



düşbed

DİCLE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ
ISSN: 1308-6219 Ekim 2020 YIL-12 Sayı 25

Araştırma Makalesi / Research Article

Yayın Geliş Tarihi / Article Arrival Date

22. 04. 2020

Yayınlanma Tarihi / The Publication Date

19.10.2020

Prof. Dr. Rasime Ayhan YILMAZ 

Anadolu Üniversitesi
İletişim Fakültesi
rayilmaz@anadolu.edu.tr

Dr. İbrahim Halil YAŞAR 

Dicle Üniversitesi
İletişim Fakültesi
i.halilyasar@hotmail.com

SOSYAL MEDYA KULLANIMININ SİYASAL ETKİNLİK, İLĞİ VE KATILIM ÜZERİNE ETKİSİ*

Öz

Bireysel ve toplumsal iletişim biçimlerini derinden etkileyen sosyal medya, her türlü insan ilişki ve faaliyeti içerisinde kendine geniş bir alan açmayı başarmış görünmektedir. Sosyal medya platformları bilimsel anlamda birçok çalışmaya konu olmakta ve çeşitli disiplinlerce anlaşılmalı çalışılmaktadır. Bu anlamda sosyal medyayı merkeze alan çalışma alanlarından biri de siyasal iletişim çalışmalarıdır. İlgili literatür değerlendirildiğinde yapılan çalışmaların daha çok sosyal medyanın birey dışındaki siyasal aday, parti ve liderler bağlamında kullanımının ele alındığı ancak bireyin siyasal amaçlı sosyal medya kullanımının çok fazla irdelenmediği görülmektedir. Bu noktadan hareketle bu çalışma bireysel anlamda sosyal medyanın bir siyasal ifade alanı olarak kullanımını ele almaktadır. Bu amaçla çalışmada siyasal amaçlı sosyal medya kullanımının siyasal etkinlik ve siyasal ilgi tutumları ile siyasal katılım üzerindeki etkisi incelenmiştir. Sonuçlar siyasal amaçlı sosyal medya kullanımının, siyasal etkinlik, siyasal ilgi ve siyasal katılım düzeyleri üzerinde anlamlı etkileri olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, siyasal etkinlik, siyasal ilgi, siyasal katılım.

THE EFFECT OF USING SOCIAL MEDIA ON POLITICAL EFFICIENCY, PARTICIPATION AND INTEREST

Abstract

Social media, which deeply affects individual and social communication forms, seems to have managed to open a wide space for itself in all kinds of human relations and activities. Social media platforms have been the subject of many studies scientifically and scholars from various disciplines have tried to develop further understandings. In this sense, one of the fields of studies that focuses on social media is political communication studies. When the relevant literature is evaluated, it is seen that the use of social media in the context of political candidates, parties and leaders has been the focus of such studies, while the use of social media for individuals for political purposes has not been investigated extensively. From this point of view, this study deals with the use of social media as an area of political expression in an individual sense. In the study, the effect of the use of social media for political purposes on the political efficacy, attitudes of political interest and political participation were examined. The results showed that the use of social media for political purposes had significant effects on the levels of political efficacy, political interest and political participation.

Keywords: Social media, political efficacy, political interest, political participation.

* Bu çalışma Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde 2020 yılında tamamlanmış olan "sosyal medya kullanımının siyasal etkinlik, katılım ve ilgi üzerine etkisi: Siyasal kimlikler üzerine bir inceleme" başlıklı doktora tezinden türetilmiştir.

Giriş

Neuman (2018), internetin 1990'larda ilk kez ticari olarak kullanılmaya başlandığında çevrimiçi iletişim ve içeriğe ilişkin pek fazla sınırlamayla karşılaşmadığını, öyle ki bugün internet konusunda en sıkı denetimi uygulayan Çin'de dahi kullanıcılar ve içeriklerin pek fazla gözetlenip kontrole tabi tutulmadığını belirtmektedir. Ancak web'in gelişmesi ile çeşitli uygulamaların geniş çaplı iletişime ve etkileşime izin vermesiyle birlikte özellikle muhalif grupların internet tabanlı bu uygulamalardan yararlanmaya başlaması hükümetlerin bu konuda tedbirler alarak bütçe ve insan kaynağı ayırmalarına yol açmıştır (Neuman, 2018: 265-266). Bu bağlamda ele alındığında internetin ilk dönemlerinden itibaren kısa süre içerisinde çeşitli bireyler ve gruplar tarafından siyasi konularda kendilerini ifade etmek, bilgi paylaşmak ve örgütlenmek amacıyla kullanılan bir alan olmaya başladığını söylemek mümkündür.

Web2.0 tabanlı uygulamalara dayanan sosyal medya, interaktif yapısı ile diğer kitle iletişim araçlarından farklılaşırken, bu yönüyle kullanıcılarını diğerleriyle etkileşime geçmeye teşvik eden bir yapıya sahiptir (Bregman, 2014: 5). Gelişen mobil teknolojiler ve akıllı cihazlar sayesinde zaman ve mekân kısıtlaması olmadan ağa erişimin mümkün olması (Becerikli, 2012: 941), kullanıcıların metin bazlı veya işitsel ve görsel olarak kendi içeriklerini oluşturup paylaşabilmeleri (Göker, 2015: 403) ile kullanıcılardan elde edilen veriler ışığında kullanım kolaylığının artması ve düşük maliyet (Rees ve Hopkins, 2009:126) gibi özellikleri sosyal medyanın çekiciliğini ve buna bağlı olarak kullanımının yaygınlaşmasını etkileyen özellikler olarak öne çıkmaktadır.

Kullanıcı sayısı ve buna bağlı olarak etki gücü giderek artan sosyal medyanın siyasal alanla ilişkisi de aynı oranda artmakta ve gelişmektedir. Sosyal medya siyasal parti ve adaylar gibi aktörler açısından gerek kampanya dönemleri gerekse seçimler arasında kalan diğer süreler içerisinde kurumsal iletişimlerini sürdürmek amacıyla kullanılan bir araç olarak işlev görmektedir. Siyasal iletişim süreçlerinde geleneksel kitle iletişim araçları hali hazırda siyasal aktörler tarafından kullanılmaya devam edilirken sosyal medya başta olmak üzere genel anlamda dijital ortamların giderek daha yaygın şekilde kullanılmaya başlandığını belirtmek gerekir. Zira siyasal iletişim süreçlerinde mesajların hedef kitleye hangi yöntem ve teknikler kullanılarak iletileceğinin önemine dikkat çekilirken dijitalleşmenin ortaya çıkardığı yeni paradigma karşısında sosyal medya başta olmak üzere yeni iletişim teknolojilerinden yararlanılması gerektiğinin altı çizilmektedir (Aziz, 2013: 6).

