

Sosyal Medya İdeolojik Faaliyetler, Örgütlenme ve Direniş: Demografik Değişkenler Açısından Bir İnceleme*

(Araştırma Makalesi)

*Ideological Activities, Organization, and Resistance on Social Media: An Analysis of
Demographic Variables*

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1598770

Fahrettin KAYAN¹

¹ Öğr. Gör. Dr., Akdeniz Üniversitesi, kayan@akdeniz.edu.tr, Orcid No: 0000-0002-8099-7271

ÖZET

Anahtar Kelimeler:

Sosyal Medya İdeolojik
Faaliyetler, Çevrim içi
Örgütlenme, Demografik
Farklılıklar, Sosyal
Medya Direniş

Makale geliş tarihi:

09.12.2024

Kabul tarihi:

29.08.2025

Sosyal medya, bireylerin gündelik iletişimlerinin yanı sıra ideolojik yönelimlerini ifade etme, örgütlenme ve kolektif direniş pratiklerine katılma biçimlerini de dönüştürmüştür. Literatürde, sosyal medya platformlarının politik farkındalık yaratma, toplumsal hareketleri mobilize etme ve alternatif kamusal alanlar oluşturma potansiyeline sıkça vurgu yapılmaktadır. Araştırmanın amacı, sosyal medya ideolojik faaliyetleri, ideoloji ve sosyal medya, sosyal medyada çevrim içi örgütlenme ve sosyal medyada direniş konularında cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve gelir durumu değişkenlerine göre farklılık olup olmadığını incelemektir. Araştırma kapsamında 335 katılımcıya çevrim içi anket uygulanarak veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler kullanılarak hipotezleri test etmek amacıyla istatistiksel analizler gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, sosyal medya ideolojik faaliyetleri ve sosyal medyada çevrim içi örgütlenme puanları cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterirken, erkek katılımcıların puanlarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Eğitim durumu açısından, sosyal medya ideolojik faaliyetleri ve sosyal medyada direniş puanları lisans grubu lehine anlamlı fark göstermektedir. Yaş gruplarına yönelik yapılan analizlerde, sosyal medyada çevrim içi örgütlenme ve sosyal medyada direniş puanlarının genç yaş gruplarında daha yüksek olduğu bulunmuştur. Gelir durumu gruplarında ise ideoloji ve sosyal medya puanlarının düşük gelir grubunda daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir.

ABSTRACT

Keywords:

Social Media Ideological
Activities, Online
Organization,
Demographic
Differences, Social
Media Resistance

Social media has significantly transformed individuals' daily communication, as well as their expression of ideological orientations, organizational engagement, and participation in collective resistance practices. The literature often highlights the potential of social media platforms to enhance political awareness, mobilize social movements, and foster alternative public spheres. The objective of this study is to investigate whether differences exist in social media ideological activities, ideology and social media, online organization on social media, and resistance on social media based on demographic variables such as gender, age, education level, and income level. An online survey was administered to 335 participants to gather data, and statistical analyses were conducted to test the hypotheses. The results of the analysis indicated that social media ideological activities and online organization on social media exhibited significant differences based on gender, with male participants demonstrating higher scores. Regarding education level, social media ideological activities and resistance on social media showed significant differences favoring individuals with bachelor's degree. An analysis of age groups revealed that younger individuals had higher scores for online organization and resistance on social media. In terms of income levels, it was noted that lower-income groups reported higher scores for ideology and social media.

* Bu makale için Akdeniz Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 26.11.2024 tarihli ve 511 nolu kararınca etik kurul onayı alınmıştır.

1. GİRİŞ

Dijital platformlar toplumsal yapıları dönüştüren önemli araçlar haline gelmiştir. Dijital araçlardan biri olan sosyal medya, bireylerin içerik oluşturabildiği, paylaşabildiği ve etkileşimde bulunabildiği dijital platformlardır (Etlioğlu, 2022). Sosyal medya platformları, kullanıcıların metin, resim ve video gibi içerikleri paylaşmalarını ve farklı gruplar ile etkileşime geçmelerini sağlamaktadır (Sabuncuoğlu ve Gülay, 2014). Sosyal medya, bireylerin günlük yaşamlarını paylaşımlarını sağlamakta ve toplumsal, kültürel ve politik ideolojilerin yayılmasında, çevrim içi örgütlenmelerde ve direniş hareketlerinde önemli bir rol oynamaktadır (Kızıl, 2021). İdeolojik faaliyetler, bir kişinin ya da grubun, toplumda kabul edilen fikir ve değerleri değiştirmeye yönelik faaliyetlerini tanımlamaktadır (Becker, 2020). Çevrim içi örgütlenme, bireylerin sosyal medya gibi dijital platformlar aracılığıyla toplumsal hareketler ya da organizasyonlar kurmalarını ifade etmektedir (İğnak, 2022). Direniş ise, mevcut toplumsal ya da politik yapıları protesto etmek ve değiştirmek amacıyla yapılan eylemlerdir (Candan ve Bilgin, 2011). Bu kavramlar, sosyal medyanın gücü ile birleşerek toplumsal değişim süreçlerinde önemli bir araç haline gelmiştir.

Literatürde, sosyal medya ve ideolojik faaliyetler arasındaki ilişkiyi inceleyen bazı çalışmalar (Schradi, 2015; Vatandaş, 2018) mevcuttur. Sosyal medya kullanımı ve bu platformlar üzerinden gerçekleşen ideolojik faaliyetler, demografik faktörlerden etkilenmektedir. Cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve gelir durumu gibi değişkenler, bireylerin sosyal medya üzerindeki etkileşimlerini farklılaştırabilmektedir. Örneğin, bazı araştırmalar (Literat ve Kingler-Vilenchik, 2019; Ölçer, 2016) sosyal medyanın, özellikle gençler arasında ideolojik düşüncelerin yayılmasında önemli bir araç olduğunu vurgulamaktadır. Diğer çalışmalarda (Kocaman-Karoğlu ve Atasoy, 2018) sosyal medya platformlarının cinsiyet ve yaş gibi demografik faktörlere göre farklı şekilde etkileşim sağladığına dair bulgulara ulaşılmıştır. Ancak, sosyal medyanın farklı demografik özelliklere sahip bireyler üzerindeki etkisi hakkında kapsamlı bir araştırma yapılmamıştır. Birçok çalışma (örn; Leong vd., 2020; Shirky, 2011; Sine, 2016; Tufekci, 2017; Valenzuela, 2013), sosyal medyanın yalnızca bireylerin özgürce iletişim kurmalarını sağladığını ve toplumsal hareketlere katılımı kolaylaştırdığını belirtse de aynı zamanda bu platformların kolektif bilinç oluşturma, toplumsal taleplerin görünürlüğünü artırma ve fiziksel eylemlerin dijital ortama taşınmasını kolaylaştırma gibi işlevlerine de dikkat çekmiştir.

Bu araştırma, sosyal medya ideolojik faaliyetlerinin, çevrim içi örgütlenmenin ve direnişin demografik faktörlere göre nasıl farklılaştığını araştırmayı amaçlamaktadır. Mevcut literatür (Bayram, 2021; Eyrek ve Çetin, 2021) sosyal medyanın toplumsal etkileşimlerdeki rolünü genel hatlarıyla ele almakta, ancak demografik faktörlerin bu etkileşimler üzerindeki spesifik etkilerini derinlemesine inceleyen çalışmalar eksik kalmaktadır. Çoğu çalışma, (örn; Eyrek ve Çetin, 2021; Uzunoğlu, 2022; Özkan 2024) sosyal medya kullanımının toplumsal hareketler üzerindeki etkisini geniş bir perspektiften ele almakla birlikte, cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve gelir durumu gibi demografik faktörlerin bu etkileşimlerde nasıl farklılık yarattığını detaylı bir şekilde analiz etmemektedir. Araştırmanın amacı, literatürdeki bu boşluğu doldurmak ve sosyal medya kullanımının demografik faktörler açısından nasıl farklılaştığını ortaya koymaktır. Araştırmanın dört temel araştırma sorusu (AS) şu şekildedir;

AS1: Sosyal medya ideolojik faaliyetleri, demografik faktörlere göre nasıl farklılaşmaktadır?

AS2: İdeoloji ve sosyal medya etkileşimi, bireylerin demografik özelliklerine göre nasıl değişmektedir?

AS3: Sosyal medyada çevrim içi örgütlenme, demografik faktörler açısından hangi farklılıkları göstermektedir?

AS4: Sosyal medyada direniş hareketlerine katılım, demografik faktörlerle nasıl şekillenmektedir?

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Sosyal Medya ve İdeoloji

Geleneksel medya araçlarının tek yönlü ve merkeziyetçi yapısının aksine, sosyal medya platformları bireylere hem içerik tüketicisi olma konumunu hem de içerik üreticisi ve dağıtıcısı olma fırsatı sunmaktadır (Pala, 2024). Bu dönüşüm, bireylerin düşünce ve inanç sistemlerini açıkça ifade edebileceği, hatta bu sistemleri yeniden inşa edebileceği bir dijital kamusal alanın oluşmasına katkı sağlamıştır. Sosyal medya bireysel iletişimi kolaylaştıran bir araç ve politik kimliklerin, ideolojik yönelimlerin ve kolektif hafızanın şekillendiği dinamik bir ideolojik üretim sahasıdır (Bennett, 2012). Kullanıcıların gündeme ilişkin görüşlerini paylaşmaları, sosyal sorunlara dair tutumlarını dile getirmeleri ve kendi değer dünyalarını görünür kılmaları, sosyal medyanın ideolojik söylemlerin dolaşımında oynadığı merkezi rolü ortaya koymaktadır (Torun ve Torun, 2022).

Sosyal medyanın ideolojiyle olan ilişkisi, bireylerin bireysel görüşlerini açıklamasıyla sınırlı kalmamaktadır. Sosyal medya platformları, belirli bir ideolojik yönelimi paylaşan bireylerin bir araya gelerek ortak bir dijital kimlik geliştirmelerini, bu kimliğe uygun bir söylem etrafında bütünleşmelerini ve kolektif hareket oluşturma potansiyelini mümkün kılmaktadır (Rosenmann vd., 2016). Özellikle Twitter, Instagram, YouTube ve TikTok gibi mecralarda, belirli hashtagler aracılığıyla yürütülen kampanyalar, kullanıcıların ortak ideolojik zeminde

örgütlenmesini kolaylaştırmakta (Ökmen ve Çokluk, 2022); bu kampanyalar zaman zaman dijital direniş, bazen de fiziksel protestolara dönüşebilmektedir (Valenzuela, 2013). Bu yönüyle sosyal medya, bireylerin kendi ideolojik duruşlarını sergilediği ve benzer ideolojilerin kolektif bir söylem haline gelerek kitlesel bir etki yarattığı kamusal alandır (Rasmussen, 2014).

