



T.C.

SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

GAZETECİLİK ANABİLİM DALI

**SOSYAL MEDYA VE SİYASAL KATILIM:
SİYASAL KATILIM DAVRANIŞLARI ÜZERİNE TANIMLAYICI
BİR ARAŞTIRMA**

Ahmet Murat BAYKARA

Yüksek Lisans Tezi

DANIŞMAN

Prof. Dr. Hasan GÜLLÜPUNAR

ISPARTA – 2025

TEZ SAVUNMA SINAV TUTANAĞI





T.C.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Sosyal Medya ve Siyasal Katılım: Siyasal Katılım Davranışları Üzerine Tanımlayıcı Bir Araştırma” adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadar ki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Bibliyografya’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim.

Ahmet Murat BAYKARA
10.07.2025



T.C.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU
BEYAN BELGESİ



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-SOYADI	Ahmet Murat BAYKARA
Öğrenci Numarası	2130236021
Enstitü Ana Bilim Dalı	Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı
Programı	Tezli Yüksek Lisans
Programın Türü	(X) Tezli Yüksek Lisans () Doktora
Danışmanının Unvanı, Adı-SOYADI	Prof. Dr. Hasan GÜLLÜPUNAR
Tez Başlığı	Sosyal Medya ve Siyasal Katılım: Siyasal Katılım Davranışları Üzerine Tanımlayıcı Bir Araştırma
Turnitin Ödev Numarası	2712767117

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 106 sayfalık kısmına ilişkin olarak, 10/07/2025 tarihinde tarafımdan Turnitin adlı intihal tespit programından Üniversitemiz Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönergesinin 14 üncü maddesinde yer alan filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve ekte sunulan rapora göre, tezin/dönem projesinin benzerlik oranı;

Kaynakçalar hariç, alıntılar dahil, 10 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç;

% 8'dir.

Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir:

(X) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylarım.

() Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esasları'nda öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.

Gerekçe:

Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlerin ışığı altında tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.

10/07/2025

Prof. Dr. Hasan GÜLLÜPUNAR

(BAYKARA, Ahmet Murat, *Sosyal Medya ve Siyasal Katılım: Siyasal Katılım Davranışları Üzerine Tanımlayıcı Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Isparta, 2025)

ÖZET

İletişim teknolojilerinin hızla gelişmesiyle birlikte sosyal medya, siyasal katılımın gerçekleştiği başlıca mecralardan biri hâline gelmiştir. Geleneksel siyasal katılım biçimlerinin yanı sıra sosyal medya aracılığıyla gelişen yeni katılım türleri, bireylerin siyasal yaşama dair tutumlarını, davranışlarını ve etkileşim biçimlerini dönüştürmektedir. Bu çalışma, sosyal medya kullanım pratiklerinin bireylerin siyasal katılım davranışlarıyla nasıl bir ilişki içinde olduğunu tanımlayıcı bir yaklaşımla ortaya koymayı amaçlamıştır.

Araştırma, 2023 Genel Seçimleri ve 2024 Yerel Seçimleri sürecinde Isparta ilinde yaşayan bireylerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını ve bu kullanımın siyasal katılım davranışlarıyla olan ilişkisini incelemektedir. Isparta'da kolayda örneklem yöntemiyle 414 kişiyle çevrimiçi olarak gerçekleştirilen çalışmada, sosyal medya kullanımına ilişkin tutum ve davranışlar ile siyasal katılım biçimleri arasındaki ilişkiler nicel veri toplama teknikleriyle analiz edilmiştir.

Araştırma kapsamında bireylerin sosyal medya kullanımlarında dair üç temel faktör tanımlanmıştır. Bunlar, siyasal içerikleri takip etme, gündemi izleme amaçlı kullanıma dönük “Bilgi edinme”, siyasal paylaşımları beğenme, yorum yapma, görüş bildirme davranışlarını tanımlayan “Katılım” ve çevrimiçi kampanyalara destek verme, dijital eylemlere katılma, kendi siyasal içeriklerini üretme davranışlarını ifade eden “Aktif katılım” kavramlarından oluşmaktadır. Yapılan analizlerde, bu üç faktörün farklı sosyo-demografik gruplarda nasıl değişkenlik gösterdiği ve siyasal katılım davranışlarının hangi alanlarda yoğunlaştığı ortaya konulmuştur.

Elde edilen veriler, sosyal medyanın siyasal yaşama katılım açısından bireyler için çeşitli fırsatlar sunduğunu ve katılım biçimlerinin sosyal medya kullanım türlerine göre farklılaştığını göstermektedir. Bu yönüyle çalışma, sosyal medya kullanımının siyasal katılımın yapısal dönüşümünde nasıl bir rol oynadığını anlamaya katkı sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Siyasal Katılım, Bilgi Edinme, Dijital Siyaset, Genel Seçim, Yerel Seçim

(BAYKARA, Ahmet Murat, *Social Media and Political Participation: A Descriptive Study on Political Participation Behaviors*, Master's Thesis, Isparta, 2025)

ABSTRACT

With the rapid development of communication technologies, social media has become one of the primary platforms through which political participation takes place. In addition to traditional forms of political participation, new types of engagement emerging through social media have transformed individuals' attitudes, behaviors, and modes of interaction regarding political life. This study aims to reveal, through a descriptive approach, the relationship between individuals' social media usage practices and their political participation behaviors.

The present study investigates the social media usage patterns of individuals residing in the province of Isparta during the periods of the 2023 General Elections and the 2024 Local Elections, with a specific focus on the relationship between such usage and political participation behaviors. Utilizing a convenience sampling method, data were collected online from a sample of 414 participants. Through the application of quantitative data collection techniques, the study analyzes the correlations between attitudes and behaviors related to social media use and various forms of political participation.

Within the scope of the research, three main factors related to individuals' use of social media were identified. These are: **“Information acquisition”**, which refers to following political content and tracking the current agenda; **“Participation”**, which involves behaviors such as liking political posts, commenting, and expressing opinions; and **“Active participation”**, which includes supporting online campaigns, joining digital protests, and producing one's own political content. The analyses demonstrate how these three factors vary across different socio-demographic groups and in which areas political participation behaviors are concentrated.

The findings indicate that social media offers individuals various opportunities for engaging in political life and that forms of participation differ according to the types of social media use. In this respect, the study aims to contribute to understanding the role of social media in the structural transformation of political participation.

Keywords: Social Media, Political Participation, Information Acquisition, Digital Politics, General Election, Local Election

ÖNSÖZ

Bu çalışma sosyal medya ve siyasal katılım konusunu tanımlayıcı analizlerle ele almaktadır. Özellikle 2023 genel seçimleri ve 2024 yerel seçimleri bağlamında yürütülen araştırma, sosyal medya platformlarının seçmen davranışlarını tanımlayıcı bir yaklaşımla ele almaktadır. Günümüzde yalnızca bir bilgi paylaşım mecrası olmaktan öteye geçen sosyal medya, bireylerin siyasal süreçlere daha etkin biçimde katılım göstermesine olanak tanıyan bir iletişim aracı hâline gelmiştir.