Sosyal medya platformlarının aday ve parti bağlamında seçmene ulaşmanın pratik bir yolu olarak kullanılmasında bu ortamların etkileşime olanak sağlayan yapısı oldukça önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya parti ve adaylara seçmeni kendilerine oy vermeye ikna etmeye yönelik politika ve yaklaşımlarının ilgili kitlelere ulaşmasında bir araç olarak işlev görürken diğer taraftan seçmenlerin de bu politika ve yaklaşımlar karşısında olumlu veya olumsuz tepkilerini gösterebilecekleri bir imkân sunmaktadır. Zira sosyal medya, bireylerin gündemi takip edip buna ilişkin içerik üreterek ve paylaşımlarda bulunarak tepkilerini ortaya koyabildikleri bir alan sunar (Arklan, 2016:622). Bununla birlikte hem aday ve partiler hem de seçmen açısından siyasal tercihlerini ifade edebilecekleri, pekiştirebilecekleri, fikirlerini yayabilecekleri temel araçlardan biri haline gelmiştir (Bayraktutan vd., 2014: 60).

Günümüzde insanlar dünyanın hemen her yerinde meydana gelen küresel veya yerel olaylar ile güncel konuları geleneksel medya dışında bir alternatif olarak sosyal medyadan öğrenip takip edebilmektedir (Gürçan, 2012: 642). Sosyal medya kimi zaman geleneksel medyayı tamamlayıcı kimi zaman ise ona alternatif bir alan olarak işlev görmektedir. Bireyler geleneksel medyadan edindikleri ve çeşitli nedenlerle birtakım kısıtlamalarla verilen bilgileri kullanıcı durumundaki diğer kişi ve kaynaklardan teyit etmeye çalışırken öbür yandan daha detaylı ve sansüresiz bilgilere erişmek için sosyal medyaya başvurumaktadırlar. Bununla birlikte geleneksel medya içerisinde yaşanan monopolleşme ve güven kaybı sosyal medyayı aynı zamanda geleneksel medyanın bir alternatifi

olarak da ön plana çıkarmaktadır. Zira her ne kadar internet evreni ve buna bağlı uygulamalar geleneksel medya araçları ile benzer şekilde “büyük şirket toplulukları etrafında inşa edilmiş ve hükümetlerce düzenleniyor” olsa da kullanıcılar bu iletişim altyapısının sahipleri ve yasal düzenleyiciler karşısında hatırı sayılır bir özerkliğe sahiptir (Castells, 2016: 2).

Facebook, Twitter, Youtube vb. platformlar bireylere siyasal aktörlerle aracısız iletişim kurma ve etkileşime girme imkânı sunarken bu mecralar aday ve partiler tarafından özellikle seçmen veya yaş itibarıyla potansiyel seçmen statüsünde olan gençlere ulaşmak amacıyla kullanılan birer kanal vazifesi görmektedir (Bozkurt, 2010: 51-52). Bu anlamda sosyal medyanın, genelde seçmenlerin daha özeldir ise gençlerin siyasal hayata yönelik ilgilerinin ve katılımlarının artmasında önemli bir rol oynadığı, “genç seçmenler ile siyasal hayat arasında katalizör görevi üstlendiği” ifade edilmektedir (Balcı ve Sarıtaş, 2014: 514-515).

Sosyal medya bireylerin ilgi alanlarına göre hemen her konuda fikirlerini açıkladıkları bilgi edindikleri ve ilgili gündemi takip ettikleri bir alan olarak işlev görmektedir. Dolayısıyla bireyler çeşitli amaç ve motivasyonlar çerçevesinde sosyal medya platformlarını kullanmakta ve yararlanmaktadır demek mümkündür. Bireylerin siyasal alana yönelik sosyal medya kullanım amaç ve motivasyonları kısaca siyasal gelişim ve etkileşim; siyasal duyurum ve son olarak siyasal gündem takibi olarak ifade edilebilir (Arklan, 2016: 635-638).

Bu yeni iletişim aracı ve buna bağlı olarak gelişen yeni iletişim biçimi siyaseti sınırlı sayıda bir seçkinler grubunun tekelinden çıkararak sosyal ve politik meselelerle kafa yoran, siyasal sistemi ve karar verme süreçlerini etkilemeyi düşünen herkesin iştigal edebileceği bir alan haline getirmektedir (Köseoğlu ve Al, 2013: 116-117). Bir anlamda sosyal medyanın kullanıcılarına kendilerini politik anlamda ifade etmeleriyle ilgili sunduğu imkanlara dikkat çekilirken bu alanda ideoloji psikolojisiyle teknoloji tesiri ve etkileşiminin siyasal amaçla kullanıma uygun bir alan olduğu belirtilmektedir (Neuman, 2018: 269).

Bazı açılardan manipülasyona açık olmasına rağmen sosyal medyanın kitleleri örgütleyebilme gücünün karar vericiler üzerinde bir baskı aracı olarak kullanıldığını söylemek yanlış olmayacaktır. Zira sosyal medya bireyleri sadece dijital platformlar üzerinden örgütlenme düzeyinde değil aynı zamanda gerçek hayatta harekete geçirebilme potansiyelini de taşımaktadır. Buna ilişkin olarak dijital aktivizm kavramının terminolojide yer bulmasını sağlayan Arap Baharı, ABD’de yaşanan ‘Wall Street’i işgal et’ (Occupy Wall Street) eylemleri, Türkiye’de yaşanan Taksim Gezi Parkı Olayları ile son olarak Fransa’da ortaya çıkıp Avrupa’nın farklı ülkelerinde etkileri görülen ‘Sarı Yelekliler’ örnek olarak gösterilebilir. Burada temas edilen ve edilmeyen birçok örneğin temel benzerliği sosyal medyanın bu süreçte oynamış olduğu merkezi roldür. Tüm bu ve benzer olaylarda yeni bir örgütlenme ve harekete geçme modeli olan ve ‘dijital aktivizm’ olarak ifade edilen, kısaca dijital alanda başlayan tepkisel örgütlenmelerin reel hayata yani sokağa yansıma biçimlerinin bir ifadesinin söz konusu olmasıdır.

1. Siyasal Etkinlik, İlgisi ve Katılım İlişkisi

Siyasal alana ilişkin çalışmalar değerlendirildiğinde genel olarak, siyasal yaşam içerisinde bireysel deneyim ve değerlendirmelerin katılımcı davranışlar üzerinde nasıl bir rol oynadığının incelendiği görülmektedir. Bireyin siyasal süreçlere katılıp katılmama konusundaki tutumunu ise öncelikle, siyasal ilgisi ile demokratik sistem içerisinde sorunları çözme becerisine olan güven duygusunu geliştirip geliştiremeyeceği belirlemektedir (Mill, 1991).

Davranışlar, herhangi bir özel hedef için gerekli olan istekleri, kararları ve çabayı etkileyen genel bir öz-yeterlilik *self-efficacy* duygusuyla belirlenmektedir (Bandura, 1991). Siyasal etkinlik duygusu arttıkça bireyin, siyasal ilgi, siyaseti anlama, yöneticilerle iletişime geçme çabası ile oy kullanma ve toplantılara katılma gibi siyasal katılmaya yönelik davranışlarında da artış olduğu belirtilmektedir (Bennet, 1997; Gastil ve Dillard, 1999; McLeod vd., 1999).

Siyasal ilgi ve etkinlik duygusu yüksek olanların siyasal katılımlarının da yüksek olması mevcut sistemi destekleme konusundaki sonuçları destekler nitelikte bir kanıt olarak kabul edilebilir. Zira, bireyin siyasal sistem içerisinde olup bitenlere dair ilgisi ve sistem karşısında kendini güçlü

hissetmesi ve siyasi süreçlere katılımı demokrasilerde önemli kabul edilmekte, bunun yanında bireyin güçsüzlük duygusundan kaynaklı olarak siyasi süreçlere ilgisiz kalarak katılmak istememesi ise katılımcı demokrasi açısından kaygı verici bir durum olarak değerlendirilmektedir (Dahl 1970: 102). Benzer şekilde Converse, siyasi süreçlere ilgisizlik ve seçimlere katılımın düşmesini, siyasi etkinlik duygusunun azalması şeklinde yorumlamaktadır (Converse, 1972: 334-336).

Siyasal süreçlere katılım ve ilgi düzeyinin artması için birey, sistemin kendi ihtiyaç ve taleplerine karşı duyarlı olduğuna inanmalı ve hissetmelidir. Zira sistemin kendisi gibi insanlara karşı duyarlı olduğunu düşünen bireylerin, devlet yetkililerini harekete geçmeye teşvik etme becerisine sahip olduklarına inanma olasılıkları da daha yüksektir (Coleman ve Davis, 1976: 190-193).

Bir siyasi eylemin ortaya çıkabilmesi için üç koşulun söz konusu olması gerektiğinin altı çizilmektedir (Kalaycıoğlu, 2013). Bunlardan ilki olay ve olguları değerlendirme ve yorumlama becerisi olarak (logical inference) ifade edilen bilişsel bilgi; ikincisi bireyin siyasi olayları izleme konusundaki alışkanlıkları ve siyasete olan ilgisi ile kendini siyasi kararlar üzerinde ne derece etkili gördüğünün ifadesi olan siyasi etkinlik duygusundan oluşan siyasi ve psikolojik kaynaklar; son olarak ise bireyin sahip olduğu sosyal ağ bir başka deyişle tanıdığı ve bağlantıda olduğu kişi sayısı ve bu ilişkilerin mahiyeti olarak ifade edilmektedir; birey sahip olduğu bu ilişkileri kullanarak çevresini hareketlendirebilecek, yalnız ve güçsüz olmadığını hissedecektir (Kalaycıoğlu, 2013: 149-151). Burada üzerinde durulan nokta insanların siyasi süreçlere yaklaşımları ve katılma nedenlerinin sorgulanmasıdır. Bu bağlamda, siyasi ve sosyal olayların neden sonuç ilişkisi çerçevesinde birbirini etkilediği dolayısıyla, kişilerin kendileri, çevreleri veya örgütlerine çıkar sağlamak, mevcut durumlarını sağlamlaştırmak ve mümkünse daha da ileri bir noktaya taşımak amacıyla siyasi katılım gösterdikleri belirtilmektedir (Öztekin, 2001).

Kişilerin siyasete ve siyasi olaylara olan ilgileri bir başka katılma nedeni olarak değerlendirirken, kişilerin bu sayede başka insanlarla iletişim kurduğunu dolayısıyla yeni insanlarla tanışıp, yeni çevreler edindiği; siyasi olayları ve kurumları tartışıp yorumladığı belirtilmektedir (Öztekin, 2001: 231-232). Benzer şekilde siyasi katılma nedenlerinin iktisadi, tarihi, coğrafi, siyasi, kültürel ve sosyal bağlamdan ayrı düşünülmemeyeceğini ve tüm bu unsurların siyasi katılıma etki ettiği de belirtilmektedir (Çam, 1995: 180-181).

Özetle bireyi, siyasi katılımı da içerecek şekilde siyasi eyleme yönlendiren unsurların siyasi ilgi, etkinlik duygusu ve bireyin sahip olduğu sosyal ağ olduğunun altı çizilmekte; ayrıca bilişsel bilginin bu aşmadaki önemine dikkat çekilmektedir. Birey-siyaset ilişkisi düşünüldüğünde bireyin siyasi süreçlere ve karar alıcılara etki edebileceği hissini siyasete olan ilgisini artıracığı bunun da siyasi konularda bilgi arayışına yol açacağını belirtmek gerekmektedir.

Demokrasilerde, bireyin siyasete aktif bir şekilde katılması beklenmektedir. Siyasete aktif katılım sistemin meşruluğunu güçlendiren bir unsur olmakla birlikte toplumun kolektif bakış açısının siyasi süreçlere yansımaları açısından da önemlidir. Bu bağlamda, birey-siyaset ilişkisini etkileyen ve her biri başlı başına birer inceleme alanı teşkil eden birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörlerin en önemli kabul edilenlerinden bir tanesi birey-siyaset ilişkisinin psikolojik boyutunda yer alan siyasi etkinlik duygusudur (Kalaycıoğlu 1983). Psikolojik bir tutum olan siyasi etkinlik, başta siyasi katılım olmak üzere siyasi davranışlara yön veren önemli bir unsur olarak kabul edilirken, birey-siyaset ilişkisi bağlamında üzerinde önemle durulması gereken başat bir faktör olarak değerlendirilmektedir (Kapani, 2008: 133).

Etkinlik duygusu bireyin siyasi ve toplumsal anlamda faal olmasını önemli ölçüde etkileyen bir faktördür. Zira çevresinde olup biten meselelerle ilgili diğer bireyleri ve siyasi sistemi etkileyebildiğini düşünen insanlar siyasi ve toplumsal konularla daha ilgili ve faaliyetlere katılma konusunda daha aktif davranmaktadır (Turan, 1986: 87). Bir başka ifade ile siyasi etkinlik düzeyi arttıkça bireyin siyasi süreçlere katılımı ve ilgi gösterme olasılığı artarken tersi durumda yani etkinlik düzeyi azaldıkça siyasi ilgi ve katılım düzeyinin de azalacağı savunulmaktadır (Çukurçayır, 2002: 42).

Siyasal etkinliği bireyin içinde yaşadığı siyasal sistem ve aktörlerine etki etmek suretiyle kendi yararına kullanabileceği inancı olarak tanımlayan Kalaycıoğlu, yaptığı eylem neticesinde bir sonuç elde edemeyeceğini, hatta yaptırımlara maruz kalabileceğini düşünün bireylerin eyleme geçmesinin oldukça zor olduğunu belirtmektedir (Kalaycıoğlu, 1983: 38-40). Bu bağlamda siyasal etkinliğin varlığı bireyin, gerçekleştirilmeyi düşündüğü eylemin karşılık bulup bulamayacağına, bir başka ifade ile bir etki yaratıp yaratmayacağına bağlı olarak değişmektedir demek mümkündür. Siyasal etkinlik düzeyinin düşmesine neden olan bu tür kaygıların, bireyin siyasal süreçler karşısında kendini etkisiz ve güçsüz hissetmesine yol açarak nihayetinde, siyasi kurum ve süreçlerden uzaklaşmasına yol açabileceği savunulabilir. Bu durum ise siyasete ilgiyi ve katılımı düşürmek suretiyle hükümet ile yönetilenler arasındaki mesafenin açılmasına neden olacaktır ki böyle bir tablo demokrasilerde istenmeyen bir durum olarak kabul edilmektedir (Yücekök, 1987: 22-23).

Siyasal iletişim çalışmaları açısından ele alındığında üzerinde durulan önemli kavramlardan biri olan “siyasal etkinlik”, ilk olarak Campell ve arkadaşlarının (1954) *The Voter Decides* isimli eserlerinde ele alınmıştır. Yazarlar siyasal etkinliği: “*bireysel siyasal eylemin siyasal süreç üzerinde bir etkisi olduğu veya olabileceği; bireyin vatandaşlık görevlerini yerine getirmenin zaman ayırmaya değer olduğu inancı*”; bir başka ifade ile “*siyasi ve sosyal değişimin mümkün olduğu ve kişinin, bireysel olarak bu değişimi gerçekleştirmede rol oynayabileceği duygusu*” (Campell, vd., 1954: 187) olarak ifade etmiş ve tanımlanmışlardır.

Siyasal etkinlik duygusu ilk olarak seçimlere katılımdaki değişimi açıklamaya yardımcı olmak için geliştirilmiştir. Araştırmacılar, ekinlik ölçütleri ile siyasal katılım ve siyasal ilgi arasında pozitif bir ilişki olduğunu tahmin etmişler ve yaptıkları çalışmayla bunu doğrulamışlardır (Campbell ve ark. 1954: 191-194). Sonrasında yapılan bir takım araştırma siyasal etkinlik ile siyasal ilgi ve katılım arasındaki bu pozitif ilişkiyi destekler nitelikte kanıtlar sunmuştur (Campbell vd., 1960; Dahl, 1961; Finifter, 1970). Yapılan çalışmalardan elde edilen sonuçlar neticesinde, düşük düzeyde siyasal etkinlik duygusu, siyasal olarak ilgisizlik tutumunun bir parçası olarak görülürken (Campbell vd., 1960: 101- 107; Verba ve Nie, 1972: 132-133), yüksek düzeyde bir siyasi etkinlik duygusu ise siyasi katılım için ön koşul olarak kabul edilmiştir (Pranger, 1968).

Etkinlik duygusu daha yüksek olanların katılımlarının da yüksek olması mevcut sistemi destekleme konusunda kanıtlar sunmaktadır. Zira vatandaşların, sıradan kanallarla seçilen adaylara oy vererek bu kanalları meşrulaştırdıkları savunulmaktadır (Easton, 1965: 159-160; Balch, 1974: 2).

Vatandaşlar arasında *siyasal etkinlik* duygusunun yüksek düzeyde olması, demokrasinin istikrarı açısından arzu edilen bir durum olarak kabul edilirken, “*modern demokratik toplumlarda vatandaşların, hükümetin eylemlerini etkileyebilmek için bir güçleri olduğunu hissetmeleri gerekliliğinin*” (Schulz, 2005: 4) altı çizilmektedir. Yapılan çalışmalar, bireysel olarak ya da başkalarıyla uyumlu bir şekilde siyasi değişim sağlayabileceğini düşünün bireylerin politikada aktif olarak yer alma ihtimalinin daha yüksek olduğunu göstermektedir (Campbell vd., 1954: 194; Milbraght, 1965: 59).

2. Metodoloji

Bu başlık ve alt başlıklar altında çalışmanın yöntem kısmına yer verilmiştir. Bu bağlamda çalışmanın safhaları teknik boyutuyla ele alınarak alt başlıklar halinde kısaca ele alınarak açıklanmıştır.

2. 1. Kapsam ve Amaç

Sosyal medya platformlarının gündem oluşturma, toplumsal hareketler ve örgütlenme açısından oynadığı önemli roller düşünüldeğinde bu platformların bireyler tarafından siyasal ifade amaçlı kullanılmalarının daha iyi anlaşılması önemli görünmektedir. Özetle, çalışmanın ana temasını, *siyasal amaçlı sosyal medya kullanımı ile siyasal etkinlik tutumu, katılım ve siyasal ilgi* arasındaki ilişki oluşturmaktadır. Bu çerçeveden hareketle araştırma kapsamında sosyal medya kullanımının bahse konu tutum ve davranışlar üzerindeki etkileri sahadan elde edilen veriler ışığında ele alınmış ve incelenmiştir. Dolayısıyla araştırma sunulan değişkenler arasındaki ilişki ve olası etkileri ortaya koymayı amaçlamaktadır.

2. 2. Araştırma Modeli

Bu çalışmada nicel araştırma yönteminin bir alt modeli olan tarama araştırması modeli kullanılmıştır. Tarama araştırması modeli, araştırmacıların bütün bir popülasyona ya da o popülasyondan alınan bir örnekleme ilişkin tutumların, görüşlerin, davranışların ya da özelliklerin tanımlanması için tarama yaparak veri topladıkları bir nicel araştırma modelidir (Creswell, 2012: 376).

Yine çalışmada, tarama araştırması modellerinden biri olan kesitler arası/kesitsel tarama araştırması (*cross-sectional survey research*) kullanılmıştır. Kesitler arası/kesitsel tarama araştırmasında araştırmacılar verileri zamanın bir noktasından toplarlar. Dolayısıyla bu desen mevcut tutumları ya da uygulamaları ölçme avantajına sahiptir. Bu bakımdan kesitler arası/kesitsel bir araştırma, bütün bir popülasyondaki veya popülasyona ait bir örneklem üzerindeki mevcut tutumları, inançları, görüşleri ya da uygulamaları inceler (Creswell, 2012: 377).

2. 3. Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini Türkiye’de sosyal medya kullanıcısı olan ve yasal olarak oy verme yetkisine sahip 18 yaş ve üstündeki kişiler oluşturmaktadır. “Wearesocial” ve “Hootsuite” iş birliğinde oluşturulan “Digital 2019 Turkey”[†] raporunda 2019 Ocak ayı itibarıyla yaklaşık 82,440,000 olan Türkiye nüfusunun yaklaşık 59,360,000’u internet kullanıcısıdır. Bu nüfus içerisinde aktif olarak sosyal medya kullanan kişi sayısı ise yaklaşık 52,000,000’dur. TÜİK 2018 nüfus istatistiklerine bakıldığında ise 18 yaş ve üstü nüfusu oluşturan kişi sayısı yaklaşık 58,821,000’dur[‡]. Bununla birlikte, Yüksek Seçim Kurulu’nun 2018 yılında gerçekleşen 27. dönem milletvekili genel seçimlerindeki istatistiklerine göre 18 yaş ve üstü seçmen sayısı toplamda 56,322,632’dir[§]. Ancak böyle bir evren içerisindeki herkese ulaşmak uygulamada mümkün olmadığından dolayı örneklem seçimine gidilmiştir.

Araştırmada örnekleme yöntemi olarak olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kolayda örnekleme yönteminde örnekleme seçilecek kişilerden sadece ulaşılabilir olanların örnekleme dahil olması durumu söz konusudur (Gegez, 2010: 217). Evren ve örneklem büyüklüğü belirlenirken %5’lik bir belirlilik düzeyinde çalışılmıştır. Bu örneklem karakteristiklerinin evren karakteristiklerinden %5’ten fazla değişme göstermeyeceği anlamına gelmektedir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 50).

2. 4. Kullanılan Analizler ve Testler

Verilerin analizinde SPSS Statistics 25.0 ve SPSS AMOS 24.0 programlarından faydalanılmıştır. *Google Anketler* platformundan dijital ortama işlenmiş bir şekilde *Microsoft Excel* formatında alınan veriler, yapılan ön inceleme neticesinde *SPSS Statistics* programına aktarılmıştır. Daha sonra öncü analizler yapılmış ve veri setinde uygunsuz – eksik cevaplara yönelik temizleme işlemi gerçekleştirilmiştir. Tek değişkenli ve çok değişkenli normallik sayıltılarının da kontrol edilmesinden sonra hem *SPSS Statistics 25.0* hem de *SPSS AMOS 24.0* programları aracılığıyla güvenilirlik ve geçerlilik analizleri bağlamında açımlayıcı faktör analizi, doğrulayıcı faktör analizi ve güvenilirlik analizi yapılmıştır.

Verinin ve ölçeklerin güvenilir ve geçerli oldukları tespit edildikten sonra frekans analizleri ve korelasyon analizleri gerçekleştirilerek hem ölçeklere ilişkin betimsel istatistiklere bakılmış hem de yapılacak diğer testler için gerekli sayıltıların kontrolü yapılmıştır.

[†] <https://datareportal.com/reports/digital-2019-turkey> Erişim tarihi: 06.08.2019

[‡] http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=1632 Erişim Tarihi: 06.08.2019

[§] <http://www.ysk.gov.tr/tr/2018-cumhurbaskani-ve-milletvekili-secim-i-%CC%87statistikleri/78032> (Erişim Tarihi: 06.08.2019)

2. 5. Öncül Analizler

Araştırma kapsamında toplamda 823 kişiden veri toplanmıştır. Toplanan veriye yapılan ön kontrol neticesinde 9 kişiye ait verinin hatalı bir şekilde doldurulduğu görülmüş ve bu verilerin analizden çıkartılmasına karar verilmiştir. Kalan 814 veri ile normallik sayıltısının kontrolü aşamasına geçilmiştir. Katılımcılara dair özet bilgiler Tablo 1’de paylaşılmıştır.

Tablo 1. Katılımcılara Yönelik Özet Bilgiler

Yaş		Cinsiyet		Toplam
		Erkek	Kadın	
18-22 yaş arası	n	44	114	158
	%	5.3	13.9	19.2
23-27 yaş arası	n	101	116	217
	%	12.3	14.1	26.4
28-32 yaş arası	n	110	51	161
	%	13.4	6.2	19.6
33-37 yaş arası	n	88	34	122
	%	10.7	4.1	14.8
38-42 yaş arası	n	58	26	84
	%	7.0	3.2	10.2
43 yaş ve üstü	n	59	22	81
	%	7.2	2.7	9.8
Toplam	n	460	363	823
	%	55.9	44.1	100.0

Tablo 1’de görüldüğü üzere ulaşılan 823 kişinin %55,9’u erkek, %44,1’i kadındır. Ayrıca katılımcıların 23-26 yaş grubundaki katılımcı sayısı (%26,4) en fazla iken en az yaş grubu 43 yaş ve üstü (%9,8) olanlardır.

Yapılan karşılaştırmalar neticesinde toplamda 53 verinin çok değişkenli normallik için etkili gözlem olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla bu gözlemlerin veri setinden çıkartılmalarına karar verilmiştir (Arifin 2015: 74). Kalan 761 gözlem ile veri setinin, kullanılacak testler için hem tek değişkenli normalliği hem de çok değişkenli normalliği sağladığı söylenebilir.

Ayrıca araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliklerini ve geçerliliklerini sağlamak amacıyla sırasıyla açılımlayıcı faktör analizi (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır. Bu uygulama prosedürü ise Fabrigar vd.’nin (1999: 272-299) önerdiği yöntem aracılığıyla yapılmıştır. AFA ve DFA sonucunda son haline getirilen ölçeklere Cronbach’s Alpha güvenilirlik analizleri

yapılmış ve ölçeklerin istatistiksel olarak güvenilir olduğu dolayısıyla bu çalışma kapsamında kullanılabilmesi anlaşılmıştır.

Sonrasında araştırma kapsamında kullanılan değişkenlerin birbirleriyle ilişkilerini görebilmek amacıyla Pearson Korelasyon Analizi uygulanmıştır. Yapılan analize yönelik sonuçlar Tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 2. Araştırma Kapsamında Kullanılan Değişkenler Arasındaki İlişkiler

Değişkenler	1	2	3	4
1 - Siyasal Amaçlı Sosyal Medya Kullanımı	-	0,38**	0,39**	0,72**
2 - Siyasal Etkinlik		-	0,51**	0,48**
3 - Siyasal İlgi			-	0,45**
4 - Siyasal Katılım				-

Bulgulara bakıldığında, siyasal amaçlı sosyal medya kullanımı ile siyasal etkinlik arasında anlamlı, pozitif ve orta düzeyde bir ilişki ($r: 0,38; p<0,01$), siyasal ilgi arasında anlamlı, pozitif ve orta düzeyde bir ilişki ($r: 0,39; p<0,01$) ve siyasal katılım arasında anlamlı, pozitif ve yüksek düzeyde bir ilişki ($r: 0,72; p<0,01$) olduğu görülmektedir. Özetle korelasyon analizi sonuçları ilgili değişkenler arasında analiz edilmeye değer bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak, yapılan analizler ve değerlendirilmeler sonucu araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilir, geçerli ve birbirleriyle orta ile yüksek düzeyde ilişkileri olan ölçekler olduğu görülmüş; yine araştırmanın değişkenleri arasında istatistiksel açıdan analiz edilmeye değer bir ilişki olduğu anlaşılmıştır.

3. Verilerin Analizi ve Bulgular

Bu başlık ve takip eden alt başlıklarda saha çalışmasından elde edilmiş olan verilerin analiz edilmesi sonucunda ortaya çıkan bulgular serimlenmiş ve raporlaştırılarak sunulmuştur.

3. 1. Siyasal Amaçlı Sosyal Medya Kullanımının Siyasal Etkinlik Üzerindeki Etkisi

Siyasal ifade amaçlı sosyal medya kullanımının siyasal etkinlik üzerinde bir etkisinin olup olmadığını test edebilmek için basit regresyon analizi uygulanmıştır. Analiz uygulanmadan önce basit regresyon analizine ilişkin sayıltılar kontrol edilmiştir. Bulgulardan hareketle söz konusu değişkenlerin basit regresyon analizini yapmak için gerekli sayıltıları karşıladığı görülmüştür (Field, 2009: 247-250). Yapılan basit regresyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 3’te gösterilmiştir.

Tablo 3. Siyasal İfade Amaçlı Sosyal Medya Kullanımının Siyasal Etkinlik Üzerindeki Etkisi

Değişken	B	SE B	β	t	P
Siyasal ifade amaçlı sosyal medya kullanımı	0,441	0,039	0,382	11,387	<0,001
Sabit	2,059	0,089	-	23,162	<0,001

$R^2 = 0,146; \Delta R^2 = 0,145; p<0,001$; Bağımlı Değişken: **Siyasal Etkinlik**.

Regresyon modeli, siyasal etkinlik değişkenini anlamlı bir şekilde etkilemektedir $F(1, 759) = 129,663, p<0,001$. Düzeltilmiş R^2 değeri, bu modelin siyasal etkinlik değişkenini %14 oranında açıkladığını göstermektedir.

3. 2. Siyasal Amaçlı Sosyal Medya Kullanımının Siyasal İlgi Üzerindeki Etkisi

Siyasal amaçlı sosyal medya kullanımının siyasal ilgi üzerinde bir etkisinin olup olmadığını test edebilmek için basit regresyon analizi uygulanmıştır. Analiz uygulanmadan önce basit regresyon analizine ilişkin sayıtlar kontrol edilmiştir. Bu bulgulardan hareketle söz konusu değişkenlerin basit regresyon analizini yapmak için gerekli sayıtları karşıladığı görülmüştür (Field, 2009: 247-250). Yapılan basit regresyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4. Siyasal İfade Amaçlı Sosyal Medya Kullanımının Siyasal İlgi Üzerindeki Etkisi

Değişken	B	SE B	β	t	P
Siyasal amaçlı sosyal medya kullanımı	0,512	0,044	0,390	11,661	<0,001
Sabit	2,036	0,101	-	20,214	<0,001

$R^2 = 0,152$; $\Delta R^2 = 0,151$; $p < 0,001$; Bağımlı Değişken: **Siyasal İlgi**.

Regresyon modeli, siyasal ilgi değişkenini anlamlı bir şekilde etkilemektedir $F(1, 759) = 135,980$, $p < 0,001$. Düzeltilmiş R^2 değeri, bu modelin siyasal ilgi değişkenini %15 oranında açıkladığını göstermektedir.

3. 3. Siyasal Amaçlı Sosyal Medya Kullanımının Siyasal Katılım Üzerindeki Etkisi

Siyasal amaçlı sosyal medya kullanımının siyasal katılım üzerinde bir etkisinin olup olmadığını test edebilmek için basit regresyon analizi uygulanmıştır. Analiz uygulanmadan önce basit regresyon analizine ilişkin sayıtlar kontrol edilmiştir. Bu bulgulardan hareketle söz konusu değişkenlerin basit regresyon analizini yapmak için gerekli sayıtları karşıladığı görülmüştür (Field, 2009: 247-250). Yapılan basit regresyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5. Siyasal İfade Amaçlı Sosyal Medya Kullanımının Siyasal Katılım Üzerindeki Etkisi

Değişken	B	SE B	β	t	P
Siyasal amaçlı sosyal medya kullanımı	0,714	0,024	0,727	29,188	<0,001
Sabit	0,565	0,056	-	10,054	<0,001

$R^2 = 0,529$; $\Delta R^2 = 0,528$; $p < 0,001$; Bağımlı Değişken: **Siyasal Katılım**.

Regresyon modeli, siyasal ilgi değişkenini anlamlı bir şekilde etkilemektedir $F(1, 759) = 851,927$; $p < 0,001$. Düzeltilmiş R^2 değeri, bu modelin siyasal katılım değişkenini %52 oranında açıkladığını göstermektedir.

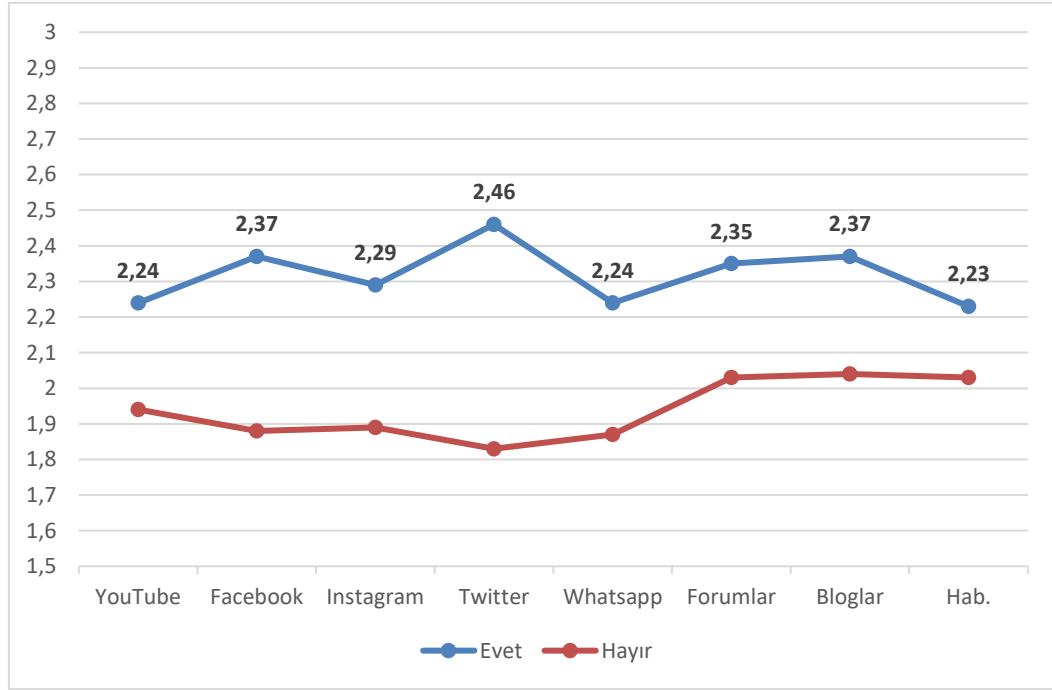
3. 4. Sosyal Medya Platformlarının Siyasal Amaçlı Kullanım Düzeyi Açısından İncelenmesi

Sosyal medya platformlarının siyasal amaçlı kullanımı açısından anlamlı bir farklılık oluşturup oluşturmadığını test edebilmek için bağımsız örneklem t-test analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda Levene testi, siyasi amaçlı kullanılan sosyal medya platformlarının gruplarına yönelik (evet, hayır) varyansların YouTube, Facebook, Instagram ve Twitter açısından homojen dağılmadığını göstermiş ($p < 0,05$) olduğundan dolayı analizin yorumlanması aşamasında bu faktörler için eşit olmayan varyanslar seçeneğinin anlamlılığı kullanılmıştır. Diğer gruplar açısından varyanslar homojen dağıldığı için yorumlamada eşit varyanslar seçeneği kullanılmıştır (Pallant, 2011: 241-242).

Analiz sonuçları çalışmaya dahil edilen tüm sosyal medya platformlarının siyasal amaçlı kullanım düzeyi açısından anlamlı bir farklılık oluşturduğu tespit edilmiştir ($p < 0,001$). Bulgular

özetle çalışmaya dahil edilen tüm sosyal medya platformlarının katılımcılar tarafından siyasi duygu ve düşüncelerini açıklamak ve ifade etmek amacıyla aktif bir şekilde kullanıldığını göstermektedir.

Bununla birlikte Şekil 1’de görüleceği üzere katılımcılar tarafından siyasal ifade amacıyla en aktif kullanılan platformun Twitter olduğu, bunu Facebook ve Blogların takip ettiği görülmektedir. Haber sitelerinin yorum kısımları ile Whatsapp ve YouTube platformlarının ise siyasal ifade amaçlı olarak aktif olarak kullanılmakla beraber diğer platformlara nazaran daha düşük bir profil sergiledikleri söylenebilir. Diğer bir ifadeyle siyasal amaçlı sosyal medya kullanım düzeyi açısından değerlendirildiğinde en fazla siyasallaşmış olan sosyal medya platformlarının, Twitter ve Facebook olduğunu söylemek mümkündür (Şekil 1).



Şekil 1: Sosyal medya platformlarının siyasal amaçlı kullanım düzeyi açısından ortalamalarının dağılımı (1 – Hiç; 5 – Her zaman; Hab.: Haber siteleri ve yorum kısımları)

4. Sonuç ve Tartışma

Çalışma sonuçları sosyal medya platformlarının siyasal ifade amaçlı olarak etkin şekilde kullanıldığını, bununla birlikte ilgili kullanım şeklinin siyasal etkinlik düzeyini pozitif olarak etkilediğini ortaya koymaktadır. Sonuçlar sosyal medyanın bireylere kendilerini siyaseten ifade edebilecekleri bir alan oluşturduğunu, bu durumun insanların siyasal etkinlik düzeyleri üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Bu açıdan sosyal medya platformlarının çeşitli eleştiriler bir kenarda tutulmak üzere, bireysel ifade özgürlüğü ile birey siyaset ilişkisinin demokratikleşmesinde aracı bir rol oynadığı çıkarımını yapmak mümkündür.

Çalışma kapsamında cevabı aranan bir diğer soru ise siyasal amaçlı sosyal medya kullanımının bireyin siyasal ilgisi üzerinde bir etkisi olup olmadığı sorusudur. Bu bağlamda katılımcılardan elde edilen verilerden hareketle yapılan analizler, siyasal amaçlı sosyal medya kullanımının siyasal ilgi değişkenini anlamlı bir şekilde etkilediğini göstermektedir. Siyasal amaçlı sosyal medya kullanımının, bireyin siyasal ilgi düzeyini pozitif olarak etkilediğine ilişkin sonuçlar siyasal etkinlik düzeyinin artmasıyla benzer sonuçlar doğurması açısından önemlidir. Zira sonuçlar, sosyal medyayı siyasi amaçla kullanmanın insanların siyasal alanda olup bitenlere yönelik ilgilerini artırdığını göstermektedir. Demokratik yönetim biçimini benimsemiş toplumlarda bireyin kendisini doğrudan veya dolaylı olarak etkilemesi muhtemel olan hemen her olay ve süreçle ilgilenmesi beklenir. Çünkü siyasal davranışa giden süreçte, nihai eyleme yön veren önemli tutumlardan biri olan siyasal ilgi,

seçmen davranışı başta olmak üzere bireysel siyasal davranış üzerinde oldukça önemli bir etkidir. Bu açıdan değerlendirildiğinde sosyal medya platformlarının akademisyenler, siyasal parti/aday ve liderler, sivil toplum örgütleri, baskı ve çıkar grupları gibi aktörlerce daha iyi anlaşılması ve yönetilmesi gereken bir alan olarak ortaya çıkarırken, bu alana bilimsel temelli yeni çalışmalarla yaklaşılması gerektiğini göstermektedir.

Çalışmanın cevap aradığı bir diğer soru ise siyasal amaçlı sosyal medya kullanımının siyasal katılım davranışı üzerinde bir etkiye sahip olup olmadığı sorusudur. Önceki değişkenlerde olduğu gibi bu aşamada da siyasal amaçlı sosyal medya kullanımının siyasal katılım üzerinde bir etkisinin olup olmadığını test edebilmek için basit regresyon analizi uygulanmıştır. Yapılan analizler ve regresyon modeli siyasal amaçlı sosyal medya kullanımının siyasal ilgi değişkenini anlamlı bir şekilde etkilediğini göstermektedir. Birey siyaset ilişkisinde oynadığı aracı rol dolayısıyla sosyal medya platformları siyasal katılım üzerinde önemli bir unsur olarak görülebilir. Özellikle, ileri demokrasiler olarak tabir edilen Batı toplumlarında, vatandaşların siyasal süreçlere ilgisizliği, başta oy verme davranışı olmak üzere siyasal süreçlere katılmaktan imtina etmesi ciddi bir demokrasi sorunu olarak görülmektedir. Sandığa gitme oranının düşüklüğü başta olmak üzere, siyasal süreçlere yönelik ilgiyi canlandırmak ve katılımı artırmak açısından sosyal medyanın önemli bir rol oynayabileceğini söylemek mümkündür.

Çalışma kapsamında ele alınan bir diğer husus farklı sosyal medya platformlarının katılımcıların sosyal medyayı siyasi amaçlı kullanım düzeyleri açısından değerlendirilmesidir. Sonuçlar özetle Twitter'ın siyasal amaçla en yoğun kullanılan mecra olduğunu göstermektedir. Sonrasında sırasıyla Facebook ve bloglar, forumlar, Instagram, Whatsapp ve Youtube ile son olarak haber sitelerinin yorum kısımlarının siyasal anlamda yoğun olarak kullanıldığını göstermektedir. Bloglar ve forumlara evet diyen katılımcıların sayısının görece daha düşük düzeyde kaldığı göz önüne alındığında sırasıyla en fazla siyasallaşmış platformların Twitter, Facebook, Instagram, Whatsapp ve Youtube olduğunu söylemek mümkündür.

Kaynakça

Arifin, Wan Nor (2015), "The Graphical Assessment Of Multivariate Normality Using Spss", **Education İn Medicine Journal**, 7 (2), s.71-75.

Arklan, Ümit (2016), "Sosyal Medyanın Siyasal Amaçlı Kullanımı: Ağ Kuşağının Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma", **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, 2 (4), s.618-657.

Aziz, Aysel (2013), **Siyasal İletişim**, Nobel Yayınları, Ankara

Balch, G I (1974), "Multiple Indicators İn Survey Research: The Concept Sense Of Political Efficacy", **Political Methodology**, 1 (2), s.1-43.

Balcı, Şükrü ve Sarıtaş, Hamide (2014) "Facebook ve Siyasal Katılım: 2014 Yerel Seçimleri Araştırması", **Türkiyat Araştırmaları Dergisi**, 37, s.511-535.

Bandura, Albert (1991), "Social Cognitive Theory Of Self-Regulation", **Organizational Behavior And Human Desicion Processes**, 50, s.248-287.

Bayraktutan Günseli – Binark Mutlu – Çomu Tuğrul – Doğu Burak – İslamoğlu Gözde – Aydemir Telli Aslı (2014), "Siyasal İletişim Sürecinde Sosyal Medya ve Türkiye'de 2011 Genel Seçimlerinde Twitter Kullanımı", **Bilig**, (68), s.59-96.

Becerikli Yıldırım, Sema (2012), "Halkla İlişkilerde Sosyal Medyanın Kullanımı: Türkiye'deki Belediyelerin Facebook'u Kullanma Biçimleri Üzerine Bir Araştırma" **International Symposium New Communication Technologies And Social Transformation**, Bişkek 2-4 Mayıs 2012, s.939-950.

Bennet, Stephen Earl (1997), "Knowledge Of Politics And Sense Of Subjective Political Competence: The Ambiguous Connection", **American Politics Research**, 25, s.230-240.

Bozkurt, Aslihan (2010), “Siyasiler Sosyal Medya Rüzgârının Farkında”, **Bilişim Dergisi**, (127), s.50-83.

Bregman, Susan (2014), **Best Practices For Transportation Agency Use Of Social Media**, CRC Press, New York.

Campbell Angus – Gurin Gerald – Miller Warren E (1954), **The Voter Decides**, IL: Row, Peterson And Company.

Campbell Angus – Converse Philip E – Miller Warren E – Stokes Donald E (1960), **The American Voter**, Wiley, New York.

Castells, Manuel (2016), **İletişim Gücü**, (Çev. Ebru Kılıç), İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Coleman, Kenneth M ve Davis, Charles L., (1976), “The Structural Context Of Politics And Dimensions Of Regime Performance: Their Importance For The Comparative Study Of Political Efficacy”, **Comparative Political Studies**, 9, s.189-206.

Converse, Philip E., (1972), “Change İn The American Electorate”, **The Human Meaning Of Social Change** (Editörle: Angus Campell ve Philip E. Converse), Russell Sage, New York, s. 263-337.

Creswell, John W., (2012), **Educational Research Planning, Conducting And Evaluating Quantitative And Qualitative Research**, Pearson Publishing, London.

Çam, Esat (1995), **Siyaset Bilimine Giriş**, Der Yayınları, İstanbul.

Çukurçayır, M. Akif (2002), “Siyasal Katılma ve Yerel Demokrasi, Çizgi Kitabevi, Konya.

Dahl, Robert A. (1961), **Who Governs?**, Yale University Press, New Haven.

Dahl, Robert A. (1970), **After The Revolution?**, Yale University Press, New Haven.

Easton, David ve Dennis, Jack (1967), “The Child’s Acquisition Of Regime Norms: Political Efficacy”, **The American Political Science Review**, 61 (1), s.25-38.

Fabrigar Leandre - Wegener Duane - Maccallum Robert - Strahan Erin (1999), “Evaluating The Use Of Exploratory Factor Analysis in Psychological Research”, **Psychological Methods**, 4 (3), s.272-299.

Field, Andy. (2009), **Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics**, Sage Publications, London.

Finifter, Ada. (1970), “Dimensions Of Political Alienation”, **American Political Science Review**, 64 (2), 389-410.

Gastil, John ve James, Dillard P. (1999), “Increasing Political Sophistication Through Public Deliberation”, **Political Communication**, 16, 3-23.

Gegez, Ercan (2010), **Pazarlama Araştırmaları**, Beta Yayıncılık, İstanbul.

Göker, Göksel (2015), “İletişimin Mcdonaldlaşması Sosyal Medya Üzerine Bir İnceleme”, **Turkish Studies International Periodical For The Languages, Literature And History Of Turkish or Turkic**, 10 (2), 389-410.

Gürcan, Halil İbrahim (2012), “Gazete Köşe Yazarları ve Sosyal Medya: Twitter Örneğinde Bir İçerik Çözümlemesi”, **2nd International Symposium New Communication Technologies And Social Transformation**, 02-04, Mayıs 2012, s.641-648.

Kalaycıoğlu, Ersin (1983), **Karşılaştırmalı Siyasal Katılma: Siyasal Eylemin Kökenleri Üzerine Bir İnceleme**, İstanbul Üniversitesi SBF Yayını, İstanbul.

Kalaycıoğlu, Ersin (2013), “Siyasal Katılımın Anatomisi”, **Bilim Akademisi Derneği**, 34-179/148, s.1-6.

Kapani, Münci (2008), **Politika Bilimine Giriş**, Bilgi Yayınevi, İstanbul.

Köseoğlu, Yakup ve Al, Hamza (2013), **Bir Siyasal Propaganda Aracı Olarak Sosyal Medya**, Akademik İncelemeler Dergisi, 8 (3), s.103-125.

McLeod Jack M – Scheufele Dietram A – Moy Patricia (1999), “Community, Communication And Participation: The Role Of Mass Media And Interpersonal Discussion In Local Political Participation”, **Political Communication**, 16, 315-336.

Milbraght, Lester W. (1965), “Political Participation: How And Why Do People Get Involved in Politics?”, Rand McNally Company, Chicago.

Mill, John Stuart (1991), **Considerations On Representative Government: 1964-1970, On Liberty And Other Essays**, Oxford University Press,

Neuman, W. Russel (2018), **Dijital Fark, Gündelik Hayatta Dijitalleşme ve Medya Etkileri Kuramı**, (Çev. Gökçe Metin), The Kitap Yayınları, İstanbul.

Öztekin, Ali (2001), **Siyaset Bilimine Giriş: Toplum Devlet Parlamento Hükümet Kamu Yönetimi**, Siyasal Kitabevi, Ankara.

Pallant, Jule (2011), **SPSS Survival Manual: A Step By Step Guide To Data Analysis Using SPSS** (4th Edition), Open University Press, New York.

Pranger, Robert J. (1968), **The Eclipse Of Citizenship**, Holt, Rinehart And Winston, New York.

Rees, Michael ve Hopkins, Peta (2009), “Towards The İntegration Of Social Media With Traditional İnformation Systems”, **Computer-Mediated Social Networking**, 28, s.119-133.

Schulz, Wolfram (2005), “Political Efficacy And Expected Political Participation Among Lower And Upper Secondary Students: A Comparative Analysis With Data From Iea Civic Education Study”, **ECPR General Conference in Budapest**, 8-10 September 2005, s.1-34.

Turan, İlter (1986), **Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış**, Der Yayınları, İstanbul.

Verba, Sidney ve Nie, Norman H. (1972), **Participation in America: Political Democracy And Social Equality**, Harper & Rowe, New York.

Yücekök, Ahmet N. (1987), **Siyasetin Toplumsal Tabanı**, Ankara Üniversitesi Yayınları, Ankara.