Sosyal medya, bireylerin düşüncelerini ifade ettiği bir mecra olmanın ötesine geçerek, toplumsal hareketlerin dijitalleşmesine zemin hazırlayan bir örgütlenme aracı haline gelmiştir. Geleneksel protesto biçimlerinin ve hiyerarşik yapıli örgütlenme modellerinin yerini, daha yatay, hızlı ve esnek dijital ağ yapıları almaya başlamıştır (Dahlberg-Grundberg, 2016). Bu dönüşüm, sosyal medyanın toplumsal mobilizasyon gücünü açık biçimde ortaya koymaktadır. Sosyal medyada yayılan bir hashtag, kısa sürede binlerce kişinin aynı amaç doğrultusunda bir araya gelmesini sağlayabilmekte, bireyler platformlar üzerinden karşılaştıkları baskılara veya adaletsizliklere kolektif şekilde tepki verebilmektedir (Dinç, 2019).

Örneğin 2013 yılında gerçekleşen Gezi Parkı protestolarında Twitter, Facebook ve YouTube gibi platformlar, eylem çağrılarının yapılmasından protesto alanlarının belirlenmesine, polis müdahalelerine ilişkin anlık bilgilendirme yapılmasından kamuoyunun mobilize edilmesine kadar pek çok işlev üstlenmiştir. Tufekci (2017), Gezi Parkı sürecinde sosyal medyanın geleneksel medya araçlarının sansürlenmesine karşı alternatif bir haberleşme kanalı olarak kullanıldığını, bu sayede eylemlerin sürdürülebilirliğine katkı sağladığını belirtmektedir. Aynı zamanda, protestocuların karşılaştığı baskı ve polis şiddeti, anlık videolar ve görseller aracılığıyla hem ulusal hem de uluslararası kamuoyuna duyurulmuş, bu da hareketin görünürlüğünü ve meşruiyetini artırmıştır. Benzer bir örnek 2010-2011 yıllarında Orta Doğu ve Kuzey Afrika'da yaşanan Arap Baharı sürecinde gözlemlenmiştir. Tunus'ta başlayan ve kısa sürede Mısır, Libya, Suriye gibi ülkelere yayılan halk ayaklanmalarında sosyal medya, devlet kontrolündeki geleneksel medya araçlarına alternatif olarak halkın sesi haline gelmiştir. Özellikle Mısır'da, gençler tarafından kullanılan Facebook sayfaları ve Twitter hesapları üzerinden protesto tarihleri, toplanma noktaları ve dayanışma çağrıları paylaşılmış, bu da kitlesel gösterilerin etkisini artırmıştır (Shirky, 2011). Sosyal medyada yayılan görüntüler, yalnızca yerel halkı değil, dünya kamuoyunu da etkilemiş; bu durum uluslararası baskıların artmasına ve rejimlerin meşruiyetinin sorgulanmasına neden olmuştur. Bu örnek olaylar, sosyal medyanın yalnızca ideolojik içeriklerin görünürlüğünü artıran bir platform olmadığını, aynı zamanda bireyleri ortak bir dava etrafında toplayan, onları dijital ortamda örgütleyerek fiili eyleme yönlendiren bir güç olduğunu göstermektedir. Dijital ağların sağladığı yatay iletişim biçimi, hem bireylerin ifade özgürlüğünü artırmakta hem de yeni bir politik katılım biçimi ortaya koymaktadır. Bu yönüyle sosyal medya, dijital çağın en etkili ideolojik ve örgütsel araçlarından biri olarak değerlendirilebilir.

2.2. Sosyal Medya İdeolojik Faaliyetler, Çevrim İçi Örgütlenme ve Direniş Kapsamında Hipotezlerin Geliştirilmesi

Sosyal medya ideolojik faaliyetleri, bireylerin sosyal medya platformları üzerinden politik veya ideolojik görüşlerini ifade etme, savunma ve bu görüşlere destek toplama çabalarını kapsamaktadır (Koçak, 2018). Bu faaliyetler, belirli bir ideoloji veya inanç etrafında içerik oluşturma, paylaşma, tartışmalara katılma ve çevrim içi topluluklar oluşturma gibi eylemleri içerebilmektedir. Sosyal medya, bu anlamda, bireylerin toplumsal değişim hareketlerine katılımını teşvik etmekte ve geniş kitlelere ulaşarak toplumsal konularda farkındalık yaratma sürecinde önemli bir rol oynamaktadır (Feezell, 2018). Sosyal medya, bireylerin politik ve ideolojik düşüncelerini ifade etme alanı olarak hızla önem kazanırken, sosyal medya platformlarının kullanıcılarının demografik özelliklerine göre farklılaşan etkileri, literatürde dikkat çeken bir konu haline gelmiştir (Anbarlı, 2022; Kim vd., 2014).

Cinsiyet ve yaş gibi demografik değişkenler, sosyal medya üzerindeki ideolojik faaliyetlerin işleyişinde ve biçimlenmesinde belirleyici rol oynamaktadır. Toplumsal cinsiyet rolleri, bireylerin dijital mecralarda nasıl konumlandığını ve hangi tür içeriklerle etkileşim kurduğunu etkileyerek, ideolojik söylemlerin üretim ve dolaşım süreçlerini yönlendirebilmektedir (Bahammam, 2018). Örneğin, kadın ve erkek kullanıcılar arasındaki sosyal medya kullanım biçimleri, yalnızca içerik tüketimi açısından değil, aynı zamanda içerik üretimi, paylaşımı ve bu içeriklere verilen tepkiler bağlamında da farklılık göstermektedir. Bu farklılıklar, çevrim içi ideolojik tartışmaların hem içeriğini hem de biçimini şekillendirmektedir (Bennett, 2012). Benzer şekilde, yaş grupları arasındaki varyasyonlar da sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirilen ideolojik katılım biçimlerini önemli ölçüde etkilemektedir (Buckingham, 2007). Genç bireyler daha çok siyasi aktivizme yönelik katılım, dijital kampanyalar düzenleme ve çevrim içi direniş faaliyetlerine katkı sağlama eğilimindeyken; ileri yaş gruplarının sosyal medya kullanım motivasyonları daha çok bilgiye erişim, güncel gelişmeleri takip etme ve güvenilir kaynaklardan haberdar olma gibi amaçlara dayanmaktadır (Boulianne ve Theocharis, 2020). Bu çeşitlenme, sosyal medyanın demografik temelli farklı etkiler doğurduğunu göstermekte ve ideolojik etkileşimlerin sosyal medya platformlarında nasıl yapılandığını anlamak açısından önemli bir çerçeve sunmaktadır.

Eğitim seviyesi de bireylerin sosyal medyada ideolojik içerikleri analiz etme ve daha karmaşık argümanları ele alma kapasiteleri üzerinde etkili bulunmuştur (Bakshy vd., 2015). Eğitimli bireylerin, ideolojik içeriklere daha

eleştirel bir bakış açısı geliştirdikleri ve daha karmaşık tartışmalara katıldıkları gözlemlenmiştir. Ayrıca, gelir düzeyi gibi sosyoekonomik faktörler, kullanıcıların dijital erişim ve medya okuryazarlığı düzeyleri üzerinde etkili olabilmektedir; bu faktörler, çevrim içi ideolojik faaliyetlere katılımı şekillendirerek dijital eşitsizliklerin ideolojik yansımalarını ortaya koymaktadır (Özkan-Davas, 2021). Bu bağlamda, sosyal medyada ideolojik faaliyetlerin demografik değişkenlere göre nasıl çeşitlendiğini anlamak, çevrim içi iletişimin toplumsal yapıyı nasıl dönüştürdüğünü incelemek açısından önemlidir. Dijital bölünme ve eşitsizlik, sosyal medya kullanımında farklılaşan davranışları etkileyen önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Farklı demografik grupların sosyal medya ideolojik faaliyetlerindeki yerinin belirlenmesi, toplumsal değişim ve dijital politikaların şekillendirilmesi açısından kritik bir araştırma alanı sunmaktadır. Sosyal medya ideolojik faaliyetler kapsamında geliştirilen hipotezlerden ilki;

H₁: Sosyal medya ideolojik faaliyet (SMİF) puanları (a) cinsiyet, (b) yaş, (c) eğitim durumu ve (d) gelir durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir.

İdeoloji ve sosyal medya, bireylerin ideolojik inançlarını sosyal medya platformları aracılığıyla ifade etmeleri, bu içerikleri geniş kitlelere yaymaları ve çevrim içi destek grupları oluşturarak etkileşim kurmaları sürecini kapsamaktadır (Weismueller vd., 2022). Sosyal medya, ideolojik içeriklerin hızlı ve etkili bir şekilde yayılmasını sağlarken, bireylerin politik veya sosyal görüşlerini çevrim içi topluluklar içerisinde tartışmalarına ve savunmalarına olanak tanımaktadır (Obar vd., 2012). Sosyal medya platformlarının toplumsal farkındalık, politik aktivizm ve ideolojik kutuplaşmalar üzerinde güçlü bir etki yaratmasında, kullanıcıların demografik özelliklerine bağlı olarak değişen etkileşim biçimleri belirleyici rol oynamaktadır; farklı yaş ve cinsiyet gruplarının sosyal medya ile kurduğu ilişki, ideolojik içeriklerin üretim ve paylaşım süreçlerini doğrudan şekillendirmektedir (Bayram, 2021). Sosyal medya platformlarının, bireylerin politik görüşlerini ifade etme, paylaşma ve destek arama süreçlerinde etkin bir araç olduğu öne sürülmektedir (İli, 2023). Sosyal medya, ideolojik içeriklerin kişisel düzeyde dile getirilmesinden toplumsal düzeyde örgütlü harekete dönüşmesine imkan tanıyan etkili bir mecra işlevi görmektedir.

Demografik faktörler, sosyal medya üzerinde yürütülen ideolojik faaliyetlerin doğasını ve yönünü belirlemede temel bir etken olarak değerlendirilmektedir (Brigh, 2018). Literatürde, toplumsal cinsiyetin dijital ortamlardaki etkileşim biçimlerini etkilediği, özellikle ideolojik içeriklerin üretimi ve paylaşımı söz konusu olduğunda erkek ve kadın kullanıcılar arasında belirgin farklılıklar bulunduğu ortaya konmuştur (Guerrero-Sole ve Perales-Garcia, 2021). Kadın kullanıcıların daha çok empatiye dayalı, toplumsal duyarlılık içeren ve kapsayıcı mesajlar üretmeye eğilimli oldukları; erkek kullanıcıların ise daha politik, çatışmacı ve harekete geçirici nitelikte içerikler sundukları gözlemlenmektedir (Paulin vd., 2014). Benzer biçimde, yaşa bağlı olarak da sosyal medya kullanım amaçlarında ve ideolojik içeriklere yönelimde farklılaşmalar söz konusudur. Genç bireyler, sosyal medya aracılığıyla fikirlerini daha görünür kılma, politik konularda sesini duyurma ve çevrim içi kolektif hareketlere katılma eğilimindeyken; ileri yaş grupları daha çok güvenilir bilgiye ulaşma, gündemi takip etme ve pasif gözlemci pozisyonunda kalma eğilimindedir (Ahmed vd., 2023). Ortaya çıkan farklılaşmalar, bireylerin yaşam evreleriyle bağlantılı olarak değişen bilgi ihtiyacının ve sosyal katılım biçimlerinin dijital mecralardaki ideolojik temsillere nasıl yansıdığını anlamak açısından önemli ipuçları sunmaktadır.

Eğitim seviyesi de, bireylerin ideolojik içerikleri analiz etme ve daha karmaşık argümanları ele alma becerilerinde rol oynamaktadır. Eğitimli bireylerin sosyal medya üzerindeki ideolojik içerikleri daha derinlemesine inceleyerek eleştirel düşünme süreçlerini devreye soktukları görülmektedir. Bunun yanı sıra, gelir düzeyi, dijital erişim ve medya okuryazarlığı gibi sosyoekonomik faktörler, çevrim içi ideolojik faaliyetlere katılımı ve etkileşimi belirleyen önemli unsurlar arasında yer almaktadır (Kobul, 2023). Düşük gelir gruplarının dijital okuryazarlık seviyelerinin sınırlı olması, bireylerin sosyal medya üzerinden ideolojik içeriklere daha sınırlı erişim sağlamalarına neden olabilir. Dijital bölünme kavramı, teknolojik erişim ve kullanım farklılıkları nedeniyle toplum içindeki eşitsizliklerin dijital alanda derinleşmesine işaret etmektedir (Tsatsou, 2011). Dijital bölünme kavramı, toplumsal eşitsizliklerin daha da derinleşmesine yol açmaktadır. İdeoloji ve sosyal medya kullanımının bireylerin demografik özelliklerine göre nasıl farklılaştığını anlamak, sosyal medya platformlarının ideolojik içeriklerin yayılımı ve toplum üzerindeki etkilerini daha iyi kavrayabilmek için önemlidir. Dijital medyanın, toplumsal değişimi nasıl şekillendirdiği ve bireylerin ideolojik düzeyde nasıl etkileşime girdiği, toplumsal yapıyı dönüştüren güçlü bir faktör olarak değerlendirilebilir. Çalışmada geliştirilen hipotezlerden ikincisi;

H₂: İdeoloji ve sosyal medya (İSM) puanları (a) cinsiyet, (b) yaş, (c) eğitim durumu ve (d) gelir durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Sosyal medyada çevrim içi örgütlenme, bireylerin sosyal medya platformlarını kullanarak belirli amaçlar doğrultusunda bir araya gelmeleri, ortak hedefler doğrultusunda iş birliği yapmaları ve çevrim içi olarak kolektif hareketlerde bulunmalarını ifade eden bir kavramdır (Karataş, 2020). Sosyal medya, bireylerin seslerini duyurabilecekleri, görüşlerini savunabilecekleri ve geniş kitlelere hızlı bir şekilde ulaşabilecekleri dijital bir

ortam sunarak örgütlenme süreçlerini kolaylaştırır. Bu platformlar, kullanıcıların belirli bir ideolojiyi destekleyen ya da belirli bir amaca yönelik farkındalık yaratmak isteyen çevrim içi topluluklar oluşturmaya imkân tanımaktadır (Miller, 2017). Çevrim içi örgütlenme, bireylerin toplumsal, politik veya çevresel konular etrafında bir araya gelerek bilgi paylaşımı yapmasını, strateji geliştirmesini ve gerektiğinde etkinlikler organize etmesini mümkün kılmakta; ayrıca, yüz yüze buluşma zorunluluğu olmadan geniş bir coğrafi dağılımda bireylerin aynı hedefe yönelik birlikte hareket etmelerini sağlamaktadır (Sommerfeldt ve Yang, 2017). Literatürde, çevrim içi örgütlenme düzeylerinin cinsiyet, yaş, eğitim ve gelir gibi faktörlere göre farklılaştığına dair bulgular bulunmaktadır. Örneğin, kadın ve erkek kullanıcılar arasında örgütlenme biçim ve sıklıklarında belirgin farklar bulunurken (Harvey, 2019), genç kullanıcılar çevrim içi örgütlenme süreçlerine daha aktif katılmaktadır (Brandtzaeg vd., 2016). Bu farklılıklar, sosyal medyanın bireyler arasında etkileşimi ve mobilizasyonu nasıl şekillendirdiği üzerine önemli ipuçları sunmaktadır. Örneğin, kadın kullanıcıların sosyal medya üzerindeki örgütlenme süreçlerinde daha fazla toplumsal bilinç ve dayanışma vurgusu yaptıkları, erkeklerin ise daha çok aksiyon ve hedef odaklı içerikler ürettikleri gözlemlenmiştir.

Eğitim seviyesi, bireylerin çevrim içi bilgi edinme, analiz etme ve iletişim kurma becerilerini artırarak daha karmaşık örgütlenme yapılarında yer almalarını sağlamaktadır. Eğitimi yüksek olan bireyler, sosyal medya üzerinde daha stratejik ve derinlemesine analizler yaparak daha etkili örgütlenme süreçlerine katılım gösterme eğilimindedir (Loader vd., 2013). Eğitim, sadece bilgi edinme değil, aynı zamanda bilgiye nasıl erişileceği ve nasıl paylaşılacağı konusunda da önemli bir beceri kazandırmaktadır. Aynı zamanda, gelir düzeyinin dijital erişim ve kaynaklara ulaşım üzerindeki etkisi, çevrim içi örgütlenme faaliyetlerine katılımı belirleyici bir rol oynamaktadır (Schrader, 2018). Gelir seviyesi düşük bireyler, dijital kaynaklara erişimde çeşitli engellerle karşılaşmakta; teknolojiye ulaşım eksikliği, uygun cihazların bulunmaması ve yüksek internet maliyetleri gibi faktörler, çevrim içi platformlarda aktif katılımı sınırlandırmaktadır (Van Deursen ve Van Dijk, 2019). Sonuç olarak, dijital katılım ve çevrim içi topluluklarda yer alma oranları, gelir düzeyi yüksek bireylere kıyasla daha düşük seviyelerde gerçekleşmektedir (Helsper, 2012). Araştırmalar, gelir eşitsizliklerinin dijital ortamda sosyal katılım fırsatlarını belirgin şekilde etkilediğini ve sosyal medya ile diğer dijital araçların sunduğu toplumsal katılım imkânlarının düşük gelirli gruplar arasında sınırlı kaldığını göstermektedir (Van Deursen ve Van Dijk, 2019). Sosyal adalet ve eşitlik perspektifinden bakıldığında, dijital bölünmenin gelir temelinde ortaya çıkan farklılıkların dikkate alınması önem taşımaktadır (Helsper, 2012). Dijital bölünme kavramının sosyal medya platformları aracılığıyla toplumsal eşitsizliklere yansıma biçimi önemli bir araştırma konusudur. Çevrim içi örgütlenme süreçlerinin demografik faktörlerle nasıl şekillendiğinin anlaşılması, sosyal medya platformlarının toplumsal hareketler üzerindeki etkilerini daha kapsamlı bir şekilde değerlendirmek için kritik bir gerekliliktir. Söz konusu etkileşim, dijital eşitsizliklerin azaltılması, toplumsal farkındalık oluşturulması ve politik aktivizmin desteklenmesi gibi alanlarda önemli işlevler üstlenmekte olup, sosyal medya ve çevrim içi örgütlenme literatürüne değerli katkılar sunmaktadır. Çalışmada geliştirilen hipotezlerden üçüncüsü;

H₃: Sosyal medyada çevrim içi örgütlenme (SMÇÖ) puanları (a) cinsiyet, (b) yaş, (c) eğitim durumu ve (d) gelir durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Sosyal medyada direniş, bireylerin sosyal medya platformları aracılığıyla toplumsal, politik veya ideolojik nedenlerle mevcut düzene karşı çıktıkları ve direnç gösterdikleri bir süreci ifade etmektedir (Ankaralı, 2019). Günümüzde sosyal medya, sosyal hareketlerin, protestoların ve direnişlerin dijital ortamda organize edilmesi için güçlü bir araç haline gelmiştir. Bu platformlar, bireylerin toplumsal adaletsizliklere, baskılara veya ayrımcılığa karşı seslerini duyurabileceği, toplumsal değişim talep edebileceği bir mecra olarak önemli bir rol oynamaktadır (Tanksley, 2024). Sosyal medyada direniş faaliyetlerinin, bireylerin demografik özelliklerine göre farklılık gösterdiği görülmektedir.

Cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve gelir düzeyi gibi faktörler, bireylerin sosyal medyada direniş gösterme şekillerini ve sıklıklarını etkileyebilmektedir (Barrett ve Pachi, 2019). Cinsiyet farklılıkları, sosyal medya aracılığıyla gerçekleşen direniş ve kolektif eylem biçimlerinin şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Kadınlar, dijital platformlarda daha çok kolektif hareketler ve toplumsal eşitlik temelli direnişler örgütlenme eğilimindedir; bu süreçlerde dayanışma, kapsayıcılık ve empati ön plandadır (Mendes vd., 2018). Erkek kullanıcılar ise çevrim içi aktivizmde daha bireyselci ve aksiyon odaklı stratejiler benimseyerek, doğrudan çatışma ve meydan okuma biçimlerinde yer almaktadır (Ging ve Siapera, 2018). Sosyal medya kullanıcılarının cinsiyetlerine bağlı olarak farklı etkileşim ve protesto biçimleri geliştirmeleri, dijital kamusal alanlarda ideolojik ifade ve örgütlenmenin çeşitlenmesini sağlamaktadır (Tufekci, 2017).

Gençler ise, sosyal medya üzerinden direniş ve protestolara daha fazla katılmakta ve bu tür faaliyetlere daha aktif bir şekilde dahil olmaktadır (Altuntaş, 2019). Genç kullanıcılar, özellikle dijital platformlarda toplumsal değişim çağrılarını yaparak daha radikal ve yenilikçi yöntemler benimsemektedir (Bennett ve Segerberg, 2013). Sosyal medya, gençlerin toplumsal hareketlerde daha görünür olmasını ve kendi fikirlerini ifade etmelerini kolaylaştırmaktadır (Loader vd., 2013). Bu etkileşim, gençlerin toplumsal ve politik hayatta daha fazla söz sahibi olmalarını sağlayarak, toplumda önemli değişimlere zemin hazırlamaktadır (Theocharis ve Van Deth, 2018).

Eğitim düzeyi ve gelir seviyesi, bireylerin dijital okuryazarlık seviyelerini ve çevrim içi direnişin organize edilmesindeki becerilerini etkileyebilmektedir (Thompson vd., 2014). Eğitim seviyesi yüksek bireyler, karmaşık ideolojik içerikleri anlama, eleştirel değerlendirme ve organize etme konusunda gelişmiş becerilere sahiptir; bu yetkinlikler, çevrim içi direniş hareketlerinde daha etkin rol almalarını sağlamaktadır (Yasseri vd., 2016). Öte yandan, gelir düzeyi düşük bireylerin dijital kaynaklara erişimleri sınırlı kalmakta; teknolojiye ulaşım eksikliği ve düşük kaliteli internet bağlantıları, çevrim içi katılım olanaklarını kısıtlamaktadır (Van Deursen ve Van Dijk, 2019). Gelir düzeyinin dijital erişim üzerindeki etkisi, dijital bölünmenin sosyal hareketler üzerindeki yansımalarını anlamak için kritik bir değişken olarak literatürde geniş şekilde tartışılmaktadır (Helsper, 2012). Sosyal medya ortamında direnişin demografik faktörlere bağlı olarak nasıl çeşitlilik gösterdiğinin incelenmesi, çevrim içi toplumsal hareketlerin karmaşık dinamiklerini ve toplumsal dönüşüm süreçlerini daha iyi kavramaya olanak tanımaktadır (Boulianne, 2015). Sosyal medyanın, farklı demografik gruplar arasında nasıl ayrışmalar yaratabileceği ve toplumsal değişim süreçlerine nasıl etki edebileceği üzerine yapılan araştırmalar, toplumsal hareketlerin geleceği hakkında daha kapsamlı bir anlayış geliştirilmesine olanak tanıyacaktır. Bu kapsamda geliştirilen hipotezlerden dördüncüsü;

H4: Sosyal medyada direniş (SMD) puanları (a) cinsiyet, (b) yaş, (c) eğitim durumu ve (d) gelir durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir.

3. YÖNTEM

3.1. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada kullanılan ölçekler, Barış (2023) tarafından geliştirilen sosyal medya ideolojik faaliyetler ölçeğine dayanmaktadır. Araştırmada üç alt boyutlu tek ölçek kullanılmıştır: 9 maddelik “ideoloji ve sosyal medya” (İSM), 10 maddelik “sosyal medyada çevrim içi örgütlenme” (SMÇÖ) ve 10 maddelik “sosyal medyada direniş” (SMD) ölçekleri. Ölçeklerin puanlaması sonucunda en yüksek 175, en düşük ise 35 puan elde edilebilmektedir. Yüksek puan alan katılımcılar, sosyal medyada ideolojik olarak yoğun örgütlenme ve direniş kültürü oluşturma düzeyinde yüksek bir seviyeye sahiptir. Katılımcılara uygulanan anket formunda, beşli Likert tipi bir derecelendirme kullanılmıştır: (5) her zaman, (4) sıklıkla, (3) ara sıra, (2) nadiren, (1) asla. Barış (2023) tarafından yapılan çalışmada, sosyal medya ideolojik faaliyetler ölçeğinin Cronbach’s Alpha değeri 0,975, ideoloji ve sosyal medya ölçeğinin Cronbach’s Alpha değeri 0,923, sosyal medyada çevrim içi örgütlenme ölçeğinin Cronbach’s Alpha değeri 0,948 ve sosyal medyada direniş ölçeğinin Cronbach’s Alpha değeri ise 0,932 olarak hesaplanmıştır. Ölçeklerin güvenilirlik değerleri ve betimsel istatistikler, bulgular kısmında sunulmuştur.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmada evren Türkiye’de yaşayan bireyler olarak belirlenmişken örneklemde yaş sınırı konulmamıştır. Ancak veriler Akdeniz Üniversitesi öğrencilerinden (önlisans ve lisans) toplanmıştır. Sosyal medya kullanıcıları bireyler kolayda örneklem yöntemi ile çalışma grubuna dahil edilmiştir. Araştırmanın evrenini, 2021-2022 eğitim yılı itibarıyla Akdeniz Üniversitesi’nde öğrenim gören 64.335 öğrenci oluşturmaktadır. Hata payı %5 ve %95 güven düzeyi esas alınarak yapılan örneklem büyüklüğü hesaplaması sonucunda, 335 katılımcı yeterli bulunmuş ve bu katılımcılara “sosyal medya ideolojik faaliyet ölçeği” uygulanmıştır (Cochran, 1977). Yapılan uygulamalar sonucunda elde edilen veriler SPSS 25.00 paket programı ile analiz edilmiştir. Katılımcıların demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş grubu, eğitim durumu, gelir durumu) ilişkin frekans ve yüzde dağılımları Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Frekans Değerleri

		f	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	223	66,6
	Erkek	112	33,4
Eğitim Durumu	Önlisans	81	24,2
	Lisans	254	75,8
Yaş	18-19	96	28,7
	20-21	128	38,2
	22-23	58	17,3
	+24	53	15,8
Gelir Durumu	0₺ – 17.000₺	192	57,3
	17.003₺ – 35.000₺	70	20,9
	35.001₺ – 52.000₺	35	10,4
	52.001₺ ve üstü	38	11,4

Araştırmaya katılan bireylerin %66,6'sı kadın (n=223) ve %33,4'ü erkek (n=112) bireylerden oluşmaktadır. Katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde katılımcıları %24,2'si önlisans (n=81) ve %75,8'i lisans (n=254) grubunu oluşturmaktadır. Katılımcıların yaş değişkeni incelendiğinde katılımcıları %27,7'si 18-19 (n=96) yaş grubunu, %38,2'si 20-21 (n=128) yaş grubunu, %17,3'ü 22-23 (n=58) yaş grubunu ve %15,8'si +24 (n=53) yaş grubunu oluşturmaktadır. Katılımcıların gelir durumu değişkeni incelendiğinde grubun %57,3'ü 0-17.002₺ (n=192) grubunu, %20,9'u 17.003₺ - 35.000₺ (n=70) grubunu, %10,4'ü 35.001₺ - 52.000₺ (n=35) grubunu ve %11,4'ü 52.000₺ ve üstü (n=38) grubunu oluşturmaktadır.

4. BULGULAR

Ölçeklerin güvenirliğini test etmek için Croanbach's Alpha katsayıları hesaplanmıştır. Güvenirlik katsayısının değerlendirilmesinde uyulan değerlendirme ölçütleri şöyledir (Özdamar, 1999'dan aktaran: Tavşancıl, 2010);

- $\leq \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir değildir.
- $0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise ölçek düşük güvenirliktedir.
- $0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek oldukça güvenirlidir.
- $0,80 \leq \alpha < 1,00$ ise ölçek yüksek derecede güvenirlidir.

Alpha güvenirlik katsayılarına göre; katılımcılara uygulanan sosyal medya ideolojik faaliyet (SMİF) ölçeği ve alt boyutları için incelenen Cronbach's Alpha güvenirlik katsayıları Tablo 2'de verilmiştir. Alpha güvenirlik katsayılarına göre SMİF ölçeği ana boyutu ve alt boyutları için yüksek derecede güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 2. SMİF Ölçeği ve Alt Boyutları İçin Güvenirlik Değerleri

Ölçek	Croanbach's Alpha
Sosyal Medya İdeolojik Faaliyet (SMİF)	0,960
İdeoloji ve Sosyal Medya (İSM)	0,868
Sosyal Medyada Çevrim içi Örgütlenme (SMÇÖ)	0,947
Sosyal Medyada Direniş (SMD)	0,911

Puanların normalliğini değerlendirmek amacıyla katılımcı puanlarının merkezi eğilim ölçüleri incelenmiş görece birbirine yakın olduğu görülmüştür. Ölçeklerin betimsel istatistik değerleri Tablo 3'te verilmiştir. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin (-1,5) ve (+1,5) aralığında olması dağılımın normale yakın olduğunu göstermektedir (Tabachnick ve Fidell, 2020). Çarpıklık katsayıları incelendiğinde tüm puanların tolerans değerleri arasında olduğu görülmüştür. Ek olarak puanların normal dağılım sergileyip sergilemediklerini incelemek amacıyla Kolmogorov-Smirnov testi yapılmış ve normallik incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda puanlarda normalliğin sağlanmadığı görülmüştür ($p < 0,050$). Geniş örneklerde Kolmogorov-Smirnov testi anlamlı çıkabilmektedir (Pallant, 2003). Bu nedenle analiz sürecinde demografik değişkenlere göre normallik incelemeleri çarpıklık basıklık katsayısı üzerinden incelenmiş ve tüm demografik değişken grupları için ölçeğin ana boyutu ve alt boyutları için çarpıklık basıklık katsayılarının (-1,5) ile (+1,5) tolerans değer aralığında olduğu görülmüştür.

Tablo 3. SMİF Ölçeği ve Alt Boyutları İçin Betimsel İstatistikler

Ölçek	Min.	Max.	Or	S. Sapma	Çarpıklık	Basıklık	Kolmogorov Simirnov
SMİF	29,00	103,00	56,48	14,81	0,793	0,262	0,000
İSM	9,00	37,00	19,48	5,54	0,358	0,079	0,000
SMÇÖ	10,00	37,00	16,21	6,09	0,961	0,313	0,000
SMD	9,00	34,00	19,23	6,26	0,252	-0,849	0,000

Cinsiyet değişkeni için SMİF ölçeği ana boyutu ve alt boyutlarında (İSM-SMÇÖ-SMD) bağımsız örneklem t-testi uygulanmıştır. Sonuçlar Tablo 4'te verilmiştir. SMİF puanları için yapılan bağımsız örneklem t-testi sonucunda $t(333) = -3,334$; p değeri = $0,001 < \alpha = 0,05$ olduğundan SMİF toplam puanı cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermektedir. SMİF ortalama puanları incelendiğinde farkın erkek grubu lehine olduğu görülmüştür. SMÇÖ puanları için yapılan bağımsız örneklem t-testi sonucunda $t(177,774) = -2,774$; p değeri = $0,006 < \alpha = 0,05$ olduğundan SMÇÖ toplam puanı cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermektedir. SMÇÖ ortalama puanları incelendiğinde farkın erkek grubu lehine olduğu görülmüştür. Dolayısıyla H_{1a} ve H_{3a} kabul edilmiştir.

Tablo 4. Cinsiyet Değişkeni İçin SMİF Ölçeği ve Alt Boyutları Bağımsız Örneklem t-Testi

Ölçek	Cinsiyet	N	Or	S. Sapma	t-değeri	Sd	p-değeri
SMİF	Kadın	223	54,59	13,69	-3,334	333	0,001

	Erkek	112	60,23	16,25			
İSM	Kadın	223	19,35	5,34	-0,602	333	0,548
	Erkek	112	19,74	5,93			
SMÇÖ	Kadın	223	15,51	5,41	-2,774	177,774	0,006
	Erkek	112	17,62	7,09			
SMD	Kadın	223	18,82	6,22	-1,703	333	0,089
	Erkek	112	20,05	6,30			

İSM puanları için yapılan bağımsız örneklem t-testi sonucunda $t(333) = -0,602$; p değeri = $0,548 > \alpha=0,05$ olduğundan İSM toplam puanı cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermemektedir. SMD puanları için yapılan bağımsız örneklem t-testi sonucunda $t(333) = -1,703$; p değeri = $0,089 > \alpha=0,05$ olduğundan SMD toplam puanı cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermemektedir. Dolayısıyla H_{2a} ve H_{4a} reddedilmiştir.

Eğitim durumu değişkeni için SMİF ölçeği ana boyutu ve alt boyutlarında (İSM-SMÇÖ-SMD) bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Sonuçlar Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Eğitim Durumu Değişkeni İçin SMİF Ölçeği ve Alt Boyutları Bağımsız Örneklem t-Testi

Ölçek	Cinsiyet	N	Or	S. Sapma	t-değeri	Sd	p-değeri
SMİF	Önlisans	81	53,58	10,77	-2,033	333	0,043
	Lisans	254	57,40	15,79			
İSM	Önlisans	81	18,69	5,58	-1,479	333	0,140
	Lisans	254	19,73	5,22			
SMÇÖ	Önlisans	81	15,30	5,32	-1,544	333	0,123
	Lisans	254	16,50	6,30			
SMD	Önlisans	81	17,33	5,92	-3,174	333	0,002
	Lisans	254	19,83	6,26			

SMİF puanları için yapılan bağımsız örneklem t-testi sonucunda $t(333) = -2,033$; p değeri = $0,043 < \alpha=0,05$ olduğundan SMİF toplam puanı eğitim durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermektedir. SMİF ortalama puanları incelendiğinde farkın lisans grubu lehine olduğu görülmüştür. SMD puanları için yapılan bağımsız örneklem t-testi sonucunda $t(333) = -3,174$; p değeri = $0,002 < \alpha=0,05$ olduğundan SMD toplam puanı eğitim durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermektedir. SMD ortalama puanları incelendiğinde farkın lisans grubu lehine olduğu görülmüştür. Dolayısıyla H_{1c} ve H_{4c} kabul edilmiştir. İSM puanları için yapılan bağımsız örneklem t-testi sonucunda $t(333) = -1,479$; p değeri = $0,140 > \alpha=0,05$ olduğundan İSM toplam puanı eğitim durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermemektedir. SMÇÖ puanları için yapılan bağımsız örneklem t-testi sonucunda $t(333) = -1,544$; p değeri = $0,123 > \alpha=0,05$ olduğundan SMÇÖ toplam puanı eğitim durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermemektedir. Bundan dolayı H_{2c} ve H_{3c} reddedilmiştir.

Yaş değişkeni için SMİF ölçeği ana boyutu ve alt boyutlarında ANOVA uygulanmıştır. Sonuçlar Tablo 6'da verilmiştir. SMİF toplam puanının yaş gruplarındaki dağılımına yönelik One-way Anova testi sonucunda $F(3) = 0,076$ ve p değeri = $0,973 > \alpha=0,05$ olduğundan yaş grupları arasında istatistiksel anlamlı bir fark yoktur. İSM toplam puanının yaş gruplarındaki dağılımına yönelik One-way Anova testi sonucunda $F(3) = 1,074$ ve p değeri = $0,360 > \alpha=0,05$ olduğundan yaş grupları arasında istatistiksel anlamlı bir fark yoktur. H_{1b} ve H_{2b} hipotezleri reddedilmiştir.

SMÇÖ toplam puanının yaş gruplarındaki dağılımına yönelik yapılan One-way Anova testi sonucunda $F(3) = 3,050$ ve p değeri = $,029 < \alpha=0,05$ olduğundan yaş grupları arasında istatistiksel anlamlı bir fark vardır. Yaş grupları arasındaki farkın incelenmesi adına yapılan Tukey post-hoc testi sonucunda 20-21 yaş grubu ($n=17,30$) ortalamasının +24 yaş grubu ($n=14,67$) ortalamasından daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. SMD toplam puanının yaş gruplarındaki dağılımına yönelik yapılan One-way Anova testi sonucunda $F(3) = 3,725$ ve p değeri = $,012 < \alpha=0,05$ olduğundan yaş grupları arasında istatistiksel anlamlı bir fark vardır. Yaş grupları arasındaki farkın incelenmesi adına yapılan Tukey post-hoc testi sonucunda 20-21 yaş grubu ($\bar{X}=20,59$) ortalamasının 18-19 yaş grubu ($\bar{X}=17,89$) ortalamasından daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. H_{3b} ve H_{4b} hipotezleri kabul edilmiştir.

Tablo 6. Yaş Değişkeni İçin SMİF Ölçeği ve Alt Boyutları ANOVA

Ölçek	Yaş	N	Or	S. Sapma	F	Df	p-değeri	I-J
SMİF	18-19 yaş	96	56,92	14,09	0,076	3	0,973	0

	20-21 yaş	128	56,35	14,39				
	22-23 yaş	58	55,81	14,28				
	+24 yaş	53	56,71	17,78				
İSM	18-19 yaş	96	19,01	5,84	1,074	3	0,360	0
	20-21 yaş	128	20,17	5,21				
	22-23 yaş	58	19,03	5,77				
	+24 yaş	53	19,16	5,49				
SMÇÖ	18-19 yaş	96	15,46	4,99	3,050	3	0,029	20-21 yaş > +24 yaş
	20-21 yaş	128	17,30	6,94				
	22-23 yaş	58	16,46	6,87				
	+24 yaş	53	14,67	4,18				
SMD	18-19 yaş	96	17,89	6,07	3,725	3	0,012	20-21 yaş > 18-19 yaş
	20-21 yaş	128	20,59	6,49				
	22-23 yaş	58	18,91	6,75				
	+24 yaş	53	18,71	4,86				

Gelir durumu değişkenleri için SMİF ölçeği ana boyutu ve alt boyutlarında ANOVA uygulanmıştır. Sonuçlar Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Gelir Durumu Değişkeni İçin SMİF Ölçeği ve Alt Boyutları ANOVA

Ölçek	Yaş	N	Or	S. Sapma	F	Df	p-değeri	I-J
SMİF	0-17.002 TL	192	56,20	14,80	0,512	3	0,674	0
	17.003-35.000 TL	70	57,80	16,23				
	35.001 – 52.000 TL	35	57,57	13,61				
	52.000 TL ve üzeri	38	54,42	13,36				
İSM	0-17.002 TL	192	19,78	5,53	2,773	3	0,042	0-17.002 TL > 52.001 TL ve üzeri
	17.003-35.000 TL	70	19,47	5,27				
	35.001 – 52.000 TL	35	20,40	6,73				
	52.000 TL ve üzeri	38	17,15	4,40				
SMÇÖ	0-17.002 TL	192	15,92	5,80	0,671	3	0,570	0
	17.003-35.000 TL	70	16,95	6,35				
	35.001 – 52.000 TL	35	16,82	6,41				
	52.000 TL ve üzeri	38	15,78	6,84				
SMD	0-17.002 TL	192	18,98	6,33	1,254	3	0,290	0
	17.003-35.000 TL	70	19,88	6,21				
	35.001 – 52.000 TL	35	20,51	6,43				
	52.000 TL ve üzeri	38	18,10	5,81				

SMİF toplam puanının gelir durumu gruplarındaki dağılımına yönelik One-way Anova testi sonucunda $F(3) = 0,512$ ve p değeri $= 0,674 > \alpha = 0,05$ olduğundan gelir durumu grupları arasında istatistiksel anlamlı bir fark yoktur. SMÇÖ toplam puanının gelir durumu gruplarındaki dağılımına yönelik One-way Anova testi sonucunda $F(3) = 0,671$ ve p değeri $= 0,570 > \alpha = 0,05$ olduğundan gelir durumu grupları arasında istatistiksel anlamlı bir fark yoktur. SMD toplam puanının gelir durumu gruplarındaki dağılımına yönelik One-way Anova testi sonucunda $F(3) = 1,254$ ve p değeri $= 0,290 > \alpha = 0,05$ olduğundan gelir durumu grupları arasında istatistiksel anlamlı bir fark yoktur. H_{1d} , H_{3d} ve H_{4d} reddedilmiştir.

İSM toplam puanının gelir durumu gruplarındaki dağılımına yönelik yapılan One-way Anova testi sonucunda $F(3) = 2,773$ ve p değeri $= 0,042 < \alpha = 0,05$ olduğundan gelir durumu grupları arasında istatistiksel anlamlı bir fark vardır. Gelir durumu grupları arasındaki farkın incelenmesi adına yapılan Tukey post-hoc testi sonucunda 0-17.002TL ($\bar{X} = 19,78$) ortalamasının 52.001TL ve üstü ($\bar{X} = 17,15$) ortalamasından daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. H_{2d} kabul edilmiştir.

Araştırma hipotezleri ile ilgili genel sonuçlar Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. Hipotezlerin Genel Sonuçları

Hipotezler	Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Gelir
H1: Sosyal medya ideolojik faaliyet (SMİF) puanları (a) cinsiyet, (b) yaş, (c) eğitim durumu ve (d) gelir durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kabul	Ret	Kabul	Ret
H2: İdeoloji ve sosyal medya (İSM) puanları (a) cinsiyet, (b) yaş, (c) eğitim durumu ve (d) gelir durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Ret	Ret	Ret	Kabul
H3: Sosyal medyada çevrim içi örgütlenme (SMÇÖ) puanları (a) cinsiyet, (b) yaş, (c) eğitim durumu ve (d) gelir durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kabul	Kabul	Ret	Ret
H4: Sosyal medyada direniş (SMD) puanları (a) cinsiyet, (b) yaş, (c) eğitim durumu ve (d) gelir durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Ret	Kabul	Kabul	Ret

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Çalışma, sosyal medya üzerindeki ideolojik faaliyetlerin ve çevrim içi örgütlenme biçimlerinin dijital habitus bağlamında nasıl şekillendiğini ve bu eylemlerde demografik değişkenlerin nasıl bir rol oynadığını incelemektedir. Bourdieu'nün habitus kavramı temel alınarak geliştirilen dijital habitus yaklaşımı, bireylerin çevrim içi ortamlardaki eylem biçimlerinin, sahip oldukları toplumsal konum ve kültürel sermaye ile şekillendiğini öne sürmektedir. Bu bağlamda, 335 katılımcıdan elde edilen veriler doğrultusunda yapılan analizler, sosyal medya üzerindeki ideolojik katılımın cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve gelir gibi demografik faktörlerden nasıl etkilendiğini ortaya koymuştur. Elde edilen bulgular, özellikle cinsiyetin belirleyici bir unsur olduğunu göstermektedir. Sonuçlara göre erkek katılımcılar, sosyal medyada ideolojik içerikler üretme, paylaşma ve çevrim içi örgütlenme faaliyetlerine kadın katılımcılara kıyasla daha yüksek oranda katılım göstermektedir. Bu durum, erkeklerin dijital habitusunun politik ve ideolojik etkileşimlere daha yatkın olduğuna işaret etmekte ve literatürde erkek kullanıcıların sosyal medya üzerinde politik içeriklerle daha fazla etkileşim kurduğunu öne süren bulgularla örtüşmektedir. Dolayısıyla dijital habitus, demografik özelliklerin çevrim içi ideolojik pratikleri nasıl etkilediğini anlamada işlevsel bir kuramsal araç sunmaktadır. Örneğin; Campbell ve Erzeel'in (2018) çalışmasında, cinsiyetin sağcı partilere olan destek üzerindeki rolü ve parti ile cinsiyet ideolojisinin etkileri incelenmiş ve erkeklerin kadınlara kıyasla sağcı partilere daha fazla destek gösterme eğiliminde olduğu saptanmıştır. Çalışmada, sağcı partilerin geleneksel değerleri savunması, erkeklerin bu partilere daha çok destek vermesinde etkili bir faktör olarak öne çıkmıştır. Kadınlar ise toplumsal eşitlik ve sosyal politikalar gibi konulara daha duyarlı olduklarından, sol partilere daha yakın durmaktadır (Campbell ve Erzeel, 2018). Özellikle erkek katılımcıların ideolojik faaliyetlerde daha aktif olması, cinsiyetin sosyal medya etkileşimlerinde belirleyici bir faktör olduğunu işaret etmektedir. Erkeklerin daha fazla ideolojik içerik paylaşması ve çevrim içi örgütlenme faaliyetlerine katılması, sosyal medyada daha görünür olduklarını ve görüşlerini ifade etmekte daha rahat olduklarını göstermektedir.

Eğitim düzeyi, bireylerin dijital habitusunun biçimlenmesinde önemli bir belirleyici olarak öne çıkmaktadır. Araştırma kapsamında yapılan analizler, lisans öğrencilerinin sosyal medya üzerindeki ideolojik faaliyetlere ve çevrim içi direniş pratiklerine daha yüksek oranda katılım gösterdiğini ortaya koymuştur. Bu bulgu, eğitim seviyesi arttıkça bireylerin dijital medya okuryazarlığı becerilerinin geliştiğini ve ideolojik içerikleri daha etkin bir biçimde analiz edebildiklerini göstermektedir. Dijital habitus bağlamında değerlendirildiğinde, lisans düzeyine sahip bireylerin çevrim içi ortamlarda eleştirel düşünme, sorgulama ve politik farkındalık gibi pratiklere daha fazla yöneldiği söylenebilir. Bu da dijital alanlardaki ideolojik ve politik etkileşimlerin yalnızca bireysel tercihlerle değil, aynı zamanda bireyin sahip olduğu kültürel sermaye ve toplumsal konumla da yakından ilişkili olduğunu göstermektedir. Reynolds ve Mayweather (2017) çalışmasında, lisans mezunlarının sosyal medyada ırkçılıkla ilgili deneyimlerini paylaşarak direniş ve karşıt anlatılar oluşturduğu bulunmuştur. Bu katılımcılar, sosyal medyayı “#hashtag aktivizmi” yoluyla toplumsal adalet çağrıları yapmak ve ırksal eşitsizliklere dikkat çekmek için etkili bir platform olarak kullanmaktadırlar. Çalışma, lisans mezunlarının eleştirel ırk teorisini benimseyerek sosyal medyada daha fazla toplumsal farkındalık yaratma ve direniş gösterme eğiliminde olduklarını ortaya koymaktadır. Eğitim düzeyinin ideolojik faaliyetlerde belirgin bir farklılık yaratması, lisans seviyesindeki bireylerin politik ve sosyal konularda daha bilinçli ve eleştirel bir bakış açısına sahip olduklarını göstermektedir. Eğitim düzeyinin ideolojik faaliyetlerde belirgin farklılıklar yarattığı birçok çalışma tarafından desteklenmektedir. Örneğin, Delli Carpini ve Keeter (1996), lisans ve üzeri eğitim almış bireylerin politik konularda daha yüksek bilgi düzeyine ve eleştirel düşünme becerilerine sahip olduğunu ortaya koymuştur. Benzer şekilde, Verba vd. (1995) da eğitim seviyesi arttıkça politik katılımın ve sosyal bilinç düzeyinin yükseldiğini belirtmiştir. Ancak bazı araştırmalar, eğitim düzeyinin etkisinin demografik ve sosyoekonomik diğer faktörlerle birlikte değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır (Norris, 2002). Dolayısıyla, eğitim düzeyinin artması, dijital medya okuryazarlığı yetilerinin gelişmesine katkı sağlamakta ve bireylerin daha karmaşık ideolojik içerikleri anlamalarını kolaylaştırmaktadır denilebilir.

Yaş gruplarına göre yapılan analizler, genç bireylerin çevrim içi örgütlenme ve direniş faaliyetlerine daha yüksek katılım gösterdiğini ortaya koymuştur. Bu durum, dijital habitus perspektifinden değerlendirildiğinde, gençlerin dijital medya platformlarını daha yoğun ve aktif bir şekilde kullanma eğiliminde olmalarıyla ilişkilidir. Dijital ortamda etkili bir şekilde var olabilen ve bu platformları politik amaçlarla kullanan gençler, çevrim içi aktivizmde ve ideolojik direnişlerde daha aktif roller üstlenmektedirler. Gençlerin çevrim içi ideolojik faaliyetlere katılımı, dijital medya okuryazarlığının ve çevrim içi toplumsal farkındalıklarının da gelişmiş olduğunu göstermektedir. Bu da dijital habitusun yaşa bağlı olarak nasıl farklılaştığını ve gençlerin dijital alanlarda politik ve ideolojik içeriklere daha fazla entegre olduklarını göstermektedir. Yıldız (2023), gençlerin siyasal katılımında sosyal medyanın oynadığı önemli rolü inceleyerek, özellikle üniversite öğrencilerinin dijital platformlar üzerinden daha fazla siyasal etkileşimde bulunduğunu göstermiştir. Dicle Üniversitesi öğrencileri örneğinde yapılan araştırmada, gençlerin siyasal düşüncelerini ifade etmek, toplumsal olaylara dair farkındalık yaratmak ve örgütlenmek için sosyal medyayı yoğun olarak kullandıkları saptanmıştır. Yaş değişkeninin çevrim içi örgütlenme ve direniş faaliyetlerinde gençler lehine anlamlı bir fark yaratması, dijital platformlarda genç kullanıcıların daha aktif, yaratıcı ve etkileşim odaklı olduğunu göstermektedir. Özellikle 20-21 yaş grubundaki bireylerin çevrim içi direniş hareketlerine diğer yaş gruplarına kıyasla daha yüksek düzeyde katılım göstermesi, gençlerin politik farkındalık düzeylerinin ve dijital okuryazarlık becerilerinin daha gelişmiş olduğunu göstermektedir (Loader vd., 2013). Genç bireyler sosyal medyayı yalnızca bir iletişim aracı olarak değil, aynı zamanda politik görüşlerini ifade etme, destek grupları oluşturma ve protesto çağrıları organize etme amacıyla da etkin biçimde kullanmaktadır (Boulianne, 2015). Sosyal medya aracılığıyla toplumsal değişim taleplerini görünür kılmaya ve dijital kolektif hareketlere yön vermeye yönelik yüksek motivasyon, genç kullanıcıların çevrim içi aktivizme olan bağlılığını yansıtmaktadır (Theocharis ve Van Deth, 2018). Politik katılımı dijital kimliğin bir parçası olarak gören gençler, çevrim içi aktivizmi yaşam pratiklerinin ayrılmaz bir boyutu hâline getirmektedir (Vromen vd., 2015).

Gelir düzeyi açısından yapılan analizler, düşük gelir gruplarının ideolojik içerikler ve sosyal medya etkileşimi açısından daha yüksek puanlar aldığına işaret etmektedir. Bu bulgu, ekonomik olarak dezavantajlı bireylerin sosyal medya platformlarını, seslerini duyurmak ve toplumsal destek aramak amacıyla daha yoğun kullandıklarını ortaya koymaktadır. Dijital habitus açısından bakıldığında, düşük gelirli bireylerin çevrim içi etkileşimlerinde, sosyal medya, sadece bir iletişim aracı değil, aynı zamanda toplumsal sorunlara dikkat çekme ve dayanışma sağlama açısından kritik bir alan olarak işlev görmektedir. Sosyal medya, geleneksel medya araçlarının görmezden geldiği ya da dışladığı toplumsal gruplar için alternatif bir ifade alanı oluşturarak, marjinalize edilmiş bireylerin seslerini duyurmasına imkan tanımaktadır. Özellikle düşük gelir gruplarına mensup bireylerin dijital platformlarda ideolojik içeriklere yüksek düzeyde katılım göstermesi, dijital habitusun yalnızca bireysel teknoloji kullanımı değil, aynı zamanda sınıfsal konumların, kültürel sermayenin ve yapısal eşitsizliklerin dijital mecralarda nasıl yeniden üretildiğini de gözler önüne sermektedir (Schradi, 2018; Fuchs, 2021). Sosyal medyada yürütülen çevrim içi etkileşimler, ifade özgürlüğü açısından bastırılan kesimlerin kolektif kimliklerini inşa edebilecekleri ve sosyal adalet mücadelesini görünür kılabilecekleri bir alan yaratmaktadır (Cammaerts, 2012; Couldry, 2010). Böylece dijital ortam, alt sınıfların kamusal alanda daha önce erişemedikleri anlatı ve temsiliyet imkânlarına kavuştuğu, karşı-hegemonik pratiklerin geliştirilebildiği bir sosyal mücadele zemini işlevi görmektedir (Bourdieu, 2018).

Sosyal medya, bireylerin geleneksel medya kanalları ve egemen toplumsal yapı tarafından dışlanan seslerini duyurabilecekleri alternatif bir meca sunmaktadır (Couldry, 2010). Düşük gelir grubundaki bireylerin dijital platformlarda ideolojik içeriklere yoğun katılım göstermesi, dijital habitusun bireysel teknoloji kullanımı sınırlarını aşarak toplumsal yapılar ve mevcut eşitsizlikler üzerinde etkili olduğunu göstermektedir (Fuchs, 2017; Schradi, 2018). Dijital ortam, alt sınıfların seslerini duyurdukları, kolektif kimlikler oluşturdıkları ve toplumsal mücadelelerini görünür kıldıkları bir direniş alanı olarak işlev görmektedir (Cammaerts, 2012). Dijital eşitsizliklerin devam ettiği ve bazı grupların erişim ile katılım konusunda dezavantajlı olduğu da göz önünde bulundurulmalıdır (Van Dijk, 2020). Dijital platformların sunduğu olanaklar, toplumsal yapıdaki hiyerarşik farklılıkları tamamen ortadan kaldırmasa da daha kapsayıcı ve eşitlikçi katılım için potansiyel yaratmaktadır. Dijital habitusun sosyal ve yapısal bağlamda değerlendirilmesi, çevrim içi mücadelelerin dinamiklerinin anlaşılması açısından kritik öneme sahiptir.

Araştırmanın teorik katkısı, sosyal medya ideolojik faaliyetlerinin demografik değişkenlerle nasıl şekillendiğini daha derinlemesine inceleyerek literatürdeki boşlukları doldurmasıdır. Özellikle cinsiyet, yaş, eğitim ve gelir gibi demografik değişkenlerin sosyal medya etkileşimleri üzerindeki etkileri hakkında daha kapsamlı bir anlayış sağlamaktadır. Çalışma, demografik özelliklerin sosyal medya üzerindeki ideolojik içerik oluşturma ve paylaşma süreçlerinde önemli bir rol oynadığını göstererek sosyal medya ve toplumsal hareketler arasındaki ilişkiye dair yeni bakış açıları sunmaktadır. Pratik açıdan ise araştırma, sosyal medya platformlarının toplumdaki farklı grupların ihtiyaçlarını ve beklentilerini daha iyi anlamalarına katkı sunmaktadır. Özellikle sosyal medya platformları, kullanıcıların ideolojik içeriklere nasıl tepki verdiklerini ve etkileşimde bulunduklarını göz önünde bulundurarak, kullanıcı deneyimlerini iyileştirebilir ve daha güvenli tartışma ortamları yaratabilir. Ayrıca, sosyal

medya üzerinde toplumsal farkındalık yaratmak isteyen sivil toplum kuruluşları ve aktivist gruplar, bu demografik farklılıkları göz önünde bulundurarak kampanyalarını daha etkili hale getirebilirler.

Araştırmanın bazı sınırlılıkları mevcuttur. Araştırma, yalnızca Akdeniz Üniversitesi önlisans ve lisans öğrencileriyle sınırlandırılmış olup, diğer kültürlerde sosyal medya ideolojik faaliyetlerinin nasıl farklılaştığını ele almamaktadır. Ayrıca, veri toplama yöntemi olarak anket kullanılması, katılımcıların öznel beyanlarına dayanması nedeniyle bazı kısıtlar yaratmaktadır. Anketlerin sosyal medya kullanımını tüm yönleriyle kapsayamaması ve bireylerin bu konuda farklı algılara sahip olabilmesi de diğer bir sınırlayıcı faktördür. Gelecek araştırmalar için daha geniş ve farklı kültürleri içeren örneklem gruplarıyla araştırma yapılması önerilmektedir. Böylelikle, sosyal medya üzerindeki ideolojik faaliyetlerin kültürel farklılıklar açısından nasıl değiştiği daha ayrıntılı bir şekilde incelenebilir. Ayrıca, nitel araştırma yöntemleri, katılımcıların sosyal medya üzerindeki ideolojik faaliyetlerde bulunma motivasyonlarını daha iyi anlamak için kullanılabilir. Örneğin, bireylerle yapılacak derinlemesine mülakatlar, sosyal medya ideolojik faaliyetlerinin arkasındaki psikolojik ve sosyolojik etmenleri daha iyi anlamaya katkı sağlayabilir.

EXTENDED SUMMARY

Introduction and Research Purpose

The study examines ideological activities on social media and their influence on online organization and resistance, considering demographic factors. Social media platforms have transformed into venues where individuals express and disseminate their ideological beliefs, engage in discussions, and organize collectively. With the widespread adoption of these platforms, ideologies are rapidly shared across demographics, potentially reshaping public opinion and mobilizing resistance movements. The research aims to analyze how demographic variables - such as gender, age, education, and income - affect participation in ideological activities, online organization, and resistance on social media. A sample of 335 participants was surveyed to gather insights into these variables, which were subsequently analyzed to identify patterns and differences across demographic groups. The objective of this study is to address gaps in the literature by investigating the distinct ways in which demographic characteristics shape individuals' online ideological engagement.

The study is organized around four hypotheses, each addressing a distinct aspect of social media engagement and its relationship with demographic factors. Hypothesis 1 (H1) proposes that scores for social media ideological activities vary significantly by gender, age, education level, and income. Hypothesis 2 (H2) suggests that ideology and social media engagement scores also differ across these demographic variables. Hypothesis 3 (H3) examines online organization on social media, hypothesizing that it will vary by gender, age, education, and income levels. Finally, Hypothesis 4 (H4) investigates resistance on social media, predicting that scores for resistance will demonstrate significant differences across gender, age, education, and income. These hypotheses provide a framework for exploring how specific demographic factors may influence ideological participation and resistance through social media.

Methodology

Data was collected through surveys employing three scales: "Ideology and social media", "online organization on social media", and "resistance on social media". These scales exhibited high reliability, as indicated by Cronbach's Alpha scores exceeding 0.90. A statistical analysis was conducted to identify patterns and relationships between demographic variables and social media engagement. The results revealed significant findings related to several hypotheses. For H1, scores for ideological activities on social media varied significantly by gender and education level, with men and individuals possessing higher education scoring higher. However, age and income did not have a significant impact on these scores. H2 indicated that scores for ideology and social media were only significantly different when income was taken into account; individuals in lower-income groups scored higher, while no significant differences were observed in other demographics. For H3, online organization scores varied significantly by gender and age, with males and younger individuals scoring higher, thereby supporting part of the hypothesis. Lastly, H4 revealed that resistance scores on social media were influenced by age and education level, with younger and more educated participants scoring higher. Collectively, these results suggest that demographic factors can influence levels of social media engagement, though the impact varies depending on the type of engagement (e.g., ideological activity, organization, or resistance).

Results and Conclusion

The study presents several avenues for future research. Firstly, expanding the sample size and including a diverse range of geographic regions could yield more generalized insights into social media ideological engagement. Additionally, future studies might consider incorporating qualitative methods, such as interviews or focus groups, to gain a deeper understanding of the motivations behind social media ideological activities and resistance. Another recommendation is to explore other demographic factors, such as occupation and political

affiliation, which may further influence levels of engagement. Lastly, investigating the role of specific social media platforms could provide insights into how different platforms facilitate or constrain ideological expression and organization. Research addressing these areas could enhance the understanding of how social media shapes contemporary ideological and resistance movements across diverse demographic segments.

KAYNAKÇA

- Ahmed, S., Madrid-Morales, D., & Tully, M. (2023). Social media, misinformation, and age inequality in online political engagement. *Journal of Information Technology & Politics*, 20(3), 269-285. <https://doi.org/10.1080/19331681.2022.2096743>
- Altuntaş, A. (2019). *Siyasal katılım sürecinde gençliğin rolü ve sosyal medya etkisi*. [Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi]. Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi.
- Anbarlı, A. (2022). Sosyal medya fenomenlerinin farklı sosyo-ekonomik düzeydeki tüketicilerin satın alma kararları üzerindeki etkisinin psikolojik faktörler aracılığıyla incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 502-526. <https://doi.org/10.47097/piar.1181837>
- Ankaralı, H. (2019). *AK partinin muhafazakar demokrat kimliği: Twitter örneği üzerinden 15 Temmuz 2016 kalkışması*. [Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi]. Karaman: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi.
- Bahammam, L. (2018). *Gendered discourses and discursive strategies employed in Twitter-hashtagged debates about Saudi-women's issues*. [Unpublished Doctoral Dissertation]. England: University of Reading.
- Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130-1132. <https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>
- Barış, Ö. (2023). Sosyal medyada ideolojik faaliyet ölçeğinin geliştirilme çalışması. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(2), 19-32. <https://doi.org/10.46442/intjcss.1397783>
- Barrett, M., & Pachi, D. (2019). Social and demographic factors linked to youth civic and political engagement. In: *Youth civic and political engagement*. Taylor & Francis.
- Bayram, P. (2021). Twitter'da Suriyeli mültecilerin temsili: Türkiye'deki politik gençlik üzerinden bir analiz. *Alanya Akademik Bakış*, 5(1), 301-323. <https://doi.org/10.29023/alanyaakademik.708509>
- Becker, J. C. (2020). Ideology and the promotion of social change. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 34, 6-11. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2019.10.005>
- Bennett, W. L. (2012). The personalization of politics: Political identity, social media, and changing patterns of participation. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 644(1), 20-39. <https://doi.org/10.1177/0002716212451428>
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739-768. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>
- Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*, 18(5), 524-538. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1008542>
- Boulianne, S., & Theocharis, Y. (2020). Young people, digital media, and engagement: A meta-analysis of research. *Social Science Computer Review*, 38(2), 111-127. <https://doi.org/10.1177/0894439318814190>
- Bourdieu, P. (2018). Distinction a social critique of the judgement of taste. In *Inequality* (pp. 287-318). Routledge.
- Brandtzaeg, P. B., Haugstveit, I. M., Lüders, M., & Følstad, A. (2016). How should organizations adapt to youth civic engagement in social media? A lead user approach. *Interacting with Computers*, 28(5), 664-679. <https://doi.org/10.1093/iwc/iwv041>
- Bright, J. (2018). Explaining the emergence of political fragmentation on social media: The role of ideology and extremism. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23(1), 17-33. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmx002>
- Buckingham, D. (2007). *Youth, identity, and digital media*. The MIT Press.
- Cammaerts, B. (2012). Protest logics and the mediation opportunity structure. *European Journal of Communication*, 27(2), 117-134. <https://doi.org/10.1177/0267323112441007>