Bu bağlamda çalışmada, sosyal medyanın bilgiye erişimi kolaylaştırması, bireylerin siyasal tartışmalara katılımını artırması ve siyasi kampanyaların görünürlüğünü yaygınlaştırması gibi temel işlevleri değerlendirilmiş; seçmenlerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları, siyasal katılım düzeyleri ve bu alışkanlıkların seçim sonuçlarındaki değişimi Isparta ili örneğinde incelenmiştir. Araştırma kapsamında toplanan veriler istatistiksel analiz yöntemleriyle değerlendirilmiş ve özellikle genç, kentli ve eğitim düzeyi yüksek seçmenler üzerinde sosyal medya kullanımının daha belirgin olduğu bulgulanmıştır.

Bu çalışmanın akademik literatüre katkı sağlaması ve sosyal medya ekseninde yürütülecek siyasal iletişim stratejilerine yol gösterici olması hedeflenmiştir.

Bu sürecin her aşamasında bilgi ve tecrübesiyle yolumu aydınlatan, akademik rehberliğiyle tezime önemli katkılarda bulunan değerli danışmanım **Prof. Dr. Hasan Güllüpunar**'a en içten teşekkürlerimi sunuyorum. Eğitim hayatım boyunca katkılarıyla gelişimime değerli katkılar sunan **Doç. Dr. Nedret Çağlar**'a ayrıca teşekkür ederim.

Bu sürecin her anında desteğini ve ilgisini esirgemeyen, manevi gücüm olan sevgili ablam **Öğr. Gör. Gözde Biçen**'e, her zaman yanımda olan kıymetli eşim **Gamze Baykara**'ya, akademik ve kişisel yaşamıma ilham katan sevgisiyle bana umut olan sevgili kızım **Rüya**'ya ve neşe kaynağım yeğenim **Aslan**'a gönülden teşekkür ederim. Aynı şekilde, desteğini her zaman hissettiğim beni hayatım boyunca destekleyen, ellerini üstümden çekmeyen anneme ve babama sonsuz minnettarım.

Bu tez, yalnızca akademik bir sorumluluğun ürünü değil, aynı zamanda hayatımda beni destekleyen değerli insanların katkılarıyla şekillenmiş bir emektir.

Ahmet Murat BAYKARA
Isparta,2025

İÇİNDEKİLER

TEZ SAVUNMA SINAV TUTANAĞI	i
YEMİN METNİ	ii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT	v
ÖNSÖZ.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar DİZİNİ	x
GİRİŞ	1

1. BÖLÜM

SİYASAL KATILIMIN KAVRAMSAL VE KURAMSAL TEMELLERİ

1. KAVRAMSAL OLARAK SİYASAL KATILIM.....	4
1.1 Etimolojik Köken	5
1.2 Akademik Tanımlar.....	5
1.3 Siyasal Katılımın Boyutları	6
2. SİYASAL KATILIMIN TARİHSEL SÜRECİ.....	7
3. SİYASAL KATILIMIN DEMOKROSİYLE İLİŞKİSİ.....	9
4. SİYASAL KATILIM DAVRANIŞLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER ..	12
5. DİJİTAL SİYASAL KATILIM	16
6. DİJİTAL SİYASAL KATILIMIN UNSURLARI.....	18
7. TÜRKİYE’DE SİYASAL KATILIM.....	20
7.1. Siyasal Katılımın Kapsamı ve Dinamikleri.....	22
7.2. Geleneksel Siyasal Katılımın Eşitsiz Tarafı Kadınlar ve Dijital Katılım.....	24
8. YEREL YÖNETİMLER VE SİYASAL KATILIM	27

2. BÖLÜM

SOSYAL MEDYANIN KAVRAMSAL TEMELLERİ

1. KAVRAMSAL OLARAK SOSYAL MEDYA.....	31
2. SOSYAL MEDYANIN TARİHSEL GELİŞİMİ	32
3. SOSYAL MEDYA VE TOPLUMSAL DAVRANIŞ BİÇİMLERİ	34

4. SİYASAL İLETİŞİMİN YENİ MECRASI SOSYAL MEDYA	36
4.1. Siyasal Kampanyalar ve Stratejiler	37
4.2. Seçmen Davranışları ve Algı Yönetimi.....	38
4.3. Dezavantajlar ve Riskler	38
5. SEÇİM KAMPANYALARINDA SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE ETİK SORUMLULUK.....	39
6. SOSYAL MEDYANIN TEMEL FONKSİYONLARI.....	41
6.1. Doğrudan İletişim ve Katılım.....	42
6.2. Hedef Kitle Analizi ve Segmentasyon	44
6.3. Etkileşimli İçerik ve Viral Yayılım	45
7. ETİK SORUMLULUKLAR VE TARTIŞMALAR.....	46

3. BÖLÜM

SOSYAL MEDYADA SİYASAL KATILIM DAVRANIŞLARI ÜZERİNE TANIMLAYICI BİR ARAŞTIRMA

1. SOSYAL MEDYA VE SİYASAL KATILIM KONUSUNDA YAPILAN SAHA ARAŞTIRMALARI	50
2. ARAŞTIRMANIN KONUSU.....	53
3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	53
4. ARAŞTIRMA SORU VE HİPOTEZLERİ	54
5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	55
5.1 Araştırmanın Uygulanması ve Örneklem.....	56
5.2. Araştırma Veri Toplama Araçları.....	56
5.3. Araştırmada Kullanılan Testler	57
6. ARAŞTIRMANIN BULGULARI	58
6.1. Betimleyici İstatistikler	58
7. ARAŞTIRMAYA KATILANLARIN SOSYAL MEDYADA KATILIM DAVRANIŞLARIYLA İLGİLİ FAKTÖRLER.....	62
7.1. Sosyal Medyada Siyasal Katılım Faktörleri Normallik Dağılım Analizi.....	65
7.2. Sosyal Medyada Katılım Faktörleri ve Diğer Değişkenler Arası Fark Testleri	66
SONUÇ.....	78

KAYNAKÇA.....	81
ÖZGEÇMİŞ.....	105



TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Siyasal Katılım Tutumları.....	59
Tablo 2. Araştırmaya Katılanların Yaş Grupları ve Sosyal Medyada Siyasal Katılım Faktörleri Fark Testi	61
Tablo 3. Sosyal Medya ve Siyasal Katılım Faktörleri.....	62
Tablo 4. Normallik Dağılım Analizi	65
Tablo 5. Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi Değişkeni ve Sosyal Medyada Siyasal Katılım Fark Testi	66
Tablo 6. Siyasal Katılım Konusunda Aktifim Algısı ve Sosyal Medyada Siyasal Katılım Faktörleri Fark Testi	67
Tablo 7. Sosyal Medya Siyasal Katılımı Artırır Algısı ve Sosyal Medyada Siyasal Katılım Faktörleri Fark Testi	68
Tablo 8. Siyasal Katılım Sadece Seçim Dönemlerinde Önemlidir Algısı ve Sosyal Medyada Siyasal Katılım Faktörleri Fark Testi.....	70
Tablo 9. Siyasal Katılımın En Etkili Yolunun Tanımlanması ve Sosyal Medyada Siyasal Katılım Faktörleri Fark Testi.....	70
Tablo 10. Sosyal Medya İçeriklerine Önem Verme Düzeyi ve Sosyal Medyada Siyasal Katılım Faktörleri Fark Testi.....	71
Tablo 11. Araştırmaya Katılanların Yaş Grupları ve Sosyal Medyada Siyasal Katılım Faktörleri Fark Testi.....	73
Tablo 12. Cinsiyet Değişkeni ve Sosyal Medyada Siyasal Katılım Faktörleri Fark Testi.....	73
Tablo 13. Eğitim Değişkeni ve Sosyal Medyada Siyasal Katılım Faktörleri Fark Testi.....	74
Tablo 14. Meslek Değişkeni ve Sosyal Medyada Siyasal Katılım Faktörleri Fark Testi.....	75
Tablo 15. Yaşanılan Yerleşim Yeri Değişkeni ve Sosyal Medyada Siyasal Katılım Faktörleri Fark Testi.....	76

GİRİŞ

Dijital çağ, bireylerin bilgiye erişim biçimlerini ve toplumsal etkileşim yapılarını köklü biçimde dönüştürmüştür. İnternet teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla birlikte sosyal medya, bireylerin yalnızca gündelik yaşamlarında değil; siyasal, ekonomik ve kültürel süreçlerde de aktif bir rol üstlenmeye başlamıştır. Sosyal medya platformları, kullanıcıların içerik üretmesinden, farklı coğrafyalardaki bireylerle ortak söylemler geliştirmesine kadar uzanan geniş bir etkileşim alanı sunmakta ve siyasal katılım pratiklerini dönüştürmektedir (Akar, 2020, s. 58).

Sosyal medya, yalnızca bireyler arası iletişim aracı olmanın ötesine geçerek, küresel ölçekte toplumsal dönüşümlere öncülük eden bir mecra haline gelmiştir. Kullanıcıların içerik üretiminde aktif rol üstlenmesi, platformların çift yönlü ve eşzamanlı iletişime olanak tanınması, sosyal medyayı özellikle siyasal iletişim ve katılım alanında güçlü bir araç haline getirmektedir. (Aydın, 2018, s. 88; Yağmur, 2015, s. 71).

Siyasal katılım, demokratik toplumların temel dinamiklerinden biridir. Oy verme, dilekçe sunma, protestolara katılma, siyasi kampanyalara destek verme ve dijital platformlar üzerinden siyasi içerik paylaşma gibi çeşitli biçimlerde gerçekleşebilen bu katılım türleri, bireylerin yönetime dair iradelerini ortaya koymalarına olanak sağlamaktadır. (Sözen, B. 2022, s. 101). Günümüzde bu katılım biçimleri, dijitalleşmenin de etkisiyle daha hızlı, doğrudan ve yaygın bir hâl almaktadır.

Siyasi aktörler açısından sosyal medya, geleneksel medyaya kıyasla daha düşük maliyetli ve hedef kitlesine daha doğrudan ulaşılabilen bir kanal olarak öne çıkmaktadır. Siyasi partiler ve adaylar, sosyal medya platformları üzerinden hem propaganda yürütmekte hem de seçmenlerle interaktif biçimde iletişim kurabilmektedir (Eraslan, M. C. 2022). Bu durum, siyasal mesajların doğrudan seçmenlere ulaştırılmasını sağlamakta; seçmenlerin kampanyalara katılımını kolaylaştırmakta ve bireysel siyasal içerik üretimi gibi yeni katılım biçimlerini mümkün kılmaktadır (Tütünsatar & Okcu, 2020, s. 70).

Nitekim yapılan birçok akademik çalışma, sosyal medya kullanımının özellikle genç seçmenler üzerinde önemli etkiler yarattığını ortaya koymaktadır. Gündoğmuş ve arkadaşlarının (2019b, s.78-103) Şırnak ilinde gerçekleştirdiği araştırmada, sosyal medya kullanımının bireylerin siyasal bilincini artırdığı ve siyasal kampanyalara aktif katılım olasılığını yükselttiği saptanmıştır.

Bu bağlamda, 2023 yılında gerçekleştirilen Isparta genel seçimleri, sosyal medya ve siyasal katılım ilişkisinin analizi açısından önemli bir saha sunmaktadır. Isparta'nın hem kırsal hem de kentsel yapıyı içeren sosyo-demografik çeşitliliği, sosyal medya kullanımının farklı gruplar üzerindeki etkilerini karşılaştırmalı olarak incelemek için uygun bir örneklem sunmaktadır. Balcı ve Sarıtaş (2015), kentsel bölgelerde sosyal medya kullanım oranlarının kırsal alanlara göre daha yüksek olduğunu ve bu durumun siyasal süreçlerdeki katılım biçimlerine doğrudan yansıdığını belirtmektedir.

Kalaycıoğlu'nun 2006'da yapmış olduğu araştırma bulguları, sosyal medyanın özellikle genç, eğitilmiş ve şehir merkezlerinde yaşayan bireyler arasında siyasal içeriklere maruz kalma oranını artırdığını; bu bireylerin siyasal katılım düzeylerinin de görece olarak daha yüksek olduğunu göstermektedir. Buna karşın kırsal bölgelerde sosyal medyaya erişim kısıtlı olduğundan, geleneksel medya araçları siyasal iletişimde daha belirleyici bir rol üstlenmektedir.

Bu çalışma, 2023 yılında gerçekleştirilen Isparta genel seçimleri ve 2024 yerel seçimleri bağlamında sosyal medya kullanımının seçmenlerin siyasal katılım pratikleriyle olan ilişkisini detaylı biçimde incelemeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, sosyal medya platformlarının bireylerin siyasal süreçlere yönelik ilgilerini, katılım biçimlerini ve siyasal ifade alanlarını nasıl biçimlendirdiği sorusu temel alınmaktadır. Özellikle Isparta'nın kırsal ve kentsel alanlarını kapsayan yapısı dikkate alındığında, sosyo-demografik gruplar arasında sosyal medya kullanımına dayalı olarak ortaya çıkan farklı siyasal katılım düzeylerinin nasıl şekillendiği araştırmanın ana odak noktalarından biridir.

Araştırma kapsamında sosyal medya araçlarının seçmenlerin gündem takibi, siyasi kanaat oluşturma, adaylar hakkında bilgi edinme, kampanya süreçlerine dahil olma ve siyasal içerik paylaşımı gibi çeşitli davranışlar üzerindeki yönlendirici gücü

değerlendirilmekte; bu durumun seçmenlerin siyasal sürece dâhil olma biçimlerine nasıl yansıdığı çözümlenmektedir. Böylece çalışma, sosyal medya-siyasal katılım ilişkisini yerel bir örneklem üzerinden analiz ederek Türkiye’de bu alandaki literatüre bölgesel düzeyde katkı sağlamayı ve dijital siyaset alanındaki güncel tartışmaları zenginleştirmeyi hedeflemiştir.



1. BÖLÜM

SİYASAL KATILIMIN KAVRAMSAL VE KURAMSAL TEMELLERİ

1. KAVRAMSAL OLARAK SİYASAL KATILIM

Siyasal katılım, bireylerin ve grupların siyasal karar alma süreçlerine doğrudan veya dolaylı olarak dahil olmalarını ifade eden çok boyutlu bir kavramdır. Bu katılım, oy verme, protesto gösterilerine katılma, dilekçe verme, siyasi partilere üye olma gibi çeşitli eylemleri kapsamaktadır. Siyasal katılımın tanımı ve kapsamı, siyaset bilimi literatüründe farklı şekillerde ele alınmaktadır.

Kalaycıoğlu (1983a), siyasal katılımı, bireylerin otonom olarak yaptıkları tercihler ve verdikleri kararlar sonucunda siyasal karar mevkilerine gelecek olanları veya bu mevkileri ellerinde bulunduranları etkilemek üzere yaptıkları eylem ve etkinlikler olarak tanımlamaktadır. Bu tanım, siyasal katılımın bireysel tercihler ve kararlar doğrultusunda gerçekleştirilen eylemleri kapsadığını vurgulamaktadır.

Huntington ve Nelson (1976a) ise siyasal katılımı, hükümetin karar almasını etkilemek üzere sivil vatandaşlar tarafından tasarlanan etkinlikler olarak tanımlamaktadır. Bu tanım, siyasal katılımın, vatandaşların hükümet kararlarını etkileme amacı güden faaliyetlerini içerdiğini belirtmektedir.

Kapani (1998), siyasal katılımı, toplum üyesi kişilerin siyasal sistem karşısındaki durumlarını, tutumlarını ve davranışlarını belirleyen bir kavram olarak tanımlar. Bu yaklaşım, siyasal katılımın sadece eylemleri değil, aynı zamanda bireylerin siyasal sisteme yönelik tutum ve davranışlarını da kapsadığını ifade etmektedir.

Bu tanımlar, siyasal katılımın yalnızca oy verme gibi geleneksel eylemleri değil, aynı zamanda protesto, dilekçe verme, kamuoyu oluşturma gibi çeşitli etkinlikleri de kapsadığını göstermektedir.

1.1 Etimolojik Köken

Katılım

"Katılım" kelimesi, Türkçeye Arapçadan geçmiş olup, Arapça "dakhīl" (داخل) kökünden türetilmiştir. Bu kök, "girme, içeri girme, dahil olma" anlamlarını taşır. Türkçede "katılmak" fiili, bu kökten türetilmiş olup, "bir topluluğa, etkinliğe veya sürece dahil olma" anlamında kullanılır. Bu etimolojik yapı, bireyin bir bütünün parçası olma eylemini ifade etmektedir. (Nişanyan, 2021a).

Siyasal

"Siyasal" kelimesi, Arapça "siyāsa" (سياسة) kelimesinden türetilmiştir. "Siyāsa", Arapça "sāsa" (ساس) fiilinden gelir ve "seyislik yapmak, yönetmek, idare etmek" anlamlarını taşır. İlk anlamı "at terbiyesi" olan bu kelime, zamanla "devlet yönetimi" ve "kamu işleriyle ilgilenme" anlamlarını kazanmıştır. Bu dönüşüm, yönetim ve idare kavramlarının insan topluluklarına uygulanmasıyla gerçekleşmektedir. Bu etimolojik kökenler, "siyasal katılım" teriminin, bireylerin devlet yönetimi ve kamu politikalarıyla ilgili süreçlere dahil olmalarını ifade ettiğini göstermektedir. Bireyin, toplumsal ve yönetsel yapılar içinde aktif bir rol alması, bu kavramın temelini oluşturmaktadır. (Nişanyan, 2021b).

1.2 Akademik Tanımlar

Siyasal katılım kavramı, siyaset bilimi literatüründe farklı şekillerde tanımlanmıştır. Kalaycıoğlu (1983b, s10), siyasal katılımı "kişinin otonom olarak yaptığı tercihler ve verdiği kararlar sonucunda siyasal karar mevkilerine gelecek olanları veya bu mevkileri ellerinde bulunduranları etkilemek üzere yaptıkları eylem ve etkinlikler" olarak tanımlamaktadır.

Huntington ve Nelson ise siyasal katılımı, "hükümetin karar almasını etkilemek üzere sivil vatandaşlar tarafından tasarlanan etkinlikler" olarak tanımlamaktadır.

Bu tanımlar, siyasal katılımın sadece oy verme gibi geleneksel eylemleri değil, aynı zamanda protesto, dilekçe verme, kamuoyu oluşturma gibi çeşitli etkinlikleri de kapsadığını göstermektedir. (Huntington & Nelson, 1976b, s. 4).

1.3 Siyasal Katılımın Boyutları

Siyasal katılım, farklı düzeylerde ve biçimlerde gerçekleşebilir. Bu katılım biçimleri, bireylerin siyasi süreçlere olan ilgisi, bilgi düzeyi, inançları ve değerleri gibi faktörlere bağlı olarak değişiklik gösterebilir. Ayrıca, siyasal katılımın yoğunluğu ve biçimi, toplumun demokratik yapısı, siyasi kültürü ve kurumların işleyişiyle de yakından ilişkilidir.

Siyasal katılım, bireylerin siyasi sistemle ilgili düşünce, tutum ve eylemler geliştirmede bir ortamda, siyaset kurumunun varlığından ya da demokratik bir rejimden söz etmek mümkün değildir. Bu nedenle siyasal katılım, sadece seçme ve seçilme hakkının kullanımıyla sınırlı kalmayan, toplumun siyasal yapıya müdahil olmasını sağlayan geniş kapsamlı bir süreçtir. Demokratik yönetimlerde siyasal katılım, yalnızca politik temsilin bir aracı değil; aynı zamanda demokratik değerlerin topluma yerleşmesini sağlayan bir toplumsal işleyiş biçimidir. Katılım kavramı, gelişmekte olan toplumlar kadar sanayi sonrası bilgi toplumlarında da güncelliğini ve işlevselliğini korumaktadır (Uysal, 1984, s. 1).

Literatürde siyasal katılım farklı yaklaşımlarla tanımlanmıştır. Münici Kapani'ye göre, siyasal katılım; vatandaşların siyasal sistem ve kurumlara yönelik düşünce, tutum ve eylemlerini kapsar. Bu eylemler basit bir siyasi ilgi göstergesinden başlayarak, aktif ve örgütlü katılım biçimlerine kadar geniş bir yelpazede şekillenir (Kapani, 1997, s. 144).

Kışlalı (2002), siyasal katılımı yalnızca fiziksel eylemle değil, aynı zamanda kamuoyundaki düşünce, tutum ve yönelimlerle de ilişkilendirir. Bireylerin, siyasal partilerin, baskı gruplarının ve benzeri toplumsal, ekonomik ve siyasal birimlerin, ülke siyasetinin işleminde yer alması ya da belli oranda sürece dahil olmaları siyasal katılma olgusunun içeriğini yansıtır.

Vergin (2021, s. 49-54), siyasal sistemi yalnızca kurumlar üzerinden değil, bu kurumların kendi aralarında geliştirdiği ilişkiler çerçevesinde anlamlandırır. Siyasal

sistemin nasıl işleyeceği ve bireylerin bu sisteme nasıl dahil olacağı, söz konusu ilişkiler tarafından şekillendirilir. Bu nedenle siyasal katılım, sistemin iç dinamiklerini belirleyen bir süreçtir.

Kalaycıoğlu'na (1983c, s15) göre siyasal katılım, bireylerin siyasal ve toplumsal süreçlerde, özerk biçimde verdikleri kararlarla, karar alıcıları etkilemeye dönük faaliyetlerde bulunmalarıdır. Bu yaklaşım, bireyin aktif bir siyasal özne olduğunu ve sürece yön verme gücüne sahip olduğunu vurgulamaktadır.

Çukurçayır'a (2002, s 101) göre siyasal katılım, hem etkileyenin hem de etkilenenin bulunduğu bir güç ilişkisini yansıtır. Bu bağlamda siyasal katılım, toplumsal eşitsizliklerin dengelenmesinde ve meşruiyetin üretiminde önemli rol oynamaktadır.

Demir ve Acar (2005, s367), siyasal katılımı hem bireylerin hem de örgütlerin siyasal sistemin karar alma süreçlerine müdahil olması olarak tanımlar. Katılımın; seçimle, yani oy verme ya da aday olma yoluyla gerçekleşen yönü olduğu gibi; sendikalar, meslek örgütleri gibi baskı grupları aracılığıyla yapılan örgütsel yönü de vardır

Son olarak Eroğul(1999 s. 217), katılımın ancak yönetimin tek elde toplandığı, yöneten-yönetilen ayrımının netleştiği ve siyaset ile yönetimin belirli bir otoriteye ait olduğu durumlarda anlam kazandığını belirtir. Bu durum, siyasal katılımın tarihsel ve yapısal bir bağlam içerisinde ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır.

2. SİYASAL KATILIMIN TARİHSEL SÜRECİ

Siyasal katılım, bireylerin siyasi karar alma mekanizmalarına dahil olma sürecini ifade eden temel bir kavramdır. Bu kavram, tarihsel süreç içerisinde farklı siyasal sistemler, toplumsal yapılar ve ideolojik dönüşümlerle birlikte çeşitlenmiş ve evrim geçirmiştir. Siyasal katılımın ilk örneklerine Antik Yunan'da rastlanır. Özellikle Atina'da uygulanan doğrudan demokrasi modeli, özgür erkek yurttaşların meclislerde (eklesia) doğrudan karar alma süreçlerine katılmalarına olanak tanımıştır. Ancak bu sistem, kadınlar, köleler ve yabancılar gibi grupları dışlamış; bu da katılımın sınırlı bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir (Köker, 1995a, s. 12).

Roma Cumhuriyeti döneminde ise seçimli bir sistem gelişmiş, ancak siyasal haklar statü ve zenginlik temelli sınırlı bir vatandaş grubuna tanınmıştır. Vatandaşlık hakları önemli olsa da, özellikle imparatorluk döneminde bu haklar daha merkezi bir otoriteye bağlanmaktadır (Kaya, 2020a, s. 44).

Orta Çağ Avrupa'sı, merkezi siyasal yapıların zayıf olduğu ve feodal beylerin güç sahibi olduğu bir dönemdir. Bu süreçte siyasal karar alma mekanizmaları büyük ölçüde krallar ile aristokratlar arasında paylaşılmış ve halkın geniş kesimi siyasal süreçlerden dışlanmaktadır (Öksüz, 2011, ss. 81–92). Ancak feodal yapının tamamen homojen olmadığını gösteren bazı örnekler de vardır. Örneğin, İtalya'daki şehir devletlerinde zanaatkarlar ve tüccarlar tarafından oluşturulan loncalar, sadece ekonomik değil siyasal işlevler de üstlenmiş; böylece yerel düzeyde katılımın sınırlı biçimleri ortaya çıkmaktadır (Çelik, 2019a, s. 104).

18. yüzyılda Aydınlanma düşüncesiyle birlikte birey hakları ve halk egemenliği ön plana çıkmıştır. İngiltere'de 1688'de gerçekleşen Muhteşem Devrim, 1776'da yayınlanan Amerikan Bağımsızlık Bildirgesi ve 1789'daki Fransız Devrimi, siyasal katılımın kuramsal temelini oluşturmuştur. Fransız Devrimi'nin ardından yayımlanan “İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirisi”, halk egemenliği ve siyasal katılımın meşruluğunu ortaya koymaktadır (Turan, 2007a, s. 33). Ancak bu haklar uzun süre yalnızca erkek yurttaşlara tanınmıştır. 19. yüzyılda sanayi devrimiyle birlikte ortaya çıkan kitle toplumu ve sınıfsal dönüşümler, oy hakkının genişlemesini sağlamış ve parlamenter sistemlerin doğuşuna zemin hazırlamaktadır (Arat, 2017a, s. 59).

19. yüzyıl, siyasal katılımın kapsamının genişlediği bir dönem olmuştur. Kadınlara tanınan oy hakkı bu anlamda dönüm noktasıdır. Bu hak ilk olarak 1893 yılında Yeni Zelanda'da tanınmış ve kısa sürede diğer ülkelere yayılmaktadır (Kandiyoti, 2000c, s. 75). Aynı yüzyılın ortalarında ABD'deki Sivil Haklar Hareketi, özellikle Afrika kökenli Amerikalıların siyasal katılımının önündeki engelleri kaldırmaya yönelik bir mücadele süreci olmuştur. Bu hareket, eşitlik temelli siyasal hakların yaygınlaşmasını sağlamaktadır (Yılmaz, 2014, s. 122).

20. yüzyıla gelindiğinde ise teknolojik gelişmeler, siyasal katılımın niteliğini dönüştürmüştür. Sosyal medya araçları, bireylerin siyasal konuları tartışmasını, kampanyalar düzenlemesini ve farklı siyasi görüşleri yaymasını kolaylaştırmıştır.

Dijital platformlarda çevrimiçi dilekçeler, imza kampanyaları, protestolar gibi katılım biçimleri, klasik katılım türlerinin ötesine geçerek yeni bir siyasal iletişim zemini oluşturmaktadır (Gürbüz, 2022a, ss. 48–52). Bu gelişmeler özellikle genç bireylerin daha aktif bir siyasal aktör haline gelmesini desteklemiş, dijital vatandaşlık kavramını doğurmaktadır (Şen, 2019a, s. 67).

3. SİYASAL KATILIMIN DEMOKROSIYLE İLİŞKİSİ

Siyasal katılım, bireylerin yalnızca seçimlerde oy kullanmakla sınırlı kalmayan, geniş anlamda siyasal süreçlere etkin şekilde dahil olmasını ifade eden bir kavramdır. Bu katılım, demokratik rejimlerin hem işlemesi hem de sürdürülebilirliği açısından hayati bir öneme sahiptir. Demokratik sistemin dayandığı temel ilkelerden biri halk egemenliğidir ve bu egemenliğin hayata geçirilmesi, ancak bireylerin siyasal karar alma süreçlerine katılımı ile mümkündür (Kalaycıoğlu, 2006a, s. 27).

Siyasal katılım sayesinde yurttaşlar, yönetenler üzerinde denetim kurma, taleplerini dile getirme ve kamu politikalarının oluşumuna katkı sağlama imkânına kavuşmaktadır. Modern demokrasilerde siyasal katılım, sadece oy verme davranışıyla sınırlı değildir. Siyasi partilere üye olmak, sivil toplum kuruluşlarında görev almak, protestolara katılmak, siyasal içerikli dilekçeler vermek, sosyal medya üzerinden siyasal tartışmalara dahil olmak gibi çok çeşitli yollarla katılım mümkündür (Köker, 1995b, s. 88). Bu bağlamda siyasal katılım, demokrasinin yalnızca bir başlangıç noktası değil, aynı zamanda onun devamlılığını ve işlevselliğini sağlayan temel bir mekanizmadır. Siyasal katılım düzeyinin yüksek olduğu toplumlarda, yönetime duyulan güvenin ve demokratik normların içselleştirilme düzeyinin de daha gelişmiş olduğu görülmektedir (Yıldız, 2019a, s. 64).

Demokratik rejimlerde siyasal katılım yalnızca bireyin haklarından biri değil; aynı zamanda kamusal sorumluluğudur. Bu anlayış, özellikle katılımcı demokrasi kuramında güçlü bir biçimde vurgulanmaktadır. Katılımcı demokrasi, yurttaşların yalnızca seçim dönemlerinde değil, sürekli bir şekilde siyasal yaşama katılımını savunur. Bu da demokratik meşruiyetin yalnızca biçimsel değil, işlevsel olarak da sağlanması gerektiğini ortaya koyar. Seçim dönemlerinde sandığa gitmenin ötesine

geçen katılım biçimleri, demokratik bir sistemin daha şeffaf, hesap verebilir ve kapsayıcı olmasını sağlamaktadır (Turan, 2007b, s. 52).

Ancak siyasal katılımı etkileyen birçok yapısal ve bireysel faktör vardır. Eğitim düzeyi, gelir durumu, yaş, cinsiyet, sosyal çevre, medya kullanımı ve siyasal bilinç bu faktörler arasında yer alır. Eğitim seviyesi arttıkça bireylerin siyasal olaylara ilgisinin ve siyasal katılım eğilimlerinin de arttığı gözlemlenmektedir (Kalaycıoğlu, 2006b, s. 91). Eğitimli bireyler, siyasal süreçleri daha sağlıklı değerlendirebilmekte, politik tercihlerinde daha bilinçli davranmakta ve demokratik değerlere daha fazla bağlılık göstermektedir.

Türkiye özelinde değerlendirildiğinde, siyasal katılım ve demokrasi ilişkisi, zaman içinde dalgalı bir seyir izlemiştir. Türkiye’de çok partili siyasal hayata geçilmesiyle birlikte, formel anlamda demokratikleşme süreci başlamıştır. Ancak bu süreç, siyasal istikrarsızlıklar, askerî müdahaleler ve kısıtlayıcı yasalar nedeniyle kesintilere uğramaktadır (Arat, 2017b, s. 112). Seçimlere katılım oranı genellikle yüksek olsa da, katılımın niteliği ve çeşitliliği tartışmalıdır. Yurttaşların büyük bölümü siyasal katılımı yalnızca oy verme davranışıyla sınırlandırmakta; sivil toplum faaliyetlerine, siyasi tartışmalara ve karar alma mekanizmalarına aktif biçimde katılım oranı daha sınırlı kalmaktadır.

Son yıllarda dijitalleşmenin de etkisiyle, siyasal katılımın yeni biçimleri ortaya çıkmıştır. Özellikle sosyal medya, bireylerin siyasal görüşlerini ifade etmeleri, bilgiye ulaşmaları ve kolektif hareketler oluşturmaları açısından güçlü bir araç haline gelmektedir (Gürbüz, 2022b, ss. 71–74). Bu yeni katılım biçimi, geleneksel temsili demokrasi anlayışını dönüştürmekte; yurttaşların doğrudan katılım yollarını artırmakta ve siyasal gündemi daha tabana yayılan bir biçimde şekillendirmektedir. Ancak bu dijital katılım biçimlerinin de sınırlılıkları vardır. Bilgi kirliliği, dijital eşitsizlik ve kutuplaşma gibi riskler, siyasal katılımın demokratikleşme potansiyelini olumsuz etkileyebilmektedir (Şen, 2019b, s. 70).

Toplumun farklı kesimlerinin siyasal süreçlere eşit biçimde katılabilmesi, demokratik rejimlerin kapsayıcı ve adil yapılar olarak sürdürülmesi açısından kritik önemdedir. Özellikle kadınlar, gençler, engelliler ve etnik azınlıklar gibi grupların siyasal katılım önündeki engellerin kaldırılması, eşit temsil ve sosyal adalet

ilkeleriyle doğrudan ilişkilidir. Katılımın hem niceliğinin hem de niteliğinin artırılması, demokrasi kalitesinin yükseltilmesi anlamına gelmektedir. Nitekim siyasal katılım ne kadar yaygın, sürekli ve eşitlikçi olursa; demokratik sistem de o denli güçlü, meşru ve halkla bütünleşmiş olur.

Siyasal katılım, tarihsel süreç içerisinde toplumsal yapılar ve yönetim biçimlerine bağlı olarak farklı şekillerde tezahür etmiştir. Antik Yunan'da, özellikle Atina'da uygulanan doğrudan demokrasi modeli, özgür erkek yurttaşların meclislerde karar alma süreçlerine birebir katılımını mümkün kılmıştır. Ancak bu katılım sadece belirli bir toplumsal kesimi kapsamış; kadınlar, köleler ve metoik adı verilen yabancılar siyasal süreçlerin dışında tutulmaktadır (Köker, 1995c, s. 12). Bu yönüyle Atina demokrasisi, temsili değil doğrudan katılım esasına dayanmakla birlikte kapsayıcılık açısından oldukça sınırlı bir yapı arz etmiştir.

Orta Çağ'a gelindiğinde ise siyasal katılım daha da daralmış, feodal sistemin ve mutlak monarşik yönetimlerin etkisiyle yönetim mekanizmaları aristokrat sınıfın kontrolüne geçmiştir. Avrupa'da toprak mülkiyetine dayalı senyörlük sistemi, siyasi karar alma gücünü küçük bir elit kesime bırakmış; halkın büyük çoğunluğu yönetsel süreçlerden dışlanmaktadır (Öksüz, 2011, ss. 81–92). Ancak bazı İtalyan şehir devletlerinde (örneğin Venedik, Floransa), zanaatkârlar ve tüccarların oluşturduğu loncalar aracılığıyla sınırlı da olsa yerel katılım biçimleri gözlemlenmektedir (Çelik, 2019b, s. 104).

Modern dönemde ise Sanayi Devrimi ve Aydınlanma düşüncesiyle birlikte birey hakları, yurttaşlık bilinci ve halk egemenliği gibi kavramlar ön plana çıkmıştır. Bu süreçte, evrensel oy hakkı gibi ilkeler gelişmiş; siyasal katılım aristokrasiye ya da mülkiyet sahiplerine özgü bir hak olmaktan çıkıp, geniş halk kesimlerini kapsayan anayasal hak haline gelmiştir. 19. yüzyılda başlayan bu genişleme, 20. yüzyılda kadınların ve etnik azınlıkların siyasal süreçlere katılımıyla daha kapsayıcı hale gelmektedir (Arat, 2017c, s. 112). Kadınlara oy hakkı ilk olarak 1893'te Yeni Zelanda'da tanınmış ve kısa sürede dünya genelinde yaygınlaşmıştır. Bu gelişmeler, temsili demokrasilerin güçlenmesine ve katılımcı demokrasinin teorik temellerinin atılmasına olanak sağlamaktadır (Turan, 2007c, s. 33).

Günümüzde ise siyasal katılım, dijitalleşmenin etkisiyle yeni bir boyut kazanmıştır. Özellikle internetin yaygınlaşması ve sosyal medya platformlarının küresel ölçekte kullanılabilir hale gelmesi, bireylerin siyasal alana daha etkin biçimde müdahil olmalarını mümkün kılmıştır. Artık bireyler yalnızca seçimlerde oy kullanmakla kalmamakta; çevrimiçi dilekçeler imzalamakta, sosyal medya üzerinden kampanyalar başlatmakta, siyasal içerikli paylaşımlarda bulunarak kamuoyu oluşturmakta ve siyasal liderlerle doğrudan iletişime geçebilmektedir (Gürbüz, 2022c, ss. 71–74). Bu etkileşim biçimi, klasik temsili demokrasi modellerinin ötesine geçerek daha etkileşimli, daha yatay ve daha hızlı tepkilerin verilebildiği bir siyasal katılım modelini ortaya koymaktadır. Dijital çağın sunduğu olanaklar, siyasal bilincin gelişimini ve genç kuşakların siyasal sürece katılımını da önemli ölçüde etkilemektedir (Şen, 2019c, s. 67).

Tüm bu süreçler dikkate alındığında, siyasal katılım yalnızca bir bireysel hak değil; aynı zamanda demokrasinin niteliğini ve derinliğini belirleyen temel bir göstergedir. Tarihsel süreçte sınırlı bir hak olarak başlayan siyasal katılım, bugün dijital olanaklarla birlikte küresel ölçekte, daha kapsayıcı ve etkileşimli bir yapıya bürünmüş durumdadır. Bu değişim, demokrasilerin gelişiminde ve halkın yönetime katılımında yeni bir paradigma yaratmıştır.

4. SİYASAL KATILIM DAVRANIŞLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Siyasal katılım, bireylerin demokratik süreçlere dahil olma düzeylerini ifade eden temel bir kavramdır. Bu kavram, yalnızca oy verme gibi geleneksel katılım biçimlerini değil, aynı zamanda siyasi tartışmalara katılma, protesto gösterilerine iştirak etme, dijital içerik üretme gibi daha çeşitli ve dinamik eylemleri de kapsar. Siyasal katılımı etkileyen unsurlar ise oldukça çok boyutludur. Bu faktörler arasında demografik, sosyo-ekonomik, psikolojik özellikler ve medya kullanım alışkanlıkları öne çıkmaktadır. Demografik değişkenler içinde özellikle yaş, cinsiyet ve eğitim düzeyi belirleyici rol oynamaktadır. Genç bireylerin, özellikle Z kuşağının sosyal medya aracılığıyla daha aktif siyasal katılım gösterdiği belirlenmiştir. Nitekim Tan ve Uslu'nun araştırmasında, 18-22 yaş aralığındaki bireylerin siyasal etkinlik düzeylerinin 28-32 yaş grubuna göre daha düşük olduğu, ancak dijital mecralar

aracılığıyla bu farkın giderek kapandığı ifade edilmektedir (Uslu 2017a, s. 169). Eğitim seviyesi, siyasal katılımı doğrudan etkileyen en güçlü değişkenlerden biridir. Görücü'nün çalışmasında, lisansüstü eğitim seviyesine sahip bireylerin siyasal ilgi ve etkinlik düzeylerinin, ortaokul ve altı eğitim düzeyine sahip bireylere göre belirgin şekilde yüksek olduğu saptanmaktadır (Görücü 2021, s. 172). Cinsiyet temelli farklılıklar da siyasal katılımı önemli rol oynamaktadır. Kadınların siyasal katılım düzeylerinin erkeklere göre daha düşük olduğu görülmektedir. Ancak sosyal medyanın sunduğu ifade özgürlüğü ve erişim kolaylığı sayesinde bu farkın azaldığı belirtilmektedir (Akt. Duran, 2020a, s. 88).

Sosyo-ekonomik faktörler de siyasal katılımı şekillendiren temel değişkenlerdendir. Bireylerin gelir düzeyleri, sosyal statüleri ve yaşadıkları çevre, katılım eğilimlerini doğrudan etkilemektedir. Aylık geliri 5500 TL ve üzeri olan bireylerin, hem siyasal ilgi hem de siyasal etkinlik düzeylerinin, geliri olmayan bireylere göre daha yüksek olduğu tespit edilmektedir (Görücü, 2021, s. 174). Benzer şekilde, kentleşme oranı yüksek bölgelerde yaşayan bireylerin, siyasal katılım mekanizmalarına daha kolay erişim sağladıkları ve bu durumun katılım düzeylerini artırdığı ifade edilmektedir (Duran, 2020b, s. 91). Ayrıca, büyükşehirlerde yaşayan bireylerin siyasal ilgi düzeyleri, kırsal bölgelerde yaşayanlara kıyasla daha yüksektir. Ancak yerleşim yerinin, sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirilen siyasal katılım üzerinde anlamlı bir farklılık yaratmadığı da aynı çalışmalarda ortaya konmaktadır (Tan & Uslu, 2017b, s. 178).

Sonuç olarak, siyasal katılım yalnızca bireyin demokratik sürece dahil olma çabası değil, aynı zamanda toplumsal yapı, eğitim düzeyi, gelir, yaş, cinsiyet ve dijital medya kullanımı gibi birçok etkenin kesişiminde şekillenen dinamik bir süreçtir. Bu nedenle, siyasal katılımın artırılmasına yönelik politikaların çok boyutlu ve kapsayıcı bir yaklaşımla ele alınması gerekmektedir.

Psikolojik faktörler, bireylerin siyasal süreçlere olan ilgisini ve motivasyonlarını belirlemektedir. Siyasal iletişim araçlarının etkisi, bireylerin algı yönetimi ve oy verme davranışında kritik bir rol oynamaktadır. Sosyal medya platformları, özellikle gençler için bir mobilizasyon aracı olarak öne çıkmaktadır ve siyasal tercihlerini şekillendirme gücüne sahiptir (Yetkin, 2020, s. 304).

Yerel yönetimlerin halkla kurduğu doğrudan iletişim, siyasal katılımı teşvik eden başka bir faktördür. Belediye başkanlarının vatandaşlarla etkileşimde bulunma düzeyleri ve katılım mekanizmalarının etkin kullanımı, bireylerin yerel düzeyde daha aktif olmalarını sağlamaktadır. Bu bağlamda, özellikle yerel seçimlerde bireylerin katılım oranlarının daha yüksek olduğu belirtilmektedir (Görücü, 2021, ss. 155-202).

Siyasal katılım, yalnızca oy kullanmak, siyasi partilere üye olmak veya mitinglere katılmak gibi eylemlerle sınırlı olmayıp, bireylerin siyasi süreçlere ilişkin fikirlerini açıklamaları, dijital kampanyalarda yer almaları ve kamu politikalarının şekillenmesine katkı sunmaları gibi geniş bir çerçevede değerlendirilmektedir (Köker, 1995ç, s. 88). Bu katılımın biçimi, sıklığı ve yoğunluğu; bireylerin içinde bulundukları sosyal, ekonomik, psikolojik ve teknolojik çevreden doğrudan etkilenmektedir. Siyasal katılım, bireyin yalnızca devletle olan ilişkisini değil, aynı zamanda toplumsal aidiyet duygusunu, demokratik değerlere olan yaklaşımını ve sosyal sermayesini de yansıtmaktadır (Kalaycıoğlu, 2006c, s. 91).

Sosyo-ekonomik düzey, siyasal katılımın en sık vurgulanan belirleyicilerinden biridir. Gelir düzeyi ve mesleki statü yükseldikçe, bireylerin siyasal sürece dahil olma oranı da artmaktadır. Bu durum, kaynaklara erişim, özgüven ve siyasal süreçleri etkileme potansiyeliyle doğrudan ilişkilendirilmektedir (Özdemir, 2021, s. 129). Tavşanlı ilçesinde yapılan yerel bir araştırmada, düşük gelir grubundaki bireylerin siyasal katılım oranlarının sınırlı olduğu; buna karşın eğitim düzeyinin artışı ve ekonomik hareketliliğin, bu katılımı olumlu yönde etkilediği tespit edilmektedir (Kaya & Demirci, 2020b, ss. 110–112). Benzer şekilde, kalıcı bir gelir güvencesine sahip olan bireylerin, karar alma mekanizmalarına katılım eğilimlerinin daha yüksek olduğu gözlemlenmektedir (Güney, 2019, s. 58).

Eğitim seviyesi ise siyasal farkındalık ve bilinç açısından kritik bir faktördür. Eğitimli bireyler, hem siyasal sistemin işleyişi hakkında daha fazla bilgiye sahip olmakta hem de demokratik değerleri daha içselleştirmiş bireyler olarak kamu süreçlerine daha aktif katılım göstermektedirler (Arat, 2017d, s. 114). Bingöl’de yürütülen kapsamlı bir alan çalışmasında, eğitim düzeyi arttıkça, bireylerin hem seçimlere katılım oranlarının hem de siyasal tartışmalara ilgilerinin arttığı ortaya konmaktadır (Güner, 2021a, s. 57). Eğitim aynı zamanda bireyin “siyasal yeterlik”

algısını güçlendirdiği için, özgüvenle karar alma süreçlerine dahil olmasını da kolaylaştırmaktadır (Turan, 2007Ç, s. 41).

Yaş ve cinsiyet gibi demografik değişkenler de siyasal katılımı şekillendiren unsurlar arasında yer almaktadır. Genç bireylerin, özellikle dijital ortamlarda daha aktif oldukları, protestolar ve çevrimiçi kampanyalar gibi yenilikçi katılım yöntemlerine yöneldikleri birçok çalışmada vurgulanmaktadır (Şen, 2019Ç, s. 70). Yaş ilerledikçe siyasal katılım daha geleneksel biçimlere yönelmekte; oy verme, parti üyeliği ve yerel düzeyde karar alma süreçlerine katkı gibi yöntemler ön plana çıkmaktadır. Cinsiyet bağlamında ise kadınların siyasal süreçlere katılımında halen yapısal ve kültürel engellerin etkili olduğu görülmektedir. Türkiye’de yapılan birçok araştırma, kadınların siyasal temsil oranlarının düşük olmasının yanı sıra, siyasi parti faaliyetlerinde de eşit biçimde yer almadıklarını ortaya koymaktadır (Kandiyoti, 2000a, s. 77; Yılmaz, 2021, s. 36).

Bireysel psikolojik faktörler, özellikle “siyasal yeterlik” ve özgüven gibi kavramlarla ilişkilidir. Kişinin siyasal etkinlik algısı, sürece katılma isteğini doğrudan etkiler. Siyasal güven duygusu yüksek bireylerin, sistemin işleyişine katkı sunma ve sorun çözme konusunda daha kararlı oldukları; buna karşın sistemden memnuniyetsizlik duyanların ise apolitikleşme eğiliminde oldukları belirtilmektedir (Yıldız, 2019b, s. 66). Özellikle güvensizlik ve dışlanmışlık hissi, siyasal katılımı olumsuz yönde etkilemektedir (Köker, 1995d, s. 101).

Aile ve sosyal çevre de bireyin siyasal kimliğinin şekillenmesinde etkili rol oynar. Aile içinde yapılan siyasal sohbetler, ebeveynlerin tutumları ve sosyal çevredeki politik yönelimler, bireylerin siyasal tutumlarını büyük ölçüde belirlemektedir (Çetin, 2018, s. 53). Erken yaşta edinilen siyasal tutumlar, ilerleyen yaşlarda da bireyin siyasal davranışlarını şekillendirmektedir. Siyasal toplumsallaşma süreci içinde aile, okul ve arkadaş çevresi anahtar faktörler olarak öne çıkmaktadır (Kalaycıoğlu, 2006Ç, s. 93).

Son olarak medya ve dijitalleşme, özellikle günümüz toplumlarında siyasal katılımın biçimini dönüştüren en dinamik faktörlerden biridir. Geleneksel medya, bireylerin bilgiye erişiminde etkili bir araç olmayı sürdürmekle birlikte; sosyal medya, siyasal bilgilendirme ve dijital aktivizm açısından daha etkileşimli ve yatay

bir yapı sunmaktadır (Gürbüz, 2022ç, s. 71). Genç bireylerin, sosyal medya aracılığıyla katıldıkları dijital kampanyalar, çevrimiçi dilekçeler ve sanal protestolar; yeni nesil siyasal katılım biçimlerinin örneklerini oluşturmaktadır. Ayrıca, sosyal medya sayesinde siyasal liderlerle doğrudan iletişim kurulabilmesi, yurttaşın karar alıcılar üzerindeki etkisini artırmaktadır (Şen, 2019d, s. 68).

Sonuç olarak, siyasal katılım bireysel bir tercih gibi görünse de çok katmanlı ve karşılıklı etkileşim içeren toplumsal bir olgudur. Sosyo-ekonomik statüden eğitime, yaştan psikolojik yapıya, medya kullanımından sosyal çevreye kadar birçok değişken, bireylerin siyasal sürece ne düzeyde ve nasıl katıldığını belirlemektedir. Bu faktörlerin anlaşılması, katılım düzeyinin artırılması ve demokratik süreçlerin güçlendirilmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

5. DİJİTAL SİYASAL KATILIM

Dijital siyasal katılım, bireylerin dijital araçlar ve çevrimiçi platformlar aracılığıyla siyasal süreçlere aktif olarak dahil olma biçimini ifade etmektedir. Bu katılım türü, geleneksel siyasal katılım kalıplarını dönüştürerek, yeni iletişim biçimlerinin ve teknolojik imkanların etkisiyle daha etkileşimli, yaygın ve dinamik bir nitelik kazanmaktadır (Gürbüz, 2022d, s. 71). Özellikle sosyal medya araçları, bireylerin siyasal söylemler üretmesine, farklı fikirlerle etkileşime girmesine ve kamuoyu oluşturmaya olanak tanımakta; bu da dijitalleşmenin demokratik katılım üzerindeki etkisini artırmaktadır (Şen, 2019e, s. 68).

Dijital siyasal katılımın başlıca araçları arasında sosyal medya platformları, çevrimiçi imza kampanyaları (e-petisyonlar), dijital protesto girişimleri ve etkileşimli haberleşme kanalları yer almaktadır. Bu araçlar, bireylerin yalnızca düşüncelerini paylaşmalarına değil; aynı zamanda taleplerini karar alıcılara ulaştırmalarına ve toplumsal bir farkındalık oluşturmalarına katkı sunmaktadır (Kuşçu, 2020a, s. 113). Örneğin, Change.org gibi platformlar, kullanıcıların yerel ve küresel sorunlara yönelik imza kampanyaları düzenleyerek dijital ortamda kolektif hareket başlatmalarına imkân sağlamaktadır. Bu süreç, özellikle dezavantajlı grupların seslerini daha görünür kılmaları açısından önem taşımaktadır (Yıldız, 2021a, s. 96).

Z ve Y kuşağı gibi dijital yerli kuşaklar arasında dijital siyasal katılım oldukça yaygındır. Bu gruplar, siyasal içerikleri sosyal medya üzerinden paