

**Atıf Bilgisi:** Gürbüz, G. (2021). Akademisyenlerin Yeni Medyadaki Siyasal Katılımları Üzerinden Bir Alan Araştırması, *Injocmer*, 1(2), 188-206.

*Makale Geliş Tarihi:*

28 Haziran 2021

*Makale Kabul Tarihi:*

8 Temmuz 2021

**ARAŞTIRMA MAKALESİ**

## **AKADEMİSYENLERİN YENİ MEDYADAKİ SİYASAL KATILIMLARI ÜZERİNDEN BİR ALAN ARAŞTIRMASI**

**Gökhan GÜRBÜZ<sup>1</sup>**

### **Öz**

Türkiye'de ve dünyada sosyal medya ve internet araçlarının kullanımı gün geçtikçe artmaktadır. Bu durum bireylerin gündelik konulara veya politik olana karşı düşüncelerini ve tutumlarını etkilemekte, böylece katılıma teşvik etmektedir. Özellikle politik alana katılım, demokrasinin asıl amaçlarının başında gelmektedir. Türkiye'de sosyal medya kullanımının yoğun olduğu göz önüne alındığında politik alana katılımın sosyal ağ platformlarında arttığı görülmektedir. Bu alanda yapılan çalışmalar sosyal medya ve seçmen, sosyal medya ve üniversite öğrencileri gibi ilişkisel boyutta incelenmiştir. Siyasal katılım ve akademisyenler arasındaki ilişkiyi ele alan bir çalışma bulunmamaktadır. Bu noktada araştıran, üreten ve eyleyen bir özne olarak akademisyenlerin sosyal medyada siyasal katılımlarını incelemek çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Akademisyenlerin sosyal medya ve siyasal katılımları arasındaki ilişki bir devlet üniversitesinin Yabancı Diller Yüksekokulu örneğinde üç bölümden oluşan anket ölçeği uygulanarak analiz edilmiştir. Çalışmada akademisyenlerin sosyal medyayı en çok 'gündemi takip etmek' ve siyasal katılım amacıyla kullandığı, siyasal katılımlarının yaş ortalamasına bağlı olduğu, sosyal medyayı politik amaçlı yoğun kullandıkları ve sosyal medyanın siyasal katılımı çok etkili olduğu bulgularına ulaşılmıştır.

**Anahtar Sözcükler:** Yeni Medya, Siyasal Katılım, Demokrasi, Akademisyen, Politik

## **A FIELD RESEARCH ON THE POLITICAL PARTICIPATION OF ACADEMICIANS IN NEW MEDIA**

### **Abstract**

The use of social media and internet tools in the world and Turkey is increasing day by day. This situation affects the thoughts and attitudes of individuals towards everyday issues or the political, thus encouraging participation. Especially participation in the political field is one of the main goals of democracy. When considering the use of social media in Turkey is concentrated on social networking platforms has increased participation in the political field. Studies in this field have been examined in relational dimensions such as social media and voters, social media and university students. There is not find study dealing with the relationship between political participation and academics. At this point, the aim of the study is to examine the political participation of academicians in new media as a researcher, producer and acting subject. The relationship between the social media and political participation of academics was analyzed by applying a survey scale consisting of three parts in a sample of the School of Foreign Languages of a state university. In the study, it was found that academics mostly use social media for 'following the agenda' and political participation, their political participation depends on the average age, they use social media intensively for political purposes and that social media is very effective in political participation.

<sup>1</sup> Arş. Gör., Giresun Üniversitesi Tirebolu İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, gokhan.gurbuz@giresun.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6376-1945

## **GİRİŞ**

Sosyal medyanın her geçen gün artan popülaritesi, akademisyenleri bu tür medyanın günlük yaşamda ve demokratik bir toplumda oynadığı rolleri keşfetmeye motive etmektedir. Özellikle, araştırmacılar sosyal medya uygulamalarının bireylerin sosyal sermayesini, çevrimiçi iletişimin doğasını, iletişimsel ifadeleri ve politik davranışlarını nasıl etkilediğini sorgulamışlardır (Ellison vd. 2007; Zúñiga vd. 2012). Bu araştırmaların sonuçları, genellikle sosyal medya kullanımının hem sivil faaliyetlere hem de siyasal alana katılımı arttırdığını göstermektedir. Bununla birlikte, literatür esas olarak sosyal medya kullanımının doğrudan etkisine odaklanmıştır. Diğer bir ifadeyle, yeni medya ve katılım arasındaki ilişki genel olarak ele alınmıştır. Yeni medya ve demokrasi arasındaki katılım ilişkisi ise özelden daha çok genç seçmenler üzerinden çalışılmıştır (Ahmad vd. 2019; Kutlu, 2018; Özyurt, 2010). Dolayısıyla siyasal katılım konusunda genel olarak çalışmalar yapılsa da alt başlıklarda gerçekleşen araştırmalar daha sınırlıdır.

Dijital kültürün önemli bir parçası olan sosyal medya ve akademi üzerine yapılan çalışmalar, genellikle sosyal medya-öğrenci arasındaki ilişkiye odaklanmaktadır. Araştıran, eyleyen ve aktaran bir özne olarak akademisyenlerin yeni medya kullanımına yönelik araştırmaların çok az olduğu görülmektedir. Özellikle entelektüel konumda bulunan akademisyenlerin yeni medya araçlarını kullanımı ve bu araçlar aracılığıyla politik alana gerçekleştirdiği katılım son derece önem arz etmektedir. Bunun sebeplerinin başında akademisyenlerin bilgiyi üretme, kullanma ve yayma becerilerine sahip olması; geleneksel ve yeni olan arasındaki bağı bilimsel olarak kurabilmesi; özellikle etkileşiminin güçlü olması sebebiyle iletişim ağının geniş olması gelmektedir. Bütün bu özellikler akademisyenin bilgi odaklı konumlanmasını sağlarken, aynı zamanda politik bir duruş ve düşünüş sergilemesine olanak tanımaktadır. Dolayısıyla akademisyenin siyasal katılımı, bir zincirin en kalın halkalarından biri olduğu anlamına gelmekte ve demokratik yapının inşasında önemli bir rolü üstlenmektedir.

Bu çerçevede çalışmada, akademisyenlerin yeni medyayı siyasal katılım olarak nasıl kullandıkları, politik alana katılımı hangi seviyede gerçekleştirdikleri, yeni medya ve siyasal katılım arasındaki ilişkiyi nasıl betimledikleri sorularına yanıt aranmaktadır. Bu hususla çalışmanın örnekleme bir devlet üniversitesinin Yabancı Diller Yüksekokulu'nda görev yapan öğretim elemanları oluşturmaktadır.

### **1. Siyasal Katılım**

Katılım kavramı, en yalın haliyle başkalarını etkilemek, statükoyu etkilemek veya değiştirmek için bir motivasyon anlamına gelmektedir. Bu motivasyon, siyasi katılım bağlamında en belirgin bir biçimde karşımıza çıkmaktadır. Siyasetle doğrudan bağlantılı olduğu düşünülse de yeterli olmadığını söyleyen McLeod ve arkadaşları (2010: 316), katılımın, her alanda dinamik bir bilgi ve motivasyon sürecinin sonucu olduğunu belirtmektedir. Verba ve diğerleri (1995: 7) siyasi katılımı “doğrudan veya dolaylı olarak siyasal erkin politikalarını etkilemeyi amaçlayan veya bu sonuca sahip olan bir faaliyet” olarak tanımlamaktadır. Benzer bir şekilde Park ve Perry (2008: 191) katılımı “kamu işlerine bireysel ve toplu katılım” olarak ifade etmektedir.

Demokrasinin en temel yapı taşlarının başında katılım olgusu gelmektedir. Demokrasiye dayalı siyasal sistemlerin devam etmesi için bireylerin, siyasal alana katılım göstermeleri gerekmektedir. Katılımla birlikte bireyler, siyasal bilinç açısından gerekli

kazanımları elde ederek politik sürecin bir parçası olmaktadır. Bu sürecin içinde bulunan kişiler belli davranışlar ve eylemler gerçekleştirerek siyasal rollerini yerine getirebilirler. Bireylerin göstermiş olduğu bu tutum ve davranışlar, siyasal katılma denilen olguyu meydana getirmektedir. Dolayısıyla siyasal katılım, bireylerin bu politik süreçlerin içinde yer almasını ifade etmektedir.

Siyasal katılma, modern bir toplumun demokrasi göstergesi, aynı zamanda demokratik bir yönetimin amaçlarından biri, çoğulcu ve katılımcı bir siyasal sistemin temel ilkesi ve gereğidir (Çağlar, 2011: 40). Diğer bir ifadeyle, demokratik bir uygulama olan siyasal katılım, hem bireylerin siyasal alana katılımı hem de politik sistemin doğru bir şekilde devam etmesi için merkezde olması gereken bir iradeyi temsil etmektedir. Geleneksel olarak bir siyasi partiye üye olma, oy verme davranışında bulunma veya politikacılarla iletişim kurmaya çalışma gibi davranışlarla gerçekleşen siyasal katılma, dar anlamda sadece seçim zamanlarında katılma şeklinde tanımlanabileceği gibi geniş anlamda politik karar alma süreçlerine katılma olarak da nitelendirilmektedir (Alkan, 2018: 246). Bir başka tanımda ise sağlıklı bir şekilde işleyen demokratik toplumların önemli temellerinden biri olarak devletin eylemlerini etkileme, sivil ve kamusal ilişkilerin davranışsal katılımı olarak belirtilmektedir (Hsieha ve Lib, 2014: 27).

