçları; katılımcıların siyasal kampanya ve konulara karşı ilgilerinin orta düzey ( $\bar{X}= 4,78$ ) olduğunu göstermektedir. Cinsiyet, siyasal kampanyalara ilgi açısından anlamlı farklılık oluşturmamaktadır ( $t= ,946$ ;  $p> ,05$ ).

Üniversite öğrencilerinin yerel seçimlerdeki siyasal karar süreçlerinde en etkili gördükleri üç iletişim aracı sırasıyla internet ( $\bar{X}= 4,24$ ), sosyal medya ( $\bar{X}= 4,20$ ) ve televizyondur ( $\bar{X}= 3,49$ ). Katılımcılar tarafından radyo yayınları ( $\bar{X}= 2,25$ ), gazeteler ( $\bar{X}= 2,77$ ), seçim afişleri/ broşürler ( $\bar{X}= 2,84$ ) ve miting- geziler ( $\bar{X}= 3,15$ ) siyasal karar

sürecinde nispeten daha az etkili görülen iletişim araç ve yöntemleri olarak dikkat çekmektedir.

Öte yandan örneklemdaki üniversite öğrencilerinin cinsiyetine göre siyasal karar sürecinde televizyon ( $t= 3,40$ ;  $p < ,01$ ), gazete ( $t= 2,44$ ;  $p < ,05$ ), internet ( $t= 2,37$ ;  $p < ,05$ ) ve sosyal medyayı ( $t= 2,61$ ;  $p < ,01$ ) etkili görme düzeyleri anlamlı farklılık ortaya koymaktadır. Betimleyici istatistik tablosu; kadınların, erkeklere nazaran, siyasal kararlarını şekillendirirken televizyon, gazete, internet ve sosyal medyadan daha çok etkilendiklerine vurgu yapmaktadır (Tablo 1). Anlamlı farklılığın etki büyüklüğü açısından *Cohen's d* değerleri mercek altına alındığında ise; küçük etkinin ( $d \geq 0,2$ ) varlığı dikkat çekmektedir (Cohen, 1992).

### **Siyasal Etkinlik Düzeyi ve Boyutları**

Katılımcıların siyasal etkinlik alt boyutlarını belirlemek üzere, siyasal etkinlik ölçeğindeki 11 maddeye verilen yanıtlar doğrultusunda faktör analizi uygulanmış; öz değer (eigenvalue) ve yamaç eğrisi grafiği (screeplot) incelemesi neticesinde 3 alt boyutun ele alınabileceği ortaya çıkmıştır. Ölçekte yer alan ifadelerin faktör yüklenme değerleri Tablo 2'de ortaya konulmaktadır.

Faktör gruplarının sınıflandırılma ve değerlendirilmesinde Varimax rotasyonlu tablo dikkate alınmıştır. Faktör analizinde incelenen maddelerin özdeğeri 1'den daha büyük ve minimum yüklenme büyüklüğü 0,50'dir. Faktör analizi uygulanan 11 maddenin güvenilirlik katsayısı (Cronbach's  $\alpha = ,83$ ) oldukça tatmin edicidir. Analiz sonucunda ortaya konan boyutlar, siyasal etkinlik açısından toplam varyansın %58,83'ünü açıklama kapasitesine sahiptir (Tablo 3).

Faktör analizi tablosuna bakıldığında; insanların siyasal etkinlikleri açısından ilk boyut Hükümet Etkinliği'dir. Bu boyut tek başına toplam varyansın %33,81'ini açıklama kapasitesine sahiptir. Faktörün güvenilirlik (Cronbach's  $\alpha = ,84$ ) ve özdeğeri (Eigenvalue= 3,79) yüksektir.

İkinci boyut, İç Siyasal Etkinlik ismini taşımaktadır. Boyutu oluşturan maddeler incelendiğinde; katılımcıların politikaya katılmak için kendilerini nitelikli bulduğu, ülkenin karşı karşıya kaldığı önemli siyasi sorunları iyi anladıkları dikkat çekmektedir. İç Siyasal Etkinlik Boyutu, tek başına toplam varyansın %13,28'ini açıklarken; faktörün



güvenilirlik (Cronbach's  $\alpha = ,67$ ) ve özdeğeri (Eigenvalue= 1,43) kabul edilebilir sınırlar içerisinde yer almaktadır.

Dış Siyasal Etkinlik üçüncü boyut olarak ortaya çıkmaktadır. Bu boyutun tek başına toplam varyansın %11,73'ünü açıkladığı Tablo 3'te görülmektedir. Faktörün güvenilirlik katsayısı Cronbach's  $\alpha = ,62$ 'dir.

Aritmetik ortalama değeri itibarıyla araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin en çok puan verdikleri alt boyut, İç Siyasal Etkinlik'dir. Aday imajı değerlendirmesinde İç Siyasal Etkinlik lehine çıkan farklılığın anlamlı olup olmadığı, Tek Örneklem T Testi aracılığıyla sınanmıştır. Analizde test değeri olarak İç Siyasal Etkinlik alt boyutunun ortalaması 3,16 olarak alınmıştır.

Tablo 4'te sunulan sonuçlar ışığında, İç Siyasal Etkinlik alt boyutunun ortalama değerinin; Hükümet Etkinliği ( $t = -8,87$ ;  $p < ,001$ ) ve Dış Siyasal Etkinlik'ten ( $t = -22,19$ ;  $p < ,001$ ) anlamlı derecede yüksek olduğu dikkat çekmektedir.

Siyasal tutum ve davranışlar ile siyasal etkinlik alt boyutları arasındaki ilişkinin gücü ve yönü açısından Korelasyon Analizi sonuçları incelendiğinde (Tablo 5); ülke sorunlarına ilgi düzeyi ile iç siyasal etkinlik boyutu arasında pozitif yönde orta düzeyde anlamlı ilişki dikkat çekmektedir ( $r = ,472$ ;  $p < ,01$ ). Diğer bir ifadeyle katılımcıların ülke sorunlarına ilgi düzeyi arttıkça, politikaya katılmak için kendilerini nitelikli bulma ve ülkenin karşı karşıya kaldığı önemli siyasi sorunları anlama düzeylerinde bir artış yaşanmaktadır. Parti bağlılığı ile Hükümet Etkinliği ( $r = ,294$ ;  $p < ,01$ ) ve İç Siyasal Etkinlik ( $r = ,232$ ;  $p < ,01$ ) arasında zayıf düzeyde anlamlı ilişki bulunmaktadır. Ülke sorunlarına ilgi ile Dış Siyasal Etkinlik arasında negatif yönde zayıf düzeyde anlamlı ilişki tespit edilmiştir ( $r = -,189$ ;  $p < ,01$ ).

Öte yandan ölçekteki 11 maddeye verdikleri puanlar toplanarak bir Siyasal Etkinlik İndeksi oluşturulmuştur. Siyasal Etkinlik Ölçeğindeki maddelere verdikleri puan açısından katılımcıların sahip oldukları en az puan 12, en çok puan 51'dir. Bir bakıma araştırma sorularına cevap veren üniversite öğrencileri orta düzeye yakın siyasal etkinliğe sahiptirler.

Katılımcıların cinsiyetine göre siyasal etkinlik düzeyi anlamlı farklılık göstermemektedir ( $t = -,815$ ;  $p > ,05$ ). Örneklemdeki kadın ( $\bar{X} = 29,21$ ) ve erkekler ( $\bar{X} = 29,86$ ) siyasal etkinlik puanı açısından birbirlerine yakın değerlere sahiptirler.

## Sosyal Medyada Siyasal Katılım

Siyasal katılım ölçeğindeki maddelerin betimleyici istatistiği incelendiğinde, katılımcıların son dakika siyasal gelişmeleri takip etme ( $\bar{X}= 3,05$ ), bir politik aday veya partiyi beğenme ( $\bar{X}= 2,12$ ), anlık sohbet uygulamasında siyasi bir bilgiyi tartışma ( $\bar{X}= 1,81$ ) ve mesaj uygulamasında siyasi bir bilgiyi ele alma ( $\bar{X}= 1,81$ ) türünde daha çok siyasal katılım gösterdikleri dikkat çekmektedir (bkz., Tablo 6).

Araştırma kapsamında görüşüne başvurulmuş üniversite öğrencilerinin siyasi bir gruba katılma ya da gruptan ayrılma ( $\bar{X}= 1,25$ ), siyasi bir belge paylaşma ( $\bar{X}= 1,25$ ), siyasi bir uygulamayı ekleme veya silme ( $\bar{X}= 1,32$ ) ve siyasi bir link paylaşma ( $\bar{X}= 1,35$ ) gibi katılım türlerine daha az puan verdikleri ön plana çıkmaktadır.

Araştırma kapsamında sosyal medyada siyasal katılım indeksi oluşturmak amacıyla katılımcıların ölçekteki 16 maddeye verdikleri puanlar toplanmış ve tek bir değışkene dönüştürülmüştür. Sosyal medyada siyasal katılım indeksindeki maddelere verdikleri puan açısından katılımcıların sahip oldukları en az puan 16, en çok puan 80'dir. Üniversite öğrencilerinin sosyal medyada siyasal katılım düzeyi ortalaması ise 26,17; dağılımın standart sapması ise 11,29'dur. Diğer bir ifadeyle üniversite öğrencileri sosyal medyada düşük düzey siyasal katılım göstermektedir.

Yine bu çalışma kapsamında, demografik değışkenler (cinsiyet ve yaş), siyasal etkinlik boyutları ve siyasal tutumların, sosyal medyada siyasal katılım düzeyini açıklama gücü, Doğrusal Regresyon Analizi ile incelenmiş ve elde edilen sonuçlar Tablo 7'de gösterilmiştir.

Modelde demografik değışkenler (cinsiyet ve yaş), siyasal etkinlik boyutları ve siyasal tutumlar bağımsız değışken olarak denkleme sokulmuştur. Bu bağımsız değışkenler, sosyal medyada siyasal katılım puanındaki toplam varyansın %30,7'sini açıklama kapasitesine sahiptir. Analiz sonucunda Sosyal medyada siyasal katılım düzeyi üzerinde cinsiyet ( $\beta= -,089$ ;  $p> ,05$ ) ve yaşın ( $\beta= -,013$ ;  $p> ,05$ ) belirleyici olmadığı dikkat çekmektedir. Siyasal etkinlik boyutları içerisinde ise sadece İç Siyasal Etkinlik Boyutunun ( $\beta= ,096$ ;  $p< ,05$ ) sosyal medyada siyasal katılım puanını pozitif yönde anlamlı biçimde yordadığı ortaya çıkmaktadır. Benzer şekilde Reichert'in (2016) araştırması, iç siyasal etkinliğin, siyasal bilginin, siyasi katılımı etkilemesine neden olan aracı bir rol oynadığını göstermektedir. Zúñiga ve arkadaşlarının (2017, p. 590) araştırmasında ise; siyasal katılım davranışlarının öngörülmesinde iç siyasal etkinliğin nasıl veya neden önemli olduğunu

açıklanamamaktadır. Siyasi etkililik konusundaki bu çelişkili bulgular, siyasi tutumların odağı ve tonunun oynadığı son derece bağlamsal ve incelikli rolü daha da net ortaya koymaktadır. Bir başka noktada sosyal medyada siyasal katılım düzeyini, siyasal tutumların yordayıp yordamadığına ilişkin  $\beta$  ve t değerleri mercek altına alındığında; parti bağlılığı ( $\beta= ,184$ ;  $p < ,01$ ), ülke sorunlarına ilgi ( $\beta= ,142$ ;  $p < ,05$ ), siyasal kampanyalara ilgi ( $\beta= ,353$ ;  $p < ,001$ ) ve siyasal kararlarda sosyal medya etkisinin ( $\beta= ,134$ ;  $p < ,05$ ) sosyal medyada siyasal katılım puanını pozitif yönde anlamlı biçimde yordadığı dikkat çekmektedir (Tablo 7).

Son olarak Tablo 8'de de görüldüğü üzere, sosyal medyada siyasal katılım düzeyi ile ülke sorunlarına ilgi arasında zayıf ( $r= ,315$ ;  $p < ,01$ ); parti bağlılığı ( $r= ,378$ ;  $p < ,01$ ) ve siyasal kampanyalara ilgi ( $r= ,498$ ;  $p < ,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif anlamlı ilişki olduğu yapılan araştırma ile ortaya konulmuştur. Parti bağlılığı, ülke sorunları ve siyasal kampanyalara ilgi düzeyindeki artış, beraberinde sosyal medyada siyasal katılım düzeyini artırmaktadır. Siyasete ilişkin bu tutum ve değerler, yapısal faktörlerle ilişkilendirilebilen, ancak bağımsız etkiler olarak görülen kültürel faktörlerdir. Yine de bu tür kültürel faktörlere odaklanan önceki çalışmalar, katılımı tutumları pasif ve genel olarak ilişkilendirme eğilimindedir (Bolzendahl & Coffe, 2013, p. 46).

Korelasyon Analizi bulguları, sosyal medyada siyasal katılım düzeyi ile iç siyasal etkinlik boyutu arasında pozitif yönde, zayıf düzey anlamlı ilişkinin varlığına işaret etmektedir ( $r= ,282$ ;  $p < ,01$ ). Bir başka anlatımla, iç siyasal etkinlik düzeyi arttıkça; siyasal katılım düzeyinde de bir artış yaşanmaktadır.

Siyasal karar sürecinde sosyal medyanın etkili olduğunu düşünmedeki artış, beraberinde sosyal medyada siyasal katılım eğilimlerinde bir artışın yaşanmasına neden olmaktadır ( $r= ,187$ ;  $p < ,01$ ). Örneklemedeki üniversite öğrencilerinin günlük sosyal medya kullanım süresi arttıkça, sosyal medyada siyasal katılım düzeylerinde bir artış yaşanmaktadır ( $r= ,521$ ;  $p < ,01$ ). Burada ortaya çıkan sonuçları destekleyici nitelikte, önceki araştırmaların (Tolbert & McNeal, 2003) bulgularında da açıkça görüldüğü gibi, haber kullanımının siyasal katılım üzerinde doğrudan etkileri olduğu kadar, tartışma yoluyla dolaylı etkileri de bulunmaktadır. Yine Kenski ve Stroud (2006), İnternet erişimi ve başkanlık kampanyası bilgisine çevrimiçi maruz kalmanın, siyasal katılımı artırdığını ortaya koymuşlardır. Jennings ve Zeitner (2003), İnternetin siyasal kullanımının, çeşitli sivil katılım biçimleri üzerinde olumlu etkileri olduğunu bulgularken; Gennaro ve Dutton (2006), yeni iletişim teknolojisi deneyiminin; siyasal ilgi, politik etkinlik ve çevrimiçi siyasal

katılım üzerinde önemli bir etkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Sosyal medya kullanımı aynı zamanda çevrimdışı katılıma nazaran, çevrimiçi siyasi katılımı daha güçlü bir şekilde ilişkilidir (Wei & Zhao, 2017). Zhang ve Lin'in (2014) araştırması, sosyal paylaşım sitelerindeki siyasi faaliyetlerin, siyasi katılımı olumlu bir şekilde ilişkilili olduğunu göstermektedir. Yazarlar, sosyal medyanın, insanlara siyaseti ifade etme ve politikaya katılma konusunda, daha fazla fırsat sunduğunu dile getirmektedir.

## TARTIŞMA VE SONUÇ

Sosyal medya ve internetin çevrimiçi ve çevrimdışı siyasi katılım üzerindeki etkisi konusunda, on yıldan daha fazla bir zamandır önemli araştırmalar yapılmıştır. Çalışmalar sosyal medyanın çevrimiçi kullanıcıların siyaseti tartışmaları ve çevrimdışı siyasete katılmaları için en önemli platformlardan biri haline geldiğini göstermiştir. Kamusal alanın genişlemesi, beraberinde sosyal medyanın, halk arasında politik iletişimi etkin kılmak için önemli bir platform haline gelmesini sağlamıştır (Ahmad et al., 2019). Bu haliyle yeni iletişim teknolojilerinin siyasi alan üzerindeki etkisi çok tartışılan bir konudur. Bazıları yeni iletişim teknolojilerinin demokrasiyi canlandırma potansiyeline sahip olduğunu iddia ederken; diğerleri siyasi çıkar, etkinlik, katılım ve bilgi örüntülerini değiştirmeyeceğine inanmaktadır (Kenski & Stroud, 2006, p. 187). Bu araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medyada siyasal katılım düzeyi ile sosyal medya kullanımı, siyasal etkinlik, siyasal tutum ve davranışları arasındaki ilişki mercek altına alınmıştır.

Çalışma kapsamında öncelikle üniversite öğrencilerinin yerel seçim döneminde sosyal medya kullanım örüntüleri sorgulanmıştır. Araştırma sorularına cevap verenler günlük ortalama 75 dakikaya yakın sosyal medya ile zaman geçirmektedir. Katılımcıların önemli bir bölümü (%73,9) her gün düzenli sosyal medyayı takip etmektedir. Sosyal medya araçları içerisinde WhatsApp, YouTube, Instagram ve Twitter en çok tercih edilen araçlar olarak dikkat çekmektedir.

Araştırmada üniversite öğrencilerinin siyasal tutumlarına ilişkin de veriler toplanmıştır. Yapılan analizler sonucunda örneklemedeki üniversite öğrencilerinin orta düzey parti bağlılığına sahip olduğu tespit edilmiştir. Katılımcılar arasında hem erkekler hem de kadınlar, parti bağlılık puanı açısından birbirlerine yakın değerlere sahiptir. Katılımcıların ülke sorunlarına ilgi düzeylerinin yüksek olduğu bu çalışmada ortaya konmuştur. Betimleyici istatistik sonuçları; erkeklerin, kadınlara nazaran ülke sorunlarıyla daha çok

ilgilendiklerini göstermektedir. Çalışmada üniversite öğrencilerinin siyasal kampanya ve konulara karşı ilgilerinin orta düzeyde olduğu dikkat çekmektedir. Yine araştırmada görüşüne başvurulmuş üniversite öğrencileri yerel seçimlerdeki siyasal karar süreçlerinde; internet, sosyal medya ve televizyonu daha etkili araçlar olarak görmektedirler. Radyo yayınları, gazeteler, seçim afişleri/ broşürler ile miting- geziler nispeten daha az etkili görülen iletişim araç ve yöntemleri olarak ön plana çıkmaktadır. Benzer bir sonuç literatürdeki bazı araştırmalarda (Balci et al., 2019; Balci, 2016; Balci & Sarıtaş, 2015) da ortaya çıkmaktadır.

Aritmetik ortalama değeri itibarıyla araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin en çok puan verdikleri siyasal etkinlik alt boyutu, İç Siyasal Etkinlik'dir. Diğer bir ifadeyle örneklemdaki üniversite öğrencileri, politikaya katılmak için kendisini nitelikli bulduğunu daha çok düşünürken; ülkenin karşı karşıya olduğu önemli siyasi sorunları iyi anladığını daha çok dile getirmektedir. Katılımcılar tarafından İç Siyasal Etkinlik alt boyutuna verilen puan; Hükümet Etkinliği ile Dış Siyasal Etkinlik'ten anlamlı derecede yüksektir. Zúñiga ve arkadaşlarının (2017) araştırmasında ise; Dış Etkinlik daha yüksek ortalamaya sahiptir. Üniversite öğrencilerinin ülke sorunlarına ilgi düzeyi arttıkça, politikaya katılmak için kendisini nitelikli bulma ve ülkenin karşı karşıya kaldığı önemli siyasi sorunları iyi anlama düzeylerinde bir artış yaşanmaktadır. Siyasete daha aktif bir şekilde dâhil olma beklentileri, siyasi ilgi ve tartışmaları ön plana çıkarmaktadır. Örneklemdaki kadın ve erkeklerin siyasal etkinlik puanları birbirlerine yakındır.

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin sosyal medyada siyasal katılım düzeyinin nispeten düşük olması, bu çalışmanın ulaştığı önemli bir bulgudur. Analiz sonuçları; üniversite öğrencilerinin son dakika siyasal gelişmeleri takip etme, bir politik aday veya partiyi beğenme, anlık sohbet uygulamasında siyasi bir bilgiyi tartışma ve mesaj uygulamasında siyasi bir bilgiyi ele alma gibi sosyal medyada siyasal katılım türlerini daha çok gerçekleştirdiklerini göstermektedir. Bunun yanında katılımcılar; siyasi bir gruba katılma ya da gruptan ayrılma ve siyasi bir belge paylaşma gibi etkinliklere ise daha az yönelmektedirler. Yeni iletişim teknolojileri sadece siyasi bilgilere erişmek için değil, aynı zamanda siyasi görüşlerini ifade etmek için de kullanılmaktadır. Araştırmalar, bu teknolojilerle görüş bildirmenin, siyasi tutumları, internette bilgi aramaktan daha iyi yordayabileceğini göstermektedir. İnternette bilgi aramak, siyasete olan ilgiyi teşvik eder, siyasal etkinlik düzeyleri ve sivil katılımı artırmaktadır (Wang, 2007, p. 393).

Cinsiyet ve yaş gibi sosyo-demografik değişkenlerle sosyal medyada siyasal katılım arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmezken; parti bağlılığı, ülke sorunlarına ilgi, siyasal kampanya ve konularla ilgilenme ile siyasal kararlarda sosyal medyayı etkili bulma düzeyi gibi değişkenlerin her biri, sosyal medyada siyasal katılımın pozitif anlamlı belirleyicisi konumundadır. Parti bağlılığı, ülke sorunlarına ilgi, siyasal kampanya ve konularla ilgilenme ile siyasal kararlarda sosyal medyayı etkili bulma düzeyi arttıkça, sosyal medyada siyasal katılım düzeyinde bir artış yaşanmaktadır (Benzer bir sonuç için bkz. Balcı & Sartaş, 2015). Yine üniversite öğrencilerinin politikaya katılmak için kendisini nitelikli bulma ve ülkenin karşı karşıya olduğu önemli siyasi sorunları iyi anlama düzeyleri arttıkça, sosyal medyada siyasal katılım düzeylerinde bir artış kendini göstermektedir. Bir başka noktada günlük sosyal medya kullanım süresi ile sosyal medyada siyasal katılım arasında pozitif anlamlı korelasyon söz konusudur. Günlük sosyal medya kullanım süresindeki artış, sosyal medyadaki siyasal katılımı tetikleyebilmektedir (Şekil 1).

Çalışmadan elde edilen sonuçlar; sosyal medya araç ve ortamlarında yaşanan hızlı gelişmeye paralel olarak, gençlerin sosyal medya kullanımının da günden güne arttığını göstermektedir. Bu kapsamda sosyal medya gençleri siyasal arenaya katılmaya motive etme, siyasal konu ve sorunlarla ilgili bilgilendirme, bu kişilerin siyasal tutumlarını yönlendirme ve siyasal etkinlik anlamında daha aktif olmalarını sağlama adına son derece işlevsel bir araç ve ortam olarak gözükmektedir. Demokrasinin gereği olarak düşünülen siyasal etkinlik ve siyasal katılıma, özellikle gençlerin yönelmesini sağlamak adına düzenlenecek olan siyasal kampanyalarda, sosyal medyadan daha etkin bir şekilde yararlanılması gerektiğini söylemek mümkündür. Kampanya süreçlerinde sosyal medya, gençler ile siyasetçiler ve siyasi partiler arasında bir köprü vazifesi görebilir. Sosyal medyanın kullanımı ile bir yandan genç seçmenlerin siyasi aday ve partilerin yapıp ettiklerinden haberdar olmaları sağlanabilirken; diğer yandan ise siyasetçiler ve siyasi partiler, genç seçmenlerin ilgi ve dikkatini daha fazla çekebilirler. Yine gençler, siyasal karar vericilerin dikkatlerini daha çok çekmek, siyasal kararların alınmasında etkili olabilmek ve siyasi taleplerini desteklemek adına sosyal medyayı işlevsel bir araç olarak görmelidirler. Çünkü toplumun genç nüfusunun siyasal toplumsallaşma süreci; toplumsal çevre ve siyasal sistem hakkında bilgi edinmekten, daha fazlasını içermektedir. Çağdaş demokrasilerde vatandaşların siyasi sürece aktif olarak katılmaları beklenmektedir. Sosyal medya; aktif katılım konusunda gençlere önemli açılımlar ve fırsatlar sağlayabilir; onların kendilerini, siyasetin gidişatını etkileme konusunda cesaretlendirebilir.

Bu araştırma üniversite öğrencileri arasından seçilen bir örneklem üzerinde, 2019 Yerel seçimlerinde sosyal medyadaki siyasal katılım düzeyi ile sosyal medya kullanım örüntüleri, siyasal tutumlar ve siyasal etkinlik boyutları arasındaki ilişkiyi ortaya koymak üzere dizayn edilmiştir. Gelecekteki araştırmalar daha geniş bir örneklemeye giderek, toplumun farklı kesimlerini hedef alabilirler. Bu araştırmada sosyal medya, bir bütün olarak incelenmiştir. Gelecekteki yapılacak araştırmalarda her bir sosyal medya aracındaki (Twitter, Instagram, Facebook, WhatsApp vb.) siyasal katılım, ayrı ayrı inceleme konusu yapılabilir. Yine gelecekte yürütülecek araştırmalarda; medya ve siyasal sisteme güven ile siyasal bilgilendirme gibi değişkenlerin, sosyal medyadaki siyasal katılım üzerindeki etkinliği araştırma konusu yapılabilir. Haber medyası kullanım sıklığı ile siyasal katılım arasında nasıl bir ilişkinin olduğu cevap bekleyen sorular arasındadır.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Çıkar Çatışması:** Yazarlar çıkar çatışması bildirmemiştir.

**Finansal Destek:** Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

**Peer-review:** Externally peer-reviewed.

**Conflict of Interest:** The authors have no conflict of interest to declare.

**Grant Support:** The authors declared that this study has received no financial support.

## KAYNAKLAR

- Ahmad, T., Alvi, A., & Ittefaq M. (2019). The use of social media on political participation among university students: An analysis of survey results from rural Pakistan, *Sage Open*, 1-9. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2158244019864484>
- Ainsworth, S. H. (2000). Modeling political efficacy and interest group membership. *Political Behavior*, 22(2), 89-108.
- Amna, E., Munck, I. & Zetterberg, P. (2004). Meaningful participation? Political efficacy of adolescents in 24 countries. Retrieved from <https://ecpr.eu/Filestore/PaperProposal/e8a5f984-6738-4c7b-bebf-f2e385562b0f.pdf>
- Arslan, S., & Seçim, H. (2015). Bir siyasal iletişim aracı olarak Facebook'un seçmenlerin oy verme kararı üzerindeki etkileri: KKTC 2013 milletvekilliği erken genel seçimleri örneği. *Folklor/Edebiyat*, 21(84), 9-32.
- Baker, K. L. (1973). Political participation, political efficacy, and socialization in Germany. *Comparative Politics*, 6(1), 73-98.
- Balci, Ş., & Bor, T. (2015). Siyasal bilgilendirme televizyonun önem düzeyi: Üniversite öğrencileri üzerine bir inceleme. *Media Global Journal*, 5(10), 47-70.
- Balci, Ş., & Gölcü, A. (2013). The role and impacts of social media in social movements: "Example of the Arab Spring". *The Fourth Asian Conference on the Social Sciences*, June 6-9 2013, Osaka Japan, pp. 269-281.

- Balcı, Ş., & Sarıtaş, H. (2015). Facebook ve siyasal katılım: 2014 yerel seçimleri araştırması. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 37, 511-535.
- Balcı, Ş. (2016). Siyasal karar sürecinde iletişim araç ve yöntemlerinin etki düzeyleri: "7 Haziran 2015 genel seçimleri örneği". In Ş. Balcı (Ed.), *7 Haziran'dan 1 Kasım'a Türkiye'de Siyasal İletişim Uygulamaları* (pp. 71-108). İstanbul, Turkey: LiteraTürk Academia Yayınları.
- Balcı, Ş., Damlapınar, Z., Pınarbaşı, T. E., & Astam, F. K. (2016). Siyasal bilgilenmede medyanın rolü ve etkinliği: Üniversite öğrencileri araştırması. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 53, 111-126.
- Balcı, Ş., Tanacı, F., Dağlı, A. N., & Bayrak, E. (2019). 16 Nisan 2017 anayasa değişikliği referandumu sürecinde siyasal bilgilenme ve medya: Eğitim düzeyine göre bir karşılaştırma. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 1-16.
- Balcı, Ş., Bal, E. & Delal, Ö. (2019). Instagram kullanım alışkanlıkları ve motivasyonları ile narsisizm arasındaki ilişki üzerine bir inceleme: Selçuk Üniversitesi öğrencileri örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(2), 955-974.
- Best, S. J., & Kruger, B. S. (2005). Analyzing the representativeness of internet political participation. *Political Behavior*, 27(2), 183-216.
- Bode, L. (2016). Political news in the news feed: Learning politics from social media. *Mass Communication and Society*, 19(1), 24-48.
- Bolzendahl, C., & Coffe, H. (2013). Are "good" citizens "good" participants? Testing citizenship norms and political participation across 25 nations. *Political Studies*, 61(1), 45-65.
- Brehm, J., & Rahn, W. (1997). Individual-level evidence for the causes and consequences of social capital. *American Journal of Political Science*, 41(3), 999-1023.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. England: Oxford University Press.
- Chen, C., Bai, Y., & Wang, R. (2019). Online political efficacy and political participation: A mediation analysis based on the evidence from Taiwan. *New Media & Society*, 21(8), 1667-1696.
- Claassen, R. L. (2008). Testing the reciprocal effects of campaign participation. *Political Behavior*, 30(3), 277-296.
- Cohen, A., Vigoda, E., & Samorly, A. (2001). Analysis of the mediating effect of personal-psychological variables on the relationship between socioeconomic status and political participation: A structural equations framework. *Political Psychology*, 22(4), 727-757.
- Cohen, J. (1992). Statistical power analysis. *Current Directions in Psychological Science*, 1(3), 98-101.
- Craig, S. C., & Maggiotto, M. A. (1982). Measuring political efficacy. *Political Methodology*, 8(3), 85-109.
- Craig, S. C., Niemi, R. G., & Silver, G. E. (1990). Political efficacy and trust: A report on the NES pilot study items. *Political Behavior*, 12(3), 289-314.
- Creswell, J. W. (2012). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research* (Fourth Edition). Boston, USA: Pearson Press.
- Çağlar, N., & Asıgbulmuş, H. (2017). X ve Y kuşaklarının siyasal davranışında sosyal medyanın etkisi: Gaziosmanpaşa ilçesinde bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 29, 85-112.
- Dalton, R. J. (2014). *Citizen politics: Public opinion and political parties in advanced industrial democracies*. Los Angeles, USA: Sage Publications.



- Damlapınar, Z., & Balci, Ş. (2014). *Siyasal iletişim sürecinde seçimler, adaylar, imajlar*. İstanbul, Turkey: Literatürk Yayınları.
- De Marco, S., Robles, J. M., & Antino, M. (2017). Reasons to participate: The role of political attitudes in digital activism. *International Review of Social Psychology, 30*(1), 131-140.
- Ellison, N., Lampe, C. & Steinfield, C. (2009). Social networking sites and society: Current trends and future possibilities. *Interactions Magazine, 16*(1), 6-9.
- Erdoğan Demir, S. (2016). İnternetin politik katılıma etkisi. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7*(2), 161-191.
- Finkel, S. E. (1985). Reciprocal effects of participation and political efficacy: A panel analysis. *American Journal of Political Science, 29*(4), 891-913.
- Finkel, S. E. (1987). The effects of participation on political efficacy and political support: Evidence from a West German panel. *The Journal of Politics, 49*(2), 441-464.
- Gennaro, C., & Dutton, W. (2006). The Internet and the public: Online and offline political participation in the United Kingdom. *Parliamentary Affairs, 59*(2), 299-313.
- Halpern, D., Valenzuela, S., & Katz, J. E. (2017). We face, I tweet: How different social media influence political participation through collective and internal efficacy. *Journal of Computer-Mediated Communication, 22*(6), 320-336.
- Hooghe, M., & Marien, S. (2013). A comparative analysis of relations between political trust and forms of political participation Europe. *European Societies, 15*(1), 131-152.
- Jennings, K. M., & Zeitner, V. (2003). Politics and the virtual event: An overview of the Hill-Thomas hearings. *Political Communication, 11*(3), 263-275.
- Jung, N., Kim, Y., & Zúñiga, H. G. (2011). The mediating role of knowledge and efficacy in the effects of communication on political participation. *Mass Communication and Society, 14*(4), 407-430.
- Kahne, J., & Bowyer, B. (2018). The political significance of social media activity and social networks. *Political Communication, 35*(3), 470-493.
- Kenski, K., & Stroud, N. J. (2006). Connections between internet use and political efficacy, knowledge, and participation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 50*(2), 173-192.
- Kim, Y., & Chen, H. (2016). Social media and online political participation: The mediating role of exposure to cross-cutting and like-minded perspectives. *Telematics and Information, 33*(2), 320-330.
- McDonnell, J. (2019). Municipality size, political efficacy and political participation: A systematic review. *Local Government Studies*. <https://doi.org/10.1080/03003930.2019.1600510>
- Moeller, J., Kühne, R., & De Vreese, C. (2018). Mobilizing youth in the 21<sup>st</sup> century: How digital media use fosters civic duty, information efficacy, and political participation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 62*(3), 445-460.
- Morrell, M. E. (2003). Survey and experimental evidence for a reliable and valid measure of internal political efficacy. *Public Opinion Quarterly, 67*(4), 589-602.

- Morrell, M. E. (2005). Deliberation, democratic decision-making and internal political efficacy. *Political Behavior*, 27(1), 49-69.
- Moy, P., Xenos, M. A., & Hussain, M. M. (2013). News and political entertainment effects on democratic citizenship. In E. Scharer (Ed.), *The international encyclopedia of media studies* (pp. 463-483). Oxford, UK: Wiley-Blackwell.
- Nisbet, M. C., & Scheufele, D. A. (2004). Political talk as a catalyst for online citizenship. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(4), 877-896.
- Olkun, E. O., Yüksel, E., & Akdemir, G. Y. (2018). Sosyal medya ve siyasal katılım: 2017 referandumunda bir saha araştırması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(60), 991-1000.
- Quintelier, E., & Hooghe, M. (2012). Political attitudes and political participation: A panel study on socialization and self-selection effects among late adolescents. *International Political Science Review*, 33(1), 63-81.
- Quintelier, E., & van Deth, J. W. (2014). Supporting Democracy: Political Participation and Political Attitudes. Exploring Causality Using Panel Data. *Political Studies*, 62(1), 153-171.
- Pastrana-Valls, A. (2018). Values, attitudes and political participation in Mexico. *Palabra Clave*, 21(3), 673-709. <https://doi.org/10.5294/pacla.2018.21.3.3>
- Reichert, F. (2016). How internal political efficacy translates political knowledge into political participation. *Europe's Journal of Psychology*, 12(2), 221-241.
- Sharoni, S. (2012). E-citizenship: Trust in government, political efficacy, and political participation in the internet era. *Electronic Media & Politics*, 1(8), 119-135.
- Steinberg, A. (2014). Genç seçmenler ve web 2.0 ile politik katılım: Facebook genç vatandaşların seçime katılımını artırabilir mi? (A. E. Pilgir, Trans.). In B. Çoban (Ed.), *Sosyal Medya Devrimi* (pp. 154-171). İstanbul, Turkey: Su Yayınevi.
- Tekindal, M. (2017). The position of the youth in political participation. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 17(39), 119-140.
- Tolbert, C. J., & McNeal, R. S. (2003). Unraveling the effects of the internet on political participation? *Political Research Quarterly*, 56(2), 175-185.
- Wang, S.-I. (2007). Political use of the internet, political attitudes and political participation. *Asian Journal of Communication*, 17(4), 381-395.
- Valentino, N. A., Gregorowicz, K., & Groenendyk, E. W. (2009). Efficacy, emotions and the habit of participation. *Political Behavior*, 31(3), 307-330.
- van Deth, J. W. (2014). A conceptual map of political participation. *Acta Politica*, 49(3), 349-367.
- Verba, S., Schlozman, K. L., & Brady, H. (1995). *Voice and equality: Civic voluntarism in American politics*. Cambridge, UK: Harvard University Press.
- Vitak, J., Zube, P., Smock, A., Carr, C. T., Ellison, N., & Lampe, C. (2011). It's complicated: Facebook users' political participation in the 2008 election. *CyberPsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(3), 107-114.
- Vromen, A., Xenos, M. A., & Loader, B. (2015). Young people, social media and connective action: From organizational maintenance to everyday political talk. *Journal of Youth Studies*, 18(1), 80-100.

- Wei L., & Zhao, L. (2017). social media use, political efficacy, and political participation in China: The moderating role of need for orientation. In K. Xue & M. Yu (Eds.), *New Media and Chinese Society. Communication, Culture and Change in Asia* (pp. 55-73). Singapore: Springer.
- Zhang, X., & Lin, W. Y. (2014). Political participation in an unlikely place: How individuals engage in politics through social networking sites in China. *International Journal of Communication*, 8, 21-42.
- Zúñiga, H. G., Diehl, T., & Ardévol-Abreu, A. (2017). Internal, external, and government political efficacy: Effects on news use, discussion, and political participation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 61(3), 574-596.

## TABLolar VE ŞEKİLLER

**Tablo 1:** Cinsiyete Göre Siyasal Karar Sürecinde İletişim Araç ve Yöntemlerinin Etki Düzeyindeki Farklılık

İletişim Araç ve Yöntemleri	Cinsiyet	N	$\bar{X}$	t-value	Sig.	Cohen's d
Televizyon	Kadın	160	3,73	3,40	,001	0,40
	Erkek	123	3,18			
Gazete	Kadın	160	2,93	2,44	,015	0,29
	Erkek	123	2,56			
Radyo	Kadın	160	2,37	1,87	,062	0,22
	Erkek	123	2,10			
Miting ve gezileri	Kadın	160	3,18	,412	,681	0,04
	Erkek	123	3,11			
Seçim Afişleri ve Broşür	Kadın	160	2,92	1,17	,242	0,14
	Erkek	123	2,73			
İnternet	Kadın	160	4,37	2,37	,018	0,28
	Erkek	123	4,08			
Sosyal Medya	Kadın	160	4,36	2,61	,009	0,30
	Erkek	123	4,00			

**Not:** Siyasal Karar Sürecinde İletişim Araç ve Yöntemlerinin Etki Düzeyleri ölçeğinde Çok Etkisiz=1, Çok Etkili =5 olarak kodlanmıştır.

**Tablo 2:** Siyasal Etkinlik Alt Boyutlarını Belirlemeye Yönelik Faktör Analizi Sonuçları (Principal Component Analysis, Varimax Rotation, N= 283)

Siyasal Etkinlik Alt Boyutları	Faktör Yükleme
<b>1. Boyut: Hükümet Etkinliği</b>	
Politikacılar vatandaşlara verimli hizmetler sunuyor	,770
Politikacılar vatandaşların taleplerine göre karar veriyorlar	,761
Bugünün Türkiye demokrasisi iyi çalışıyor	,738
Türkiye demokrasisi herkesin katkısının sonucudur	,727
Siyasi kurumlarımız tüm vatandaşları temsil eder	,698
Politikacıların kararları şeffaftır	,680
Politikacılar herkes adına çalışıyor	,662
<b>2. Boyut: İç Siyasal Etkinlik</b>	
Politikaya katılmak için kendimi nitelikli buluyorum	,830
Ülkemizin karşı karşıya olduğu önemli siyasi sorunları iyi anlıyorum	,811
<b>3. Boyut: Dış Siyasal Etkinlik</b>	
Kime oy verdiğim önemli değil bir fark yaratmayacak	,852
Benim gibi insanlar politikacıların ne yaptığı konusunda yorumda bulunmazlar	,588

**Tablo 3:** Siyasal Etkinlik Alt Boyutlarının Özdeğeri, Açıklanan Varyansları ve Güvenilirlik Katsayıları

Alt Boyutlar	Özdeğer	Açıklanan Varyans (%)	Cronbach's Alpha ( $\alpha$ )
Hükümet Etkinliği	3,79	33,81	,84
İç Siyasal Etkinlik	1,43	13,28	,67
Dış Siyasal Etkinlik	1,24	11,73	,62
<b>TOPLAM</b>		58,83	,75
<b>KMO Measure of Sampling Adequacy:</b> ,825; <b>Barlett's Test of Sphericity:</b> $X^2= 803,31$ ; $df= 55$ ; $p= ,000$			

**Tablo 4:** İç Siyasal Etkinlik Alt Boyutuna Yönelik Tek Örneklem T Testi Sonuçları

(Test Value= 3,16)	N	$\bar{X}$	Ortalama Farkı	t-value	Sig.
Hükümet Etkinliği	283	2,74	-,419	-8,87	,000
Dış Siyasal Etkinlik	283	2,00	-1,15	-22,19	,000

**Tablo 5:** Siyasal Tutum ve Davranışlar ile Siyasal Etkinlik Alt Boyutları Arasındaki İlişki (Pearson r)

Korelasyon Analizi Bulguları	Hükümet Etkinliği	İç Siyasal Etkinlik	Dış Siyasal Etkinlik
Parti Bağlılığı	,294**	,232**	-,069
Ülke Sorunlara İlgisi	,034	,472**	-,189**
Siyasal Kampanyalara İlgisi	,105	,354**	-,076
<b>Not:</b> **Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

**Tablo 6:** Sosyal Medyada Siyasal Katılım Ölçeğindeki Maddelerin Betimleyici İstatistikleri

Sosyal Medyada Siyasal Katılım Ölçeği	N	Min.	Max.	$\bar{X}$
14. Son dakika siyasi gelişmeleri takip etme	283	1	5	3,05
3. Bir politik aday veya partiyi beğenme	283	1	5	2,12
5. Anlık sohbet uygulamasında siyasi bir bilgiyi tartışma	283	1	5	1,81
4. Mesaj uygulamasında siyasi bir bilgiyi tartışma	283	1	5	1,81
8. Siyasi bir olayın fotoğrafını paylaşma	283	1	5	1,63
9. Siyasi bir kişi aday/ liderin fotoğrafını paylaşma	282	1	5	1,62
13. Siyasi bir anket yapma veya ankete katılma	283	1	5	1,54
1. Profiline siyasi haber ekleme veya silme	283	1	5	1,53
12. Siyasi bir içeriğe yorum yapma	283	1	5	1,52
7. Siyasi içerik taşıyan bir durum güncellemesinde bulunma	283	1	5	1,47
15. Başkalarına siyasi konularda cevap yazma davet gönderme	283	1	5	1,42
16. Siyasi konularla veya adaylarla ilgili videolar paylaşma	283	1	5	1,42
10. Siyasi bir link paylaşma	283	1	5	1,35
2. Siyasi bir uygulamayı ekleme veya silme	283	1	5	1,32
11. Siyasi bir belge paylaşma	283	1	5	1,25
6. Siyasi bir gruba katılma veya gruptan ayrılma	283	1	5	1,25

**Tablo 7:** Sosyal Medyada Siyasal Katılım Puanının, Demografik Özellikler, Siyasal Etkinlik Boyutları ve Siyasal Tutumlar Tarafından Yordanmasına İlişkin Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

	<b>B</b>	<b>Beta (β)</b>	<b>t</b>	<b>Sig.</b>
<b>(Sabit) Sosyal Medyada Siyasal Katılım (İndeks)</b>	8,103		1,16	,245
<b>Cinsiyet (Kadın)</b>	-2,040	-,089	-1,70	,089
<b>Yaş</b>	-,071	-,013	-,253	,800
<b>Hükümet Etkinliği</b>	-1,077	-,076	-1,39	,721
<b>İç Siyasal Etkinlik</b>	,711	,096	2,11	<b>,030</b>
<b>Dış Siyasal Etkinlik</b>	,342	,026	,499	,618
<b>Parti Bağlılığı</b>	,746	,184	3,10	<b>,002</b>
<b>Ülke Sorunlarına İlgili Düzeyi</b>	,748	,142	2,41	<b>,016</b>
<b>Siyasal Kampanyalara İlgili Düzeyi</b>	1,419	,353	5,89	<b>,000</b>
<b>Siyasal Kararlarda Sosyal Medya Etkisi</b>	1,299	,134	2,60	<b>,010</b>

R<sup>2</sup>= ,329; Adjusted R<sup>2</sup> = ,307 F= 14,75; df= 9; p= ,000

**Tablo 8:** Sosyal Medyada Siyasal Katılım ile Siyasal Etkinlik, Siyasal Tutum ve Davranışlar, Sosyal Medya Kullanım Örüntüleri Arasındaki İlişki (Pearson r)

	<b>Sosyal Medyada Siyasal Katılım (İndeks)</b>
<b>Hükümet Etkinliği</b>	,052
<b>İç Siyasal Etkinlik</b>	,282**
<b>Dış Siyasal Etkinlik</b>	-,049
<b>Parti Bağlılığı Düzeyi</b>	,378**
<b>Ülke Sorunlarına İlgili Düzeyi</b>	,315**
<b>Siyasal Kampanyalara İlgili Düzeyi</b>	,498**
<b>Siyasal Kararlarda Sosyal Medya Etkisi</b>	,187**
<b>Sosyal Medya Kullanım Süresi</b>	,521**

**Not:** \*\*Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Şekil 1:** Sosyal Medyada Siyasal Katılım ile Siyasal Etkinlik, Siyasal Tutum ve Davranışlar, Sosyal Medya Kullanım Örüntüleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Araştırma Modeli