- Campbell, R., & Erzeel, S. (2018). Exploring gender differences in support for rightist parties: The role of party and gender ideology. *Politics & Gender*, 14(1), 80-105. <https://doi.org/10.1017/S1743923X17000599>
- Candan, K., & Bilgin, M. (2011). Sivil itaatsizlik. *Yasama Dergisi*, 19, 57-94.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. Johan Wiley & Sons Inc.
- Couldry, N. (2010). *Why voice matters: Culture and politics after neoliberalism*. Sage Publications.
- Dahlberg-Grundberg, M. (2016). Technology as movement: On hybrid organizational types and the mutual constitution of movement identity and technological infrastructure in digital activism. *Convergence*, 22(5), 524-542. <https://doi.org/10.1177/1354856515577921>
- Delli Carpini, M. X. (2000). In search of the informed citizen: What Americans know about politics and why it matters. *The Communication Review*, 4(1), 129-164. <https://doi.org/10.1080/10714420009359466>
- Dinç, M. (2019). *Türkiye 'de yeni medya ve dijital aktivizm: #SendeAnlat örneği*. [Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi]. Kıbrıs: Doğu Akdeniz Üniversitesi.
- Etlioğlu, M. (2022). Blokzincir tabanlı sosyal medya pazarlama. *Alanya Akademik Bakış*, 6(2), 2117-2138. <https://doi.org/10.29023/alanyaakademik.1020234>
- Eyrek, A., & Çetin, B. (2021). Toplumsal hareketler bağlamında sosyal medya arşivlerinin toplumsal belleğin inşasındaki rolü. *Beykoz Akademi Dergisi*, 9(2), 173-191. <https://doi.org/10.14514/BYK.m.26515393.2021.9/2.173-191>
- Feezell, J. T. (2018). Agenda setting through social media: The importance of incidental news exposure and social filtering in the digital era. *Political Research Quarterly*, 71(2), 482-494. <https://doi.org/10.1177/1065912917744895>
- Fuchs, C. (2021). *Social media: A critical introduction*. Sage Publications.
- Ging, D., & Siapera, E. (2019). *Gender hate online: Understanding the new anti-feminism*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Guerrero-Sole, F., & Perales-Garcia, C. (2021). Bridging the gap: How gender influences Spanish politicians' activity on Twitter. *Journalism and Media*, 2(3), 469-483. <https://doi.org/10.3390/journalmedia2030028>
- Harvey, A. (2019). *Feminist media studies*. John Wiley & Sons.
- Helsper, E. J. (2012). A corresponding fields model for the links between social and digital exclusion. *Communication Theory*, 22(4), 403-426. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2012.01416.x>
- Iğnak, İ.N. (2022). *Yeni toplumsal hareketlerde sosyal medyanın önemi ve prekarya ilişkisi*. [Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi]. Karaman: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi.
- İli, B. (2023). Dijital siyaset aracı olarak "YouTube: Babala TV Mevzular Açık Mikrofon" programına yönelik bir araştırma. *Etkileşim*, 12, 484-505. <https://doi.org/10.32739/etkilesim.2023.6.12.230>
- Karataş, E. (2020). *LGBTİ+ bireylerin alternatif medya kanallarını ve sosyal medyayı kullanım biçimleri üzerine nicel bir araştırma*. [Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi]. İstanbul: Üsküdar Üniversitesi.
- Kızıllı, A. (2021). *Dördüncü dalga feminist yankı alanları: Dijital araç ve uygulamalar*. [Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi]. İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Kim, K. S., Sin, S. C. J., & Tsai, T. I. (2014). Individual differences in social media use for information seeking. *The Journal of Academic Librarianship*, 40(2), 171-178. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2014.03.001>
- Kobul, M. K. (2023). Socioeconomic status influences Turkish digital natives' internet use habitus. *Behaviour & Information Technology*, 42(5), 624-642. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2022.2034970>
- Kocaman-Karoğlu, A., & Atasoy, B. (2018). Sosyal medya kullanımı ile serbest zaman tatmini arasındaki ilişki. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(2), 826-839. <https://doi.org/10.17860/mersinefd.330525>
- Koçak, A. (2018). *Siyasi aktörlerin Twitter'ı siyasal iletişim bağlamında kullanımı: 24 Haziran cumhurbaşkanlığı hükümet sistemi seçimlerine yönelik içerik çözümlemesi*. [Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi]. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

- Leong, C., Faik, I., Tan, F. T., Tan, B., & Khoo, Y. H. (2020). Digital organizing of a global social movement: From connective to collective action. *Information and Organization*, 30(4), 100324. <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2020.100324>
- Literat, I., & Kligler-Vilenchik, N. (2019). Youth collective political expression on social media: The role of affordances and memetic dimensions for voicing political views. *New Media & Society*, 21(9), 1988-2009. <https://doi.org/10.1177/1461444819837571>
- Loader, B. D., Vromen, A., & Xenos, M. A. (2013). The networked young citizen: social media, political participation and civic engagement. *Information, Communication & Society*, 17(2), 143-150. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.871571>
- Mendes, K., Ringrose, J., & Keller, J. (2018). # MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism. *European Journal of Women's Studies*, 25(2), 236-246. <https://doi.org/10.1177/1350506818765318>
- Miller, R. A. (2017). My voice is definitely strongest in online communities: Students using social media for queer and disability identity-making. *Journal of College Student Development*, 58(4), 509-525. <https://doi.org/10.1353/csd.2017.0040>
- Norris, P. (2002). *Democratic phoenix: Reinventing political activism*. Cambridge University Press.
- Obar, J. A., Zube, P., & Lampe, C. (2012). Advocacy 2.0: An analysis of how advocacy groups in the United States perceive and use social media as tools for facilitating civic engagement and collective action. *Journal of Information Policy*, 2, 1-25. <https://doi.org/10.5325/jinfopoli.2.2012.0001>
- Ökmen, Y. E., & Çokluk, N. (2022). Yeni yayıncılık modeli olarak youtube'da dijital içerikler ve yenilenen izleme alışkanlıkları. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2), 721-737. <https://doi.org/10.11616/asbi.1097631>
- Ölçer, N. (2016). 1 Kasım 2015 genel seçimleri örneğinde siyasi parti liderlerinin Twitter kullanım pratikleri. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(2), 748-780. <https://doi.org/10.19145/gujofoc.40046>
- Özkan Davas, N. (2021). *Siyasal propaganda aracı olarak sosyal medyanın oy verme üzerindeki etkileri*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Aydın: Aydın Adnan Menderes Üniversitesi.
- Özkan, M. A. (2024). Atatürk Üniversitesi öğrencileri arasında sosyal medya kullanımının siyasi tutumlara etkisi: Y ve Z kuşakları üzerine bir analiz. *Veche*, 3(1), 12-23. <https://doi.org/10.62147/veche.1491581>
- Pala, S. (2024). *Haberde dijitalleşme: Haber üretimi ve tüketicisi bağlamında kuşaklar arası bir karşılaştırma*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Pallant, J. (2003). *SPSS survival manual: A step by step guide to data analysis using SPSS for windows (version 10 and 11)*. Philadelphia: Open University Press.
- Paulin, M., Ferguson, R. J., Schattke, K., & Jost, N. (2014). Millennials, social media, prosocial emotions, and charitable causes: The paradox of gender differences. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 26(4), 335-353. <https://doi.org/10.1080/10495142.2014.965069>
- Rasmussen, T. (2014). Internet and the political public sphere. *Sociology Compass*, 8(12), 1315-1329.
- Reynolds, R., & Mayweather, D. (2017). Recounting racism, resistance, and repression: Examining the experiences and #hashtag activism of college students with critical race theory and counternarratives. *The Journal of Negro Education*, 86(3), 283-304. <https://doi.org/10.7709/jnegroeducation.86.3.0283>
- Rosenmann, A., Reese, G., & Cameron, J.E. (2016). Social identities in a globalized world: Challenges and opportunities for collective action. *Perspectives on Psychological Science*, 11(2), 202-221. <https://doi.org/10.1177/1745691615621272>
- Sabuncuoğlu, A., & Gülay, G. (2014). Sosyal medyadaki yeni kanaat önderlerinin birer reklam aracı olarak kullanımı: Twitter fenomenleri üzerine bir araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2014(38), 1-23.
- Schradie, J. (2015). Political ideology, social media, and labor unions: Using the Internet to reach the powerful, not mobilize the powerless. *International Journal of Communication*, 9(2015), 1985-2006.

- Schradie, J. (2018). The digital activism gap: How class and costs shape online collective action. *Social Problems*, 65(1), 51-74. <https://doi.org/10.1093/socpro/spx042>
- Shirky, C. (2011). The political power of social media: Technology, the public sphere, and political change. *Foreign Affairs*, 90(1), 28-41.
- Sine, R. (2016). *Geleneksel medya ile alternatif medya haberlerinin analizi: Gezi Parkı olayları örneği*. [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Sommerfeldt, E. J., & Yang, A. (2017). Relationship networks as strategic issues management: An issue-stage framework of social movement organization network strategies. *Public Relations Review*, 43(4), 829-839. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.06.012>
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., & Ullman, J. B. (2013). *Using multivariate statistics*. Boston, MA: Pearson.
- Tanksley, T. (2024). Race, education and #BlackLivesMatter: How online transformational resistance shapes the offline experiences of Black college-age women. *Urban Education*, 59(7), 2179-2207. <https://doi.org/10.1177/00420859221092970>
- Tavşancıl, E. (2010). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Theocharis, Y., & Van Deth, J. W. (2018). The continuous expansion of citizen participation: A new taxonomy. *European Political Science Review*, 10(1), 139-163. <https://doi.org/10.1017/S1755773916000230>
- Thompson, K. M., Jaeger, P. T., Taylor, N. G., Subramaniam, M., & Bertot, J. C. (2014). *Digital literacy and digital inclusion: Information policy and the public library*. Rowman & Littlefield.
- Torun, N. K., & Torun, T. (2022). Metaverse ve din kavramlarının sosyal medya madenciliği yolu ile incelenmesi. *Alanya Akademik Bakış*, 6(2), 2511-2526. <https://doi.org/10.29023/alanyaakademik.1099247>
- Tsatsou, P. (2011). Digital divides revisited: what is new about divides and their research?. *Media, Culture & Society*, 33(2), 317-331. <https://doi.org/10.1177/0163443710393865>
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.
- Uzunoğlu, A. (2022). Yeni toplumsal hareketler ve dijital medya. *NOSYON: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*, 9, 81-95.
- Valenzuela, S. (2013). Unpacking the use of social media for protest behavior: The roles of information, opinion expression, and activism. *American Behavioral Scientist*, 57(7), 920-942. <https://doi.org/10.1177/0002764213479375>
- Van Deursen, A. J., & Van Dijk, J. A. (2019). The first-level digital divide shifts from inequalities in physical access to inequalities in material access. *New Media & Society*, 21(2), 354-375. <https://doi.org/10.1177/1461444818797082>
- Van Dijk, J. (2020). *The digital divide*. John Wiley & Sons.
- Vatandaş, S. (2018). Farklı ideolojik kimlikler açısından sosyal medyanın anlam ve önemi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 29, 414-434. <https://doi.org/10.31123/akil.454219>
- Verba, S., Scholzman, K. L., & Brady, H. E. (1995). *Voice and equality: Civic voluntarism in American politics*. Harvard University Press.
- Vromen, A., Loader, B. D., & Xenos, M. A. (2015). Young people, social media and connective action: From organizational maintenance to everyday political talk. *Journal of Youth Studies*, 18(1), 80-100. <https://doi.org/10.1080/13676261.2014.933198>
- Weismueller, J., Harrigan, P., Coussement, K., & Tessitore, T. (2022). What makes people share political content on social media? The role of emotion, authority and ideology. *Computers in Human Behavior*, 129, 107150. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107150>
- Yasseri, T., Margetts, H., John, P., & Hale, S. (2016). *Political turbulence: How social media shape collective action*. Princeton University Press.
- Yıldız, M. M. (2023). *Gençlik ve siyasal katılım: Dicle Üniversitesi örneği*. Özgür Yayın Dağıtım.