Siyasal katılımın, bir siyasal sistemde yöneten ve yönetilen olarak iki kesimin varlığını düşündüğümüzde, katılımın daha çok yönetilenin yönetenleri etkileme, onların kararlarını kendi tercih ve çıkarlarına göre değiştirme süreci şeklinde değerlendirilebileceği belirtilmektedir (Çaha vd. 1996: 205). Görün'e (2006: 164) göre de siyasal katılım "kişilerin ya da onların oluşturduğu birimlerin, örgütlerin kendilerini yöneten kadroların seçim ve eylemlerini belirlemek ve etkilemek için giriştikleri çabalar" şeklinde ifade edilmektedir. Bu tanımlara benzer bir tanım olarak Kalaycıoğlu'na (1977: 163) göre siyasal katılım, üzerinde ortak karara varılamamış ancak nihai hedefin siyasal katılma eyleminin amacı doğrultusunda siyasi liderlerin kararlarını etkilemektedir. İnsanların bazıları siyasal sisteme karşı ilgili olurken, bazılarının bu sistemlere karşı ilgisi daha azdır. Bundan dolayı siyasal katılmayı "bireyin, siyasal sistem karşısındaki durumunu, tutumunu ve davranışlarını gösteren bir kavram" (Daver, 1969: 203) diye ifade etmek yerinde olacaktır.

Birçok araştırmacının konuyla ilgili tanım yapmaya çalışmasına rağmen Bennett ve Bennett (1986: 160), politik katılımın belirli bir tanımı olmayan bir kavram olduğunu belirtmektedir. Siyasi katılım kavramına ait tanımların çoğu, "doğrudan veya dolaylı olarak siyasal aktör seçimini veya onların aldıkları politik kararları etkilemeyi amaçlayan sıradan vatandaşlar tarafından gerçekleştirilen eylemleri" içermektedir. Yine aynı anlama gelecek şekilde Brady (akt. Carpentier, 2011: 17) tarafından geniş bir tanımla siyasal katılım, siyasi sonuçları etkilemek amacıyla sıradan vatandaşların herhangi bir faaliyeti olarak belirtilmektedir. Aynı zamanda Sotirovic ve McLeod (2001: 287) "siyasi katılım için önemli olan medya değil, medyanın içeriği" bulgularına bakıldığında, internet haber kullanımı ve yüz yüze tartışma arasındaki bağlantı mantıksal olarak gazete ve televizyon haberleri ile olan bağlantılarla aynı teorik kaynaklar kullanılmaktadır. Bu durum katılımın bir salt oy verme etkinliği değil, iletişim araçlarının etrafında şekillenen bir edim olduğunu da göz önüne sermektedir.

Siyasal katılım kavramı birçok araştırmacı tarafından tanımlanmış ve genellikle politik alana çeşitli araçlar kullanarak katılma sağlama, siyasal davranışları etkileme, bütünün bir parçası olma gibi ortak ifadeler etrafında birleşmiştir. Siyasal katılım olgusu, demokratik sistemin meşruluğu ve devamlılığı bakımından oldukça önemlidir. Mevcut sistemler, bu amaçla belirli mekanizmalar geliştirerek bunu sağlamaya çalışmaktadırlar. Demokratik bir sistemde

bireyin siyasal katılımı; eğitimi, cinsiyeti, sosyo-ekonomik düzeyi gibi değişkenlere göre farklılık gösterebilmekte ya da ait olduğu alt kültüre, gruba, cemaate göre de değişebilmektedir. Bu farklılık ve değişiklikler, bireyin ya da bir topluluğun katılma durumunu, biçimini ve düzeyini etkilemektedir. (Durdu, 2013: 31-32) Bu tanımlar daha çok geleneksel katılma yolları ve becerilerini nitelendirirken, iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişim katılım biçimlerini değiştirmiştir. Dolayısıyla geleneksel tanımlara ek olarak, günlük hayatımızın bir parçası haline gelen internet ve sosyal ağların da merkezinde olan yeni tanımlara ihtiyaç duyulmaktadır.

Siyasal katılım olgusu; içinde yaşanan siyasal sistemin durumu, ülkenin sosyo-ekonomik özellikleri, teknolojik olanaklar ile de kısmen ilgili olabilmektedir. Bir diğer ifadeyle siyasal katılım, demokratik toplumlarda daha fazla ve daha geniş bir biçimde sağlanırken; demokratik olmayan toplumlarda daha az ve daha sınırlı biçimlerde görülmektedir. Özellikle yeni medya olanaklarının ortaya çıkmasıyla politik bilgiye erişim ve politik aktörlerle etkileşim siyasal olana ilgiyi arttırırken bireylerin siyasal katılımını da güçlendirmektedir. Bunun en önemli örnekleri yakın zamanlarda çeşitli ülkelerde gerçekleşmiştir: Güney Afrika Bağımsız Seçim Komisyonu (IEC), 2014 seçimlerinin hemen öncesinde, gençlerin katılımını teşvik etmek için IXSA (I Vote for South Africa - Güney Afrika'ya Oy Veriyorum) kampanyasını başlatmıştır (International IDEA, 2015). Birleşik Krallık Seçim Komisyonu, gençlerin yetersiz temsil edilmesi ve seçimlerdeki düşük kayıt yüzdesinden dolayı Facebook ile 2016 yılında bir anlaşma yapmış ve gençlerin haber akışlarına oy vermeleri için kayıt oluşturabilecekleri yönlendirmelerin eklenmesini sağlamıştır (Electoral Commission of the UK). Yeni Zelanda'da 2017 yılında gerçekleşen seçimlere hazırlık aşamasında, oy verebilecek yaşa gelen fakat oy verme davranışında bulunmayı tercih etmeyen yaklaşık %37'lik bir kesim olan 'kayıp milyon' gence Facebook'ta 'Ticked Off' adlı kısa bir dizi yayınlamaya çalışılmış, böylece seçimlerde gençlerin katılımı arttırılmıştır (McKenzie, 2017). Benzer birçok uygulama dünyanın çeşitli ülkelerinde uygulanmaya başlamıştır. Özellikle yeni medyada bulunan ve nüfusu fazla olan genç kesimin politik alana olan katılımı arttırılmaya çalışılmaktadır.

## 2. Yeni Medya ve Katılım

Sosyal medya ile birbirinin yerine kullanılan terimler 'sosyal ağ sitesi', 'sosyal paylaşım sitesi' veya 'sosyal ağlar'dır. Boyd ve Ellison (2008: 211), sosyal ağ sitelerini bireylerin sınırlı bir sistem içinde herkese açık veya kısmî açık profil oluşturmalarına, bağlantı paylaştıkları diğer kullanıcıların bir listesini oluşturmalarına ve paylaşılanları görülüp görülmemesine izin veren web tabanlı hizmetler olarak tanımlamaktadır. Bağlantılı kişiler listesini ve sistem içinde başkaları tarafından yapılan bağlantıları görüntüleyebilirsiniz. Bu bağlantıların niteliği bölgeden bölgeye değişebilir. Çünkü bu sosyal paylaşım sitelerinin kullanımı zaman geçirmek veya arkadaş listesiyle bağlantılı kalmaktan öte, kültürel bir yapıyı da yansıtmaktadır.

İnternet teknolojisi 1990'ların ortalarında siyasi kampanyalar için kullanılmaya başlanmıştır. Genelde her teknolojiye olduğu gibi internet teknolojisi de siyasi kampanyalarda sınırlı bir biçimde kullanılmıştır. Teknolojik altyapının yetersizliği ve abone sayısının azlığı sınırlı kullanımın en önemli nedenlerinin başında gelmiştir. Ancak günümüzde böyle bir sınırlama ve sorun yoktur. İnternet, siyasi kampanya faaliyetleri açısından önemli olan iletişim araçları arasında yerini almıştır (Devran, 2004: 29). İnternetin merkezi olmayan yapısı, aktif olarak katılımcı vatandaşları yetiştirerek demokratik ilerlemeyle son derece uyumlu olduğu düşünülen daha özgür bilgi paylaşımına ve tartışmaya olanak tanımaktadır. Sosyal medya, tipik olarak sosyal bağlantı ve kullanıcı tarafından oluşturulan içerik fikri üzerine inşa edilmesi nedeniyle geleneksel ve diğer dijital medya türlerinden farklıdır. Buradaki katılım, sosyal olarak bağlanabilirlik anlamına gelmektedir. Kullanıcı tarafından oluşturulan içerik, paylaşım

için diğer kullanıcılarla olan etkileşimin sonucunda güçlü destek gören, dolayısıyla katkılarının önemli olduğunu düşünen ve başkalarını önemseyen üyelerle karakterize edilen bir kültürdür (Jenkins, 2016: 368-384). Böyle bir kültür, bireyin aynı düşünen farklı bireylerle oluşturduğu grupla beraber katılımcı bir kültürdür.

Diğer taraftan katılımcı demokratik kültüre giden yolda ağ toplumu önemli bir görevi yerine getirmektedir. Yeni iletişim ortamlarının demokratikleşmeye katkısı göz önünde bulundurulduğu zaman ağ toplumu; bilgiyi üreten, işleyen ve dağıtan, bunu bilgi ve iletişim teknolojileri tarafından işletilen ağlara dayalı olarak gerçekleştiren sosyal bir yapıdır. Bu sosyal yapı, siyaset ve medyayla ortak hareket etmektedir. Dolayısıyla ağ toplumundaki siyaset, medya siyasetidir. Yalnızca seçim dönemleri değil, hem demokrasinin hem siyasal olanın her zaman medyaya ihtiyacı vardır (Castells ve Ince, 2006: 94). Özellikle yeni medyanın etkileşim olanakları, bireylerin her alanda olduğu gibi politik alanda da katılım göstermelerini sağlamaktadır. Bu hususla yeni medya, ağ toplumunda katılımcı demokratik süreçleri inşa etmede öncü bir rolü üstlenmektedir.

Öte yandan, Murdock ve Golding (2001) ve Franda (2002) gibi uzmanlar internetin demokratikleşme potansiyeli konusunda daha şüpheli bir tavır içinde bulunmaktadırlar. İnterneti, 'kültürel tehdit olmasa bile, Batılı bir hâkimiyet ve nüfuz projesi' olarak kullanılan egemen sınıfın Marksist gücünün yeniden üretimi olarak görmektedirler. Bu endişe, bireylerin sadece internet bağlantısına değil, aynı zamanda nasıl kullanılacağına dair bazı bilgilere ihtiyaç duyduklarından, potansiyeline rağmen herkesin internetten yararlanamayacağı anlayışından kaynaklanmaktadır (akt. Siedschlag, 2007: 3). Bir diğer eleştirel düşüncede ise yeni medyada yer alan kullanıcıların müşteri ve siberuzamın pazar yeri olduğunu belirten Stallabrass (1999), ağ tabanlı enformasyonun kimlerin denetimde olacağı, kim için kullanılacağı ve kimlerin ulaşacağı sorularının sorulması gerektiğini ifade etmektedir. Aynı zamanda ağ mekânı, genel olarak bireylerin özne olarak görülmeyecekleri, sadece ara sıra tartışma nesnesi olarak belirecekleri bir tüketim bölgesi olarak nitelendirilmektedir (akt. Stevenson, 2006: 302).

Sosyal medya, etkileşim özelliğinden ötürü web 2.0 teknolojisine dayanmaktadır ve Kaplan ve Haenlein (2010: 61) tarafından "web 2.0'ın ideolojik ve teknolojik temelleri üzerine inşa edilmiş, kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin tekrar oluşturulmasına ve değiştirilmesine izin veren bir grup internet tabanlı uygulama" şeklinde nitelendirilmektedir. Bir diğer ifadeyle, web 2.0 teknolojisinin getirdiği etkileşim özelliği, bireylerin bilgiyi ağ ortamında üretmesine, değiştirmesine, dağıtmasına ve tüketmesine olanak tanımaktadır. Dolayısıyla bu temele dayanan sosyal medyada bireyler her alanda katılım ve işbirliği içerisinde bulunabilmektedir. Bu söylem, genel bir tanım olmakla birlikte özünde bireylerin ağların içinde birer üreten ve tüketen kullanıcı olarak katılımın bir parçası olduğunu ifade etmektedir.

Yeni medya, Manovich (2003: 22) tarafından öncü medya şeklinde –konvansiyonel– eski medyayı kullandığından post-medya veya meta-medya olarak tanımlanmaktadır. Crosbie (2002), yeni medyayı açıklarken, üç farklı iletişim medyasını tanımlamıştır. Bunlardan ilki, kişiler arası medyayı "bire bir" olarak nitelendiren ortamdır. İkincisi, kitle iletişim araçlarını "bire çok" olarak nitelendiren ortamdır. Son olarak ise, yeni medyayı bireyleşme medyası ya da "çoktan çoğa" olarak nitelendiren ortamdır. Tamamen teknolojiye dayalı günümüzün egemen iletişim biçimini ifade etmektedir. Ağların ve yeni iletişim ortamlarının birleştirilerek insan hayatının merkezinde yer almasının önemi üzerinde durmaktadır.

İnternet ve sosyal medya, özellikle genç kitlelere çeşitli çevrimiçi gruplar, sayfalar veya hesaplar aracılığıyla siyasi tartışma olanağı sunmaktadır. Bimber ve Copeland (2013), yeni medyanın siyasi katılım için bir platform sağlama ve siyasi etkinliğini değiştirme rolüne vurgu



yapmaktadır. Schulz'un (2005) çalışması, yeni medya kullanıcılarının siyaset alanında ve politik söylem üretiminde aktif olduğunu öne sürmektedir. Yeni medyanın getirdiği olanaklar, bireylerin siyasete olan ilgisini geliştirmekte ve birey siyaset alanına çevrimiçi katılmakla kalmayıp çevrimdışı da politik alanın bir parçası olmaya devam etmektedir. Jiang (2016) internetin çevrimiçi ve çevrimdışı siyasi katılım üzerindeki etkilerini incelemiştir. Ayrıca internetin vatandaşların siyaset algılarını biçimlendirmedeki rolünü araştırmıştır. Siyasal katılım ve ağ arasındaki ilişkinin güçlü olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bir diğer ifadeyle, siberuzamda bulunan bireyin politik alana katılımı artmakta ve siyaset davranışı bu katılım sonucunda değişmektedir.

Yeni medya ortamları, bireylerin günlük yaşamlarında içinde bulunmakta zorlanacağı politik alana katılmayı kolaylaştırmaktadır. Bu durum birçok araştırmacının ilgisini çekmiş ve yeni medyanın siyaset katılımıyla ilişkisi üzerine çalışmalar yapılmıştır. Mahmud ve Amin (2017), üniversite öğrencileri arasında yeni medyanın siyasi etkinliklerde kullanımına odaklanmıştır. Çalışmanın bulguları, çevrimiçi ve çevrimdışı siyasi katılım arasındaki ilişkinin pozitif olduğunu göstermiştir. Özellikle Facebook'un bu konuda diğer platformlara göre daha belirleyici olduğu sonucuna ulaşmıştır. Gibson ve McAllister (2013) çevrimiçi sosyal bağları ve siyasi katılımı değerlendirmiş, yeni medya platformlarının siyasi etkileşimi nasıl artırdığını incelemiştir. Aynı zamanda çevrimiçi sosyal etkileşimin çevrimdışı siyasi katılımı teşvik ettiği sonucuna da ulaşmışlardır. Bu araştırma alanındaki eğilimi takip eden Papagiannidis ve Manika (2016), farklı çevrimiçi ve çevrimdışı kanallar aracılığıyla siyasi katılımı araştırmışlar, yeni medyayla birlikte diğer çevrimiçi platformların siyasi özneler için önemli olduğunu, yeni medyanın kendilerini ve fikirlerini açıkça ifade etmesine izin verdiğini bulmuşlardır. Bireysel tutumlar, dijital medya kullanımları ile gerçek hayattaki politik katılım seviyeleri arasında farkı da göstermektedir. Çevrimdışı zamanlarında birey, politik alana katılımı sınırlı tutsa bile çevrimiçi zamanlarında katılımı üst seviyeye çıkabilir. Bu durum hem kendisinin hem de etkileşimde bulunduğu bireylerin politik algılarının ve siyaset katılımını etkileyebilmektedir. Cantijoch ve meslektaşları (Cantijoch vd. 2013) internet kullanımı, politik katılım ile e-tartışma, e-bilgi ve e-politik kampanyaların etkisi üzerine çalıştılar. E-kampanyanın internet kullanıcılarını siyaset etkinliklerinden önce ve sonra doğrudan birbirine bağladığını, etkilediğini ve siyaset alanına olan ilgilerini arttırdıkları sonucuna ulaşmışlardır.

Kim ve Chen'e (2016: 328-329) göre siyasi bilgi edinme, siyaset katılımı olumlu yönde etkilemektedir. Onlara göre yeni medya, geniş kitlelere ulaşma konusunda önemli olduğu kadar kişilerarası iletişimde de politik bir işleve sahiptir. Bu durum aynı zamanda sosyal ağlar ve siyaset katılım arasındaki ilişkinin yeni medya platformlarına genişletilebileceği anlamına gelmektedir. Buna göre daha geniş kişisel ağlar içinde iletişim kuran kişiler daha bilgili hale gelebilir ve dolayısıyla siyasi faaliyetlere katılma olasılıkları daha yüksek olabilir. Diğer bir ifadeyle yeni medya, daha geniş bir ağ içindeki çeşitli insanlarla iletişim kurma olasılığını artırması sebebiyle siyaset katılımıyla olumlu bir şekilde ilişkilidir.

Yeni medya sosyal, teknolojik ve kültürel değişimin daha kapsayıcı bir ekosistemine ilişkin çığır açan fenomenleri işaret etmektedir. Her yeni medya teknolojisi beraberinde demokrasinin yeniden canlanması, siyasi aktivizm ve güç elitleriyle ilgili olarak halkın güçlendirilmesine ilişkin bir dizi yeni beklentiler de getirmektedir. Tarih boyunca geleneksel medyaya yönelik eleştirilerden biri; kitlenin medya içeriği almakla sınırlı kalmaması, aynı zamanda ona katılabilmesi sorununun var olduğuydu. Diğer bir ifadeyle, bilgiyi medyanın gönderdiği biçimiyle kabul etme zorunluluğunun olması ve o bilgiye anlık olarak katılamamasıydı. Yeni medyanın etkileşimlilik özelliğinin bu arzuyu gerçekleştirdiği ve demokratik ideale bir adım daha yaklaştırdığı düşünülmektedir.

### 3. Yeni Medya, Siyasal Katılım ve Akademisyenler

Yeni medyanın interaktif doğası, siyasetçiler için seçmenlere ulaşmanın ve onları harekete geçirmenin yeni yollarını sunmaktadır. Aynı zamanda vatandaşların seçim sürecine doğrudan katılımı ve genel olarak demokratik siyasete daha aktif katılımları için bir ortam yaratmaktadır. Bununla birlikte, çevrimiçi teknolojilerin demokratik potansiyeline ilişkin söylemler, 21. yüzyılda demokrasilerin büyük ölçüde eksik olduğu siyasi katılım alanı olarak görülen internetin başlangıcından itibaren sıklıkla ileri sürülmektedir. Özellikle son dönemlerde sosyal medya kullanımında yaşanan büyük artış, kullanıcılar olarak gençlerin bu katılım potansiyeliyle ilgili umut vaat etmektedir (Stetka vd. 2014: 227).

Sosyal ağlar üzerine yapılan çalışmalar, çeşitli politik katılım biçimlerini şekillendirmekte ve sosyal hareketleri düzenlemedeki önemine vurgu yapmaktadır. Bu hususta yeni medya araçları bireylerin ağ kurmasında bilişsel, duygusal ve davranışsal bağlantılar için platform sağlamaktadır. Bu platformlar bireylerin haber edinmesini ve bilgi alışverişini sağlamakta, böylece onların kamusal faaliyetlere katılmasını motive etmektedir (Zúñiga ve Chen, 2019: 366). Farklı bir şekilde ifade etmek gerekirse; sosyal ağlar, demokrasinin gelişmesinde önemli bir rol oynamakta ve katılımı teşvik etmektedir.

Sosyal medya, her alanda olduğu gibi siyaset yapma biçimlerinin de merkezinde yer almaktadır. Günümüzde bireyler, geleneksel medyanın yanı sıra yeni iletişim teknolojilerinin araçları olarak sosyal medya platformlarını aktif olarak kullanmaktadır. Aynı zamanda sosyal medya, seçmen ile siyasal aktörler arasındaki önemli bir iletişim aracıdır. Bu sayede bireyler sadece seçim zamanlarında değil, her zaman politik söylemin bir parçası olabilmektedir. Bir kişinin sosyal ağındaki bu iletişim süreci, daha önce elde edilen siyasi bilgileri düşünmeye, değiş tokuş etmeye ve sentezlemeye zorlayarak kişinin politik tutumunu etkileyebilir. İşte bu noktada bir entelektüel kişi olarak akademisyenin sosyal ağlardaki konumu, etkileşim içinde bulunduğu insanların politik davranışlarını değiştirebilir. Çünkü her akademisyen kendi sosyal ağını oluşturabilmekte, böylece birçok insanla aynı anda iletişim içine girebilmekte ve düşüncelerini bulunduğu fiziki mekândan ayrı olarak daha fazla kişiye aktarabilmektedir. Sosyal ağ siteleri, akademisyenlerin aileleri, arkadaşları, iş arkadaşları ve yabancılarla aynı zaman diliminde aynı sosyal ortamda buluşmasını ve iletişim kurmasını sağlamakta; genel olarak bu sayede onları çeşitli bakış açılarıyla etkileyebilmektedir. Ayrıca, akademik bireylerin haberleri ve bilgileri paylaşmalarına, genişletilmiş bir ağ içinde çeşitli insanlarla konuşmalarına izin vermekte ve bu durum daha yüksek siyasi davranış göstermelerine neden olmaktadır. Bu siyasal etkileşim, dolayısıyla akademisyenin etkileşim içinde bulunduğu her bireyin politik olana katılımı artırmakta ve siyasal davranışları üzerinde önemli bir rolü olmaktadır.

Akademisyenler, araştırma ve çalışmalarıyla toplumun gelişimine önemli katkılar sağlamaktadırlar. Bu hususta, uzmanlık alanları doğrultusunda birçok etkinlik düzenleyerek topluma bilgilerini aktarmaktadırlar. Herhangi bir gazetede yazdıkları köşe yazıları, gerçekleştirdikleri radyo ve televizyon programları, internet üzerinden yazdıkları yazılar ile medya araçlarını kullanarak birçok konuda toplumu aydınlatmaktadırlar (Odabaşı vd. 2010: 132). Diğer bir ifadeyle, akademisyenler kendilerini sürekli geliştirmeye çalıştıkları gibi buldukları toplumun da ileri seviyelere çıkması için çaba göstermektedir. Bu durum, onların toplumu yönlendirme görevi üstlendikleri anlamına gelmektedir. Özellikle Aristoteles'in (2017: 26) "insan, doğası gereği politik bir hayvandır" düşüncesinden yola çıkarak doğru-yanlış ve iyi-kötü arasındaki ayrımı rasyonel yapabilmektedir. Dolayısıyla akademisyenin topluma karşı olan sorumluluğu hem siyasal anlamda hem bilimsel anlamda ortaya çıkmaktadır.

Diğer yandan akademisyenler, kanaat önderi görevini de üstlenmektedir. Toplumu yönlendiren, toplumda var olan boşlukları doldurmaya çalışan ve toplumun ihtiyaçlarının karşılanması noktasında üretim biçimlerini etkileyen kanaat önderleri olarak akademisyenler; toplumu düzenleyen siyasal mekanizmaya da katkıda bulunmaktadır (Weimann, 1994). Kanaat önderi görevini üstlenen akademisyenler için politik alana katılım demokratik süreçlerin oluşması açısından önem arz etmektedir. Dolayısıyla politikanın bulunduğu ortamlarda akademisyenlerin de bulunması gerekmektedir. Yeni medya, bu noktada akademisyenlerin kanaat önderi olarak işlevlerini –özellikle pandemi döneminde- yerine getirebilecekleri; bir diğer ifadeyle demokrasiye doğrudan katılım sağlayarak toplumu yönlendirebilecekleri bir mecra olarak karşımıza çıkmaktadır.

Boyer (1990: 16-25) akademisyenlerin, akademik ve yurttaşlık görevleri doğrultusunda dört önemli işlevi yerine getirdiğini belirtir: bilginin üretimi, bütünleştirilmesi, uygulanması ve öğretimi. Bir akademisyen bilgiyi keşfeder (discovery), disiplinlerarası keşfettiği bilgileri rasyonel bir bütün haline getirir (integration), elde edilen bilgiyi toplumsal sorunları çözmek amacıyla kullanır (application) ve çalışmalarının anlaşılması amacıyla bütün bu bilgileri öğrencilerine veya topluma aktarır (teaching). Bütün bu dört eylemi yapabilmesi için bir akademisyenin içinde bulunduğumuz çağ itibarıyla iletişim araçlarına ihtiyacı vardır. Bu hususla yalnızca öğrencilerine değil, topluma da bilgilerini ve düşüncelerini aktarmakla yükümlüdür. İşte bu noktada yeni iletişim teknolojilerinin yarattığı avantaj olarak yeni medya, akademisyenlerin topluma bu bilgilerini aktarabileceği platformlar sunmaktadır. Böylece düşüncelerini topluma ileterek bilimsel, toplumsal ve politik alana katılım sağlayabilmekte ve insanları etkileyebilmektedir.

Birçok akademisyen için sosyal medyanın artan varlığı çok önemlidir. Sosyal ağ siteleri, artık üniversiteler tarafından öğrencilerin akranları ve öğretim üyeleriyle çevrimiçi etkileşim kurarak üniversite yaşam tarzına uyum sağlayabilecekleri alternatif alanlar olarak kullanılmaktadır. Aynı zamanda akademisyenler ve öğrenciler için de içeriğin ‘pasif tüketicileri’ olmak yerine ‘aktif ortak üreticileri’ konumunda olmalarını sağlamaktadır. Dolayısıyla yeni medya platformlarında bulunmaları, ‘hayat boyu öğrenme’ düşüncesinin önemli bir kısmını eyleme geçirmeleri anlamına gelmektedir. Öğrenmenin kişisel yaşam hedeflerini ve ihtiyaçlarını destekleyen ‘katılımcı, sosyal bir süreç’ (Lee ve McLoughlin, 2010) olması akademisyenlerin ve öğrencilerin yeni medyada bulunmalarını gerekli kılmaktadır.

#### **4. Araştırmanın Yöntemi**

Çalışmanın amacı, akademisyenlerin sosyal medya ile siyasal katılım arasındaki ilişkilerinin incelenmesidir. Akademisyenlerin sosyal medyada siyasal katılımına yönelik yapılan bu çalışma saha araştırmasına dayanmaktadır. Araştırmanın evrenini, bir devlet üniversitesinin Yabancı Diller Yüksekokulu’nda görev yapan 104 akademisyen oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında örneklem belirlenmeden evrenin tümüne ulaşılmaya çalışılmış, araştırmaya toplam 85 kişi katılmayı kabul etmiştir. Bu rakam evrenin %81,73’üne ulaşıldığı anlamına gelmektedir. Araştırmada yüz yüze anket tekniği uygulanmıştır. Çalışmada uygulanan toplam 16 soruluk anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik özellikler yer almaktadır. Bu bölümde cinsiyet, yaş, sosyal medyayı kullanma sürelerine ilişkin bilgiler bulunmaktadır. İkinci bölümde sosyal medyayı kullanım amaçları ve hangi sosyal ağ platformlarının kullanıldığına ilişkin bilgiler sorulmuştur. Üçüncü bölümde ise akademisyenlerin sosyal medyada siyasal katılımına yönelik ifadeler bulunmaktadır. Bu ifadeler beşli likert ölçek biçiminde “kesinlikle katılmıyorum (1), katılmıyorum (2), kararsızım (3), katılıyorum (4) ve kesinlikle katılıyorum (5)” aralıklarında listelenmiş ve cevaplanmıştır.



Likert ölçekleme modeli, araştırma için oluşturulan ölçekleme yöntemleri arasında daha sık ve daha güvenilir olmasından (Aziz, 2018: 98) ötürü tercih edilmiştir. Ölçekte; konunun amacına yönelik önermeler havuzu oluşturulmuş, yapılan ön testler sonucunda zayıf önermeler ayıklanmış ve güçlü önermeler katılımcılara sunulmuştur (Karasar, 2014: 141-142).

Anket formu, literatür taraması yapılarak incelenen ve kuramsal zemini oluşturulan bu araştırmada, sosyal medya ve siyasal katılım arasındaki ilişki ele alınarak hazırlanmıştır. Saha çalışması için yönetmelik gereği Kocaeli Üniversitesi Etik Kurulu'na anket ölçeği ve araştırma bilgileri sunulmuş etik uygunluk izni alınmıştır.

#### 4.1. Etik Kurul İzin Bilgileri

Yükseköğretim Kurulu mevzuat gereği anket tekniğinin uygulandığı çalışmalarda etik kurul onayının alınması gerekmektedir. Bu çalışma için Kocaeli Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'nun onayı alınarak gerçekleştirilmiştir. (Tarih: 05.04.2021, Karar No: 15)

#### 4.2. Bulgular ve Yorum

Araştırmada anket tekniği uygulanmış ve elde edilen veriler SPSS 26.0 istatistik programında girişleri yapılarak analiz edilmiştir. Çalışmada sosyal medya kullanımına ve siyasal katılıma ilişkin tespitlerin amacıyla tanımlayıcı istatistik tekniklerinden yararlanılmıştır. Araştırma verilerinin analizinde sırasıyla; çalışmaya katılanların demografik özellikleri, sosyal medya araçlarını kullandığı platform ve kullanım amacını belirlemek için Frekans Analizi kullanılmıştır. Cinsiyet ile sosyal medyada siyasal katılıma ilişkin değişkenlerin analizi için Bağımsız-Örneklem T Testi (Independent-Samples T Test); yaş grupları ve günlük kullanım süreleri ile sosyal medyada siyasal katılıma ilişkin değişkenlerinin analizi için Tek Yönlü Varyans Analizi (One-Way ANOVA) testleri kullanılmıştır.

	f	%
Kadın	44	51,8
Erkek	41	48,2
Toplam	85	100,0

**Şekil 1 - Katılımcıların Cinsiyet Dağılımları**

Araştırmaya katılan akademisyenlerin %51,8'ini kadınlar oluştururken; %48,2'sini erkekler meydana getirmektedir. Cinsiyetler arasında derin bir farklılık gözükmemesine rağmen ağırlıklı olarak kadınların daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

	f	%
25-34	34	40,0
35-44	42	49,4
45-54	8	9,4
55 +	1	1,2
Toplam	85	100,0

**Şekil 2 - Katılımcıların Yaş Dağılımları**

Katılımcıların %49,4'ünün 35-44 yaş aralığında olduğu görülmektedir. En fazla katılım bu yaş aralığında gerçekleşmiştir. Daha sonra sırasıyla %40,0'ü 25-34 yaş aralığında, %9,4'ü

45-54 yaş aralığında ve %1,2'si 55 yaş üstünde olduğu ortaya çıkmıştır. Tablo 2'den de anlaşılacağı üzere katılımcılar ağırlıklı olarak genç ve orta alt yaş gruplarından oluşmaktadır.

	f	%
Evet	82	96,5
Hayır	3	3,5
Toplam	85	100,0

### Şekil 3 - Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı

Yüksekokulda görev yapmakta olan 104 akademisyenin tamamının araştırmaya katılması istenmiş, ancak çalışmanın yapıldığı zaman dilimlerinde Şekil 3.'te görüldüğü üzere toplam 85 akademisyen katılabilmektedir. Araştırmaya katılan akademisyenlere üç bölümden oluşan anket çalışması sunulmuştur. Bu anket çalışmasının ilk bölümü demografi verileri ölçümlemek, ikinci bölümü sosyal medya araçlarını ve kullanım amaçlarını ölçümlemek ve üçüncü bölümde siyasal katılıma yönelik ifadelerle katılım düzeyini ölçümlemek üzerinedir. İlk bölümün sonunda katılımcılara “Sosyal medyayı kullanıyor musunuz?” sorusu yöneltilmiş, “Hayır” cevabını verenlerin ikinci ve üçüncü bölümleri doldurmamaları istenmiştir. Dolayısıyla araştırmanın ikinci ve üçüncü bölüm analizlerinde bu soruya “Hayır” cevabını veren akademisyenlerin verilerine yer verilmemiştir. Çalışmada yalnızca üç katılımcı bu soruya “Hayır” cevabını vermiş ve bu katılımcıların anket cevaplarının ikinci ve üçüncü bölümleri boş bırakılmıştır. Demografik veriler dışındaki bulgular, bu üç katılımcıdan bağımsız olarak değerlendirilmiştir.

Değişken	Yaş Aralığı	N	$\bar{X}$	SD
	25-34	34	3,747	,903
	35-44	40	3,720	,879
	45-54	7	2,728	1,160
	55 +	1	2,100	
	Toplam	82	3,626	,955

Yaş Aralığı	Varyansın Kaynağı	KT	SD	F	p
	Gruplar arası	8,818	3	3,519	,019
	Gruplar içi	65,143	78		
	Toplam	73,961	81		

### Şekil 4 - Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Siyasal Katılım Analizleri

Şekil 4. incelendiği zaman yapılan Anova analiz testine göre akademisyenlerin sosyal medyadan siyasal katılıma yönelik görüşleri ölçeğinin ortalaması, yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık olduğunu göstermektedir ( $F= 3,519$ ;  $p<0,05$ ). 25-34 yaş aralığında olan akademisyenlerin ortalamaları ( $\bar{X}=3,747$ ) ile 35-44 yaş aralığında bulunan akademisyenlerin ortalamalarının ( $\bar{X}=3,720$ ) birbirine yakın olduğu tespit edilmiştir. Her iki grubun sosyal medyada katılıma yönelik ortalamaları standartın üzerinde gözükmektedir. Buna karşın 45-54 yaş aralığında olanların ortalaması ( $\bar{X}=2,728$ ) iken; 55 yaş üzerinde olanların ortalaması ( $\bar{X}=2,100$ ) olarak görülmektedir. Bu iki grubun katılım ortalamaları ilk iki gruba göre daha olumsuz bir çizgidedir.

	f	%
0-1	21	25,6
1-3	50	61,0
3-5	10	12,2
5 +	1	1,2
Toplam	82	100,0

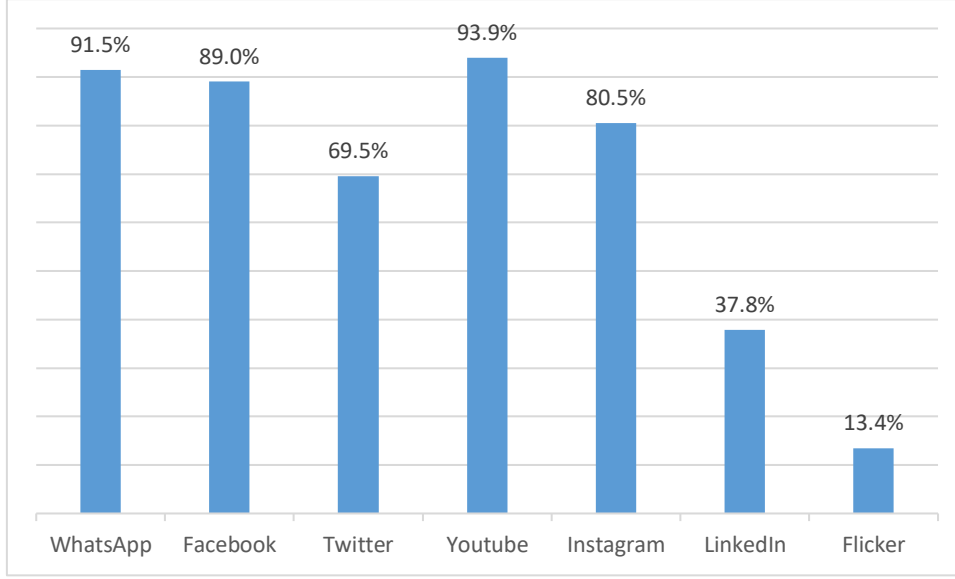
### Şekil 5 - Katılımcıların Sosyal Medyayı Kullandığı Zaman Dilimleri

Şekil 5.'te görüldüğü üzere katılımcılar sosyal medyayı en fazla 1-3 saat aralığında kullanmaktadırlar. Gün içerisinde 1-3 saat sosyal medya kullananların oranı %61,0 olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların %25,6'sı gün içerisinde 0-1 saat aralığında sosyal medyayı kullanırken, 3-5 saat aralığında kullananların oranı %12'den fazladır. Beş saatten fazla sosyal medyada vakit geçirenlerin oranı ise %1 civarındadır. Çalışmada elde edilen bu veriler, We Are Social Ocak 2021 (2021) tarihinde Türkiye için yayınladığı raporda sosyal medya kullanımının günlük ortalama kullanım süreleri (2 saat 57 dakika) ile doğru orantılı olduğu görülmektedir. Aynı zamanda raporda sosyal medyada katılım oranı %91,4 olarak belirlenmiş ve bu çalışmada 0-3 saat aralığında kullanımın toplam oranı %86,6 olarak tespit edilmiştir.

Değişken	Günlük Kullanım Süreleri	N	$\bar{X}$	SD		
	0-1	21	3,119	,796		
	1-3	50	3,750	1,013		
	3-5	10	4,110	,515		
	5 +	1	3,300			
	Toplam	82	3,626	,955		
Günlük Kullanım Süreleri	Varyansın Kaynağı	KT	SD	F		p
	Gruplar arası	8,615	2,872	3,428		,021
	Gruplar içi	65,346	,838			
	Toplam	73,961				

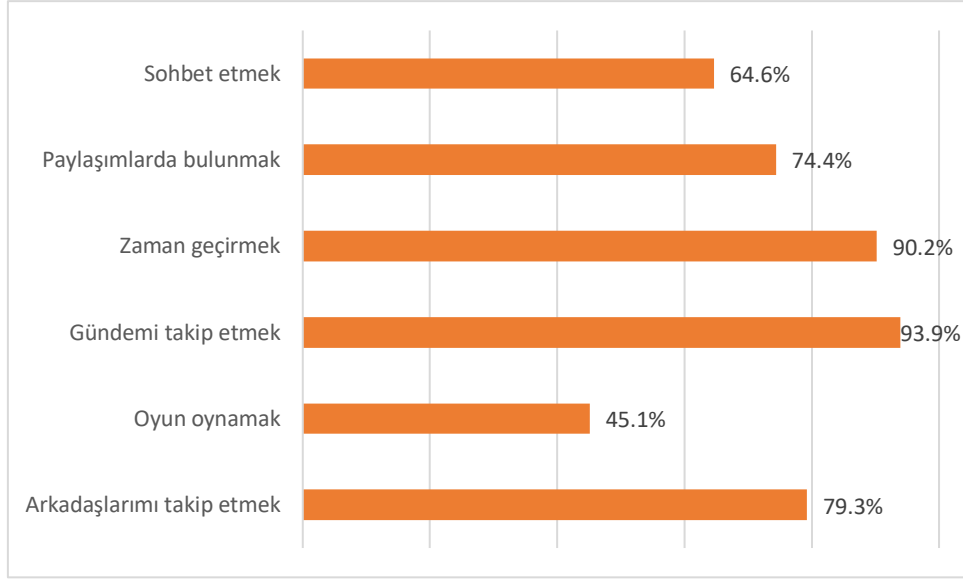
### Şekil 6 - Katılımcıların Sosyal Medyayı Günlük Kullanım Sürelerine Göre Siyasal Katılım Analizleri

Akademisyenlerin sosyal medyayı günlük kullanımları ile sosyal medyada siyasal katılımları arasındaki ilişkiye yönelik yapılan Şekil 6.'da yer alan Anova testine göre değişken grupları arasında anlamlı bir farklılık vardır ( $F=3,428$ ;  $p<0,05$ ). Sosyal medyayı günlük 1-3 saat aralığında kullanım sağlayan akademisyenlerin katılım ortalaması ( $\bar{X}=3,750$ ) ile aynı şekilde 3-5 saat aralığında kullanım sağlayan akademisyenlerin katılım ortalaması ( $\bar{X}=4,110$ ), genel katılım ortalamasının ( $\bar{X}=3,626$ ) üzerinde olduğu gözükmektedir. Buna karşılık sosyal medyayı 0-1 saat kullanan akademisyenlerin platformlardan siyasal katılım ortalaması ( $\bar{X}=3,119$ ) ile beş saatten fazla kullananların ortalaması ( $\bar{X}=3,300$ ), genel katılım ortalamasının ( $\bar{X}=3,626$ ) altında kaldığı tespit edilmiştir. Beş saatin üzerinde ve 0-1 saat aralığında olan kullanımlar ortalamadan düşük gözükse de katılıma yakın ve standartın üzerinde olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.



**Şekil 7 - Akademisyenler Tarafından En Çok Kullanılan Sosyal Ağ Platformları**

Katılımcılara yöneltilen “En çok kullandığınız sosyal medya platformu hangisidir?” sorusuna Şekil 7.’de gösterildiği üzere çoklu yanıt verenlerin %93,9’u Youtube platformunu kullandığını belirtmiştir. Bu oran We Are Social 2021 tarafından yayınlanan Türkiye raporunda yer alan orana çok yakındır. Raporda en çok kullanılan platformun Youtube (%94,5) olduğu belirtilmektedir. İkinci olarak WhatsApp platformunu kullananların oranı %91,5 olarak tespit edilmiştir. Yine We Are Social’ın raporundaki WhatsApp kullanım oranıyla (%87,5) doğru orantılıdır. Katılımcılarla yapılan görüşmelerde, bu platformun yoğun bir şekilde kullanılmasının asıl sebebinin kişisel mesaj uygulamalarına izin vermesi ve grup iletişime yatkın olmasıdır. Diğer bir ifadeyle aynı birim ya da kurulda görev yapan akademisyenlerin sağlıklı iletişim kurabilmesi için grup iletişimini sağlaması gerekmektedir. Bu hususla WhatsApp en çok kullanılan platformların başında gelmektedir. Akademisyenlerin en çok kullandığı üçüncü platform %89,0 oranıyla Facebook olduğu görülmüştür. Facebook’un ardından Instagram %80,5 oranıyla en çok kullanılan dördüncü platform olduğu ortaya çıkmıştır. En çok kullanılan beşinci platform %69,5 oranıyla Twitter olmuştur. Diğerlerine göre daha az kullanılan platformlar sırasıyla %37,8 oranıyla LinkedIn ve %13,4 oranıyla Flickr olduğu tespit edilmiştir. We Are Social’ın Ocak 2021 tarihinde yayınladığı Türkiye sosyal medya kullanım raporunda; en çok kullanılan beş uygulamanın sırasıyla Youtube, Instagram, WhatsApp, Facebook, ve Twitter olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmada akademisyenlerin en çok kullandığı beş platformun sırasıyla Youtube, WhatsApp, Facebook, Instagram ve Twitter olduğu görülmektedir. Dolayısıyla araştırma, genel sonuçlarla benzerlik göstermektedir.



**Şekil 8 - Akademisyenlerin Sosyal Medyayı Kullanım Amaçları**

Şekil 8.'de de görüldüğü gibi katılımcılara sorulan “Sosyal medyayı hangi amaçla kullanıyorsunuz?” sorusuna çoklu yanıt verenlerin %93,9’u “Gündemi takip etmek” için kullandığını belirtmiştir. “Zaman geçirmek” için kullananların oranı %90,2 olarak tespit edilmiştir. Sosyalleşmek amacıyla “Arkadaşlarını takip etmek” için kullananların oranı ise %79,3 olduğu görülmektedir. “Paylaşımda bulunmak” amacıyla sosyal medyayı kullanan akademisyenlerin oranı %74,4’tür. Sosyal medyayı “Sohbet etmek” amacıyla kullananların oranı %64,9 iken; “Oyun oynamak” için kullananların oranının %45,1 olduğu görülmektedir. Bu ifadeler doğrultusunda akademisyenler, sosyal medyayı en çok bilgi öğrenme ve haber alma isteği ile boş zamanlarını doldurması amacıyla kullanmaktadırlar.

	N	$\bar{X}$	SD	t	p
Kadın	42	3,481	,87687	-1,420	,160
Erkek	40	3,780	1,02036		

**Şekil 9 - Cinsiyet Dağılımına Göre Bağımsız-Örneklem T Testi**

Bağımsız-örneklem t testi analizini yapmadan önce, sosyal medyada siyasal katılım ölçek ve skor hesaplaması yapılmıştır. Şekil 9.'da görüldüğü üzere cinsiyet dağılımına göre sosyal medyada siyasal katılım ölçeğine yönelik yapılan bağımsız-örneklem t testinde akademisyenlerin cinsiyet puan ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ( $t=-1,420$ ;  $p> 0,05$ ). Kadın akademisyenlerin sosyal medyada siyasal katılım ortalaması ( $\bar{X}=3,481$ ), erkek akademisyenlerin sosyal medyada siyasal katılım ortalamasından ( $\bar{X}=3,780$ ) daha düşüktür.



Cronbach's Alpha	N of Items
0,939	10

### Şekil 10 - Güvenilirlik Analizi

Çalışmanın temelini oluşturan sosyal medyada siyasal katılım ifadelerinin bulunduğu ölçeğin güvenilirlik ortalaması ( $\alpha=0,932$ ) yüksek çıkmıştır. Bu gösterge, çalışmanın güvenilirlik ölçeğinin yüksek derecede güvenilir ( $0.80 < \alpha < 1$ ) olduğu anlamına gelmektedir. Dolayısıyla çalışmanın siyasal katılım ifadelerinin yüksek güvenilirlik göstermesi, araştırmanın rasyonel bir sonuca ulaşabileceğini göstermektedir.

	N	$\bar{X}$	SD
(Ö1) Sosyal medyayı politik bilgileri öğrenmek için takip ederim	82	4,000	1,20698
(Ö2) Sosyal medya, siyasal konulara olan ilgimi artırır	82	3,743	1,16334
(Ö3) Siyasal aktörleri sosyal medya üzerinden takip ederim	82	3,390	1,47201
(Ö4) Siyasal aktörlerin sosyal medyada yer alması, o aktörlere karşı düşüncelerimi etkiler	82	3,219	1,23752
(Ö5) Siyasal aktörlerin paylaşımları, politik tutumumu etkiler	82	3,085	1,25905
(Ö6) Sosyal ağ hesaplarımdan destek verdiğim adayların veya siyasal partinin reklamını yaparım	82	2,378	1,33925
(Ö7) Politik paylaşımların sosyal medyadan yapılması seçmenleri doğrudan etkiler	82	3,975	1,14370
(Ö8) Akademisyenlerin sosyal ağ hesaplarındaki paylaşımları yönlendiricidir	82	4,024	1,04203
(Ö9) Siyasi aktörlerin politikalarını, vaatlerini ve projelerini sosyal ağ platformlarında tartışması, kamusal alana taşınması gerekir	82	4,097	1,06121
(Ö10) Sosyal medya seçmen kitlesini örgütleyecek ve harekete geçirecek güce sahip olan bir araçtır	82	4,353	0,88012

### Şekil 11 - Sosyal Medyada Siyasal Katılıma Yönelik Merkezi Eğilim İstatistikleri

Akademisyenlerin sosyal medyada siyasal katılımına yönelik yapılan bu çalışmada, likert ölçekli önermelerin merkezi eğilim istatistikleri alınmıştır. Bu bölümde akademisyenlere 10 tane likert ölçekli önermeler sunulmuştur. Akademisyenler, bu önermelerin içinden en çok sosyal medyanın örgütleyici ve eyleme geçirici (Ö10) özelliğine katıldıklarını ( $\bar{X}=4,353$ ) ifade etmişlerdir. Politik aktörlerin sosyal medyada politikalarını ve projelerini insanlara sunması ve üzerinde tartışılması amacıyla kamusal alan oluşmasına (Ö9) katıldıklarını ( $\bar{X}=4,097$ ) belirtmişlerdir. En çok katıldıkları bir diğer husus ise akademisyenlerin kendi sosyal medya hesaplarından yaptıkları paylaşımların yönlendirici (Ö8) buldukları ( $\bar{X}=4,024$ ) ve bundan dolayı sosyal medyada politik alanın katılımcısı olabileceklerini göstermeleridir. Sosyal medyayı siyasal gündemi ve bilgileri öğrenmek amacıyla takip ettikleri (Ö1) belirtmişler ve bunun katılımın önemli bir parçası olduğuna ( $\bar{X}=4,000$ ) kanaat getirmişlerdir. Akademisyenlerin, sosyal medyadan yapılan politik paylaşımların bireyleri doğrudan etkilediği (Ö7) ifadesine katıldıkları tespit edilmiştir ( $\bar{X}=3,975$ ). Akademisyenlere göre sosyal medya, politik alana ilgi için (Ö2) önemli araçlardan biridir ( $\bar{X}=3,743$ ). Akademisyenler genellikle politik aktörleri sosyal medya üzerinden takip etmektedirler (Ö3) ( $\bar{X}=3,390$ ).

Akademisyenlerin katıldıkları önemli konulardan biri (Ö4), politik aktörlerin sosyal medyada bulunmasının politik görüşlerini etkilemesidir ( $\bar{X}=3,219$ ). Politik aktörlerin paylaşımlarının politik tutumlarını (Ö5) çok fazla etkilemediğini ( $\bar{X}=3,085$ ) belirten akademisyenler, aynı zamanda kendi sosyal ağ hesaplarından destekledikleri adayların veya siyasal partilerin reklamlarını yapmayı (Ö6) çok tercih etmemektedirler ( $\bar{X}=2,378$ ).

## DEĞERLENDİRME

Araştırma sonuçlarına göre akademisyenler en çok sırasıyla YouTube, WhatsApp ve Facebook platformlarını kullanmaktadır. Daha sonra Instagram ve Twitter kullanımları gelmektedir. En az kullanılan uygulamalar ise LinkedIn ve Flickr olduğu gözlemlenmiştir. YouTube platformunda yayın yapan, yayınlara katılan ve yayınları takip eden akademisyenlerin, bu platformlar üzerinden bilgiye ulaşmaları, üretmeleri ve dağıtmaları onları yalnızca fiziki mekân bağımlılığından kurtarmakla kalmamakta; aynı zamanda daha geniş topluluklara ulaşmasını sağlamaktadır. Youtube'u daha fazla kullanmalarındaki önemli etkenlerin başında pandemi dolayısıyla uzaktan eğitim sistemlerinin yaygınlaşması gelmektedir. Özellikle çeşitli kongreler, sempozyumlar ya da farklı bilimsel etkinliklerin çevrimiçi yapılması akademisyenleri bu platformu daha yoğun kullanmasına sebep olmaktadır. WhatsApp'ı kullanmalarında birim içi etkileşimin sağlanması esas olarak kabul edilmektedir. Sosyal medya kullanımına yönelik global araştırma yapan We Are Social'ın Türkiye için yayınladığı raporda Facebook, Türkiye'de en çok kullanılan platformlar arasında yer almaktadır. Bu durum akademisyenler için de aynı kabul edilmektedir. Ancak 2016 ABD başkanlık seçimlerinde yaşanan Cambridge Analytica skandalı, Facebook'a olan güveni azaltmış dolayısıyla daha az kullanıma sebep olmuştur. Bu dönemde 50 milyondan fazla seçmenin Facebook kişisel verileri politikacılar tarafından satın alındığı ve bu seçmenlerin fikirlerini etkilemek için kullanıldığı ortaya çıkmıştır. Facebook yönetimi bu durumu kabul etmiş ve sonucunda ABD Federal Ticaret Komisyonu (FTC) tarafından beş milyar dolar ceza ödemesi kararlaştırılmıştır (Wong, 2019). Dünyada en çok kullanılan sosyal medya platformu olmasına rağmen Facebook, Türkiye'de akademisyenler tarafından diğer platformlara göre daha az kullanılmaktadır. Diğer taraftan sosyal medyayı kullanmalarındaki en önemli sebebin "gündemi takip etmek" olması, bu ağlar üzerinden katılımı gerçekleştirdiklerinin bir göstergesidir.

Akademisyenlerin sosyal medya siyasal katılımında cinsiyetler arası farklılığın az olduğu, buna karşın yaş grupları arasındaki farklılığın daha fazla olduğu gözükmektedir. Bu durum demokratik ideallerin gerçekleşmesinde önemli bir eylem biçimi olan katılımın cinsiyet ayrımı gözetmediğini, ancak yaş gruplarının siyasal katılımında önemli olduğunu göstermektedir. Özellikle genç ve alt orta yaş gruplarının sosyal medyayı daha etkili, daha fazla kullandığı gözükmektedir. Orta üstü ve ileri yaş gruplarının sosyal medyayı daha kısıtlı, daha az kullandığı görülmektedir. Aynı zamanda bu yaş gruplarının sosyal medyada katılıma yönelik ortalamaları daha düşüktür. Bu durum, geleneksel siyasi kültüre bağlılığı ve yeni iletişim teknolojilerinin tam olarak benimsenmemesi ile doğrudan ilişkili olmaktadır. Bu açıdan hem sosyal medya okuryazarlığı hem de belirli yaş gruplarına yönelik yeni medya araştırmalarının artırılması önerilebilir.

Akademisyenlerin çoğunluğu günlük 1-3 saat aralığında sosyal medyada vakit geçirmektedirler. Bu süre zarfında katılım ortalamaları yüksek ve kullanımlarının yoğun olduğu görülmektedir. Aynı şekilde 3-5 saat aralığında kullananların sosyal medyada siyasal katılımları oldukça yüksektir. Bu süreler dışında yapılan kullanımların katılımı daha az sağladığı araştırmanın sonuçlarından biridir. Bu durum akademisyenlerin politik olanla ilgisinin ve

bilgilerinin toplumun geri kalanıyla tartışabileceği en ideal ortamın sosyal medya platformları olduğunu ve en ideal sürenin ise ortalama 2-4 saat aralığında olduğunu göstermektedir.

## SONUÇ

Dünyada ve ülkemizde sosyal medya araç ve platformlarının kullanımı gün geçtikçe artmaktadır. Aynı şekilde sosyal ağ platformları, günlük yaşamın önemli bir parçası olduğu kadar toplumların yaşayış biçimlerini düzenleyen siyaset alanına da etki etmektedir. Bu durum, sosyal medya ve siyasal katılım arasındaki ilişkinin demokrasinin gerçekleşmesinde önemli bir etken olduğunu ortaya koymaktadır. Buna bağlı olarak toplumların belirleyici öznelereinden biri olan akademisyenlerin, sosyal medya kullanımları ve bu platformlar üzerinden siyasal katılımları demokratik yapıların inşa sürecinde oldukça etkilidir. Bu çalışmada da akademisyenlerin demokrasinin gerçekleşmesindeki katılımcı rollerinin önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Akademisyenlerin yeni medyayı siyasal katılıma yönelik kullanımlarının yoğun olduğu, çalışmanın sonucunda ortaya çıkmıştır. Sosyal medyanın, politik alana katılımı arttırdığı yönünde ortak görüşte oldukları görülmektedir. Aynı zamanda bir yandan akademisyenlerin sosyal ağ platformlarında bulunması, politik olana güveni artırırken; diğer yandan bu platformlar üzerinden iletişim halinde bulunmaları seçmen kitlesini doğrudan etkilemektedir. Akademisyenlerin bu noktada sosyal medyayı etkin kullanması ve bilim insanı olmanın etrafına verdiği güven duygusu, siyasal katılımda etkili olmaktadır. Diğer bir ifadeyle akademisyen, kimliğine bağlı olarak gerçekleştirdiği her katılım seçmeni etkilemekte ve ona güven duygusu vermektedir. Dolayısıyla bilim insanının oluşturacağı politik ağ daha yönlendirici ve daha örgütleyici olmaktadır.

Bu çalışmanın bulguları açıkça gösteriyor ki; akademisyenlerin çoğu sosyal medyanın siyasal konulara olan ilgiyi artırdığını; dolayısıyla sosyal medyanın demokratik ideallere ulaşmada önemli bir araç olduğu düşüncesini benimsemektedir. Akademisyenler sosyal ağ platformlarında siyasal katılımı yoğun olarak gerçekleştirmektedir. Desteklediği siyasi aktörün reklamını yapmaması, siyasi aktörlerin paylaşımlarından çok fazla etkilenmemesi ve bu aktörlerin sosyal medyada yer almasının onları etkilememesinin başlıca sebebi; akademisyenin özgün ve öznel fikirlerinin siyasi aktörlere göre daha rasyonel olmasıdır. Böylece her akademisyen demokratik ideallerin inşa edilmesinde öncü bir rol üstlenmekte ve bu ideallerin en önemlisi olan siyasal katılımı yoğun biçimde gerçekleştirmektedir.

## KAYNAKÇA

- 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. doi:10.1177/2158244019864484
- Alkan, H. (2018). *Siyaset bilimine giriş*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.
- Aristoteles. (2017). *Politika* (3. Basım). (F. Akderin, Çev.) İstanbul: Say Yayınları.
- Aziz, A. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri ve teknikleri*. Ankara: Nobel Akademik.
- Bennett, S. E. ve Bennett, L. L. (1986). Political participation. *Annual Review of Political Science*, 1, 157-204.

- Bimber, B. ve Copeland, L. (2013). Digital media and traditional political participation over time in the U.S.. *Journal of Information Technology & Politics*, 10(2), 125-137.
- Boyd, D. M., ve Ellison, N. (2008). Social network sites: Definition, history and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Boyer, E. L. (1990). *Scholarship reconsidered*. New York: The Carnegie Foundation for the Advancement of Teaching.
- Cantijoch, M., Cutts , D. J., & Gibson, R. (2013). *Internet use and political engagement: The role of e-campaigning as a pathway to online political participation*. Erişim tarihi: 13.02.2021. <https://escholarship.org/uc/item/538243k2>
- Carpentier, N. (2011). *Media and participation: A site of ideological-democratic struggle*. Bristol: Intellect.
- Castells, M. ve Ince, M. (2006). *Manuel Castells'le söyleşiler*. (E. Kılıç, Çev.) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Crosbie, V. (2002). *Digital deliverance*. Erişim tarihi: 03.01.2021 <http://www.digitaldeliverance.com/>
- Çağlar, N. (2011). *2007 genel seçimlerinde yerel medyada kadın adayın temsili: Antalya ve Isparta örneği*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Çaha, Ö., Toprak, M. & Dalmış, İ. (1996). Siyasal parti üyelerinde siyasal katılım düzeyi: Kırıkkale örneği. *Yeni Türkiye Dergisi*, 96(6), 205-247.
- Daver, B. (1969). *Siyaset bilimine giriş*. Ankara: Doğan Yayınevi.
- Devran, Y. (2004). *Siyasal kampanya yönetimi*. İstanbul: Odak İletişim.
- Durdu, Z. (2013). *Türkiye’de siyasal kültürü anlamak*. Ankara: Kadim Yayınları.
- Electoral Commission Of The UK. (tarih yok). Erişim tarihi: 13.02.2021. <https://www.facebook.com/electoralcommissionuk>
- Ellison, N. B., Steinfield, C. & Lampe, C. (2007). The benefits of facebook “Friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143–1168.
- Gibson, R. K. ve McAllister, I. (2013). Online social ties and political engagement. *Journal of Information Technology & Politics*, 10(1), 21-34.
- Golding, P. ve Murdock, G. (2001). Digital divides: Communications policy and its contradictions. *New Economy*, 8(2), 110–115.
- Görün, M. (2006). Yerel demokrasi ve katılım: İzmir, Konya ve Ağrı il genel meclis üyeleri üzerinde bir araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(2), 159-184.
- Hsieha, Y. P. ve Lib, M. H. (2014). Online political participation, civic talk, and media multiplexity: How Taiwanese citizens express political opinions on the web. *Information, Communication & Society*, 17(1), 26-44.

- International IDEA. (2015). *Youth participation in electoral processes: New roles for African electoral management bodies*. Erişim tarihi: 22.10.2020. <https://www.idea.int/publications/catalogue/youth-participation-electoral-processes-new-roles-african-electoral>
- Jenkins, H. (2016). *Cesur yeni medya teknolojiler ve hayran kültürü*. (N. Yeğengil, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Jiang, L. (2016). The effects of the internet on online and offline political participation among citizens in Australia. *66th Annual International Conference of British Political Science Association* 21 - 23 March. Brighton.
- Kaplan, A. M. ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Karasar, N. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Akademik.
- Kim, Y. ve Chen, H. T. (2016). Social media and online political participation: The mediating role of exposure to cross-cutting and like-minded perspectives. *Telematics and Informatics*, 33(2), 320–330.
- Kutlu, A. (2018). Dönüşen medya çağında siyasal katılım: İstanbul’da yaşayan 18-22 yaş seçmen örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(3), 90 – 106.
- Lee, M. J. ve McLoughlin, C. (2010). *Web 2.0-based e-learning: Applying social informatics for tertiary teaching*. Hershey: Information Science Reference.
- Mahmud, A. ve Amin, R. (2017). Use of social networking media in political participation: A study on Dhaka University students. *Sociology and Anthropology*, 5(6), 481-488.
- Manovich, L. (2003). New media from Borges to HTML. In N. Wardrip-Fruin, & N. Montfort (Ed.), *Introduction to the new media reader*. (ss. 12-25). Cambridge: The MIT Press.
- McKenzie, E. (2017). *Getting the youth to tick: How Newshub’s engaging young voters*. Stop Press NZ. Erişim tarihi: 22.10.2020. <https://stoppress.co.nz/news/getting-youth-tick-how-newshubs-engaging-young-voters/>
- McLeod, J. M., Scheufele, D., & Moy, P. (2010). Community, communication, and participation: The role of mass media and interpersonal discussion in local political participation. *Political Communication*, 16(3), 315-336.
- Odabaşı, H. F., Fırat , M., İzmirli , S., Çankaya , S., & Mısırlı, Z. A. (2010). Küreselleşen dünyada akademisyen olmak. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(3), 127-142.
- Özyurt, C. (2010). Üniversite öğrencilerinin siyasal katılım davranışları: 29 Mart 2009 yerel seçimleri, Balıkesir örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(33), 289 – 320.
- Papagiannidis, S. ve Manika, D. (2016). Political participation and engagement via different online and offline channels. *International Journal of E-Business Research*, 12(4), 1-22.
- Park, H. M. ve Perry, J. L. (2008). Do campaign web sites really matter in electoral civic engagement? Empirical evidence from the 2004 post–election internet tracking survey. *Social Science Computer Review*, 26(2), 190–212.



- Schulz, W. (2005). *Political efficacy and expected participation among lower and upper secondary students. A comparative analysis with data from the IEA civic education study*. Erişim tarihi: 22.10.2020.  
[https://www.researchgate.net/publication/39728730\\_Political\\_Efficacy\\_and\\_Expected\\_Participation\\_among\\_Lower\\_and\\_Upper\\_Secondary\\_Students\\_A\\_comparative\\_analysis\\_with\\_data\\_from\\_the\\_IEA\\_Civic\\_Education\\_Study/citations](https://www.researchgate.net/publication/39728730_Political_Efficacy_and_Expected_Participation_among_Lower_and_Upper_Secondary_Students_A_comparative_analysis_with_data_from_the_IEA_Civic_Education_Study/citations)
- Siedschlag, A. (2007). *Digital democracy and its application to the international arena – from “deliberation” to “decision”*. Erişim tarihi: 14.11.2020.  
<https://www.researchgate.net/publication/242295568>.
- Sotirovic, M. ve McLeod, J. (2001). Values, communication behavior, and political participation. *Political Communication*, 18(3), 273-300.
- Stetka, V., Mackova, A., & Fialova, M. (2014). A winding road from “likes” to votes. In B. Patrut, & M. Patrut (Ed.), *Social media in politics case studies on the political power of social media*. (ss. 225-244). Switzerland: Springer International Publishing.
- Stevenson, N. (2006). *Medya kùltùrleri: Sosyal teori ve kitle iletiřimi*. (B. E. Aksoy, Çev.) Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Verba, S., Schlozman, K. L., & Brady, H. E. (1995). *Voice and equality: Civic voluntarism in American politics*. Cambridge: Harvard University Press.
- We Are Social. (2021). *Digital 2021: Turkey*. Erişim tarihi: 12.04.2021.  
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-turkey>
- Weimann, G. (1994). *The influentials: People who influence people*. Albany: State University.
- Wong, J. C. (2019). *Facebook to be fined \$5bn for Cambridge Analytica privacy violations – reports*. Erişim tarihi: 09.07.2021.  
<https://www.theguardian.com/technology/2019/jul/12/facebook-fine-ftc-privacy-violations>.
- Zúñiga, H. G. ve Chen, H. T. (2019). Digital media and politics: Effects of the great information and communication divides. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 63(3), 365-373.
- Zúñiga, H. G., Jung, N., & Valenzuela, S. (2012). Social media use for news and individuals’ social capital, civic engagement and political participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 319–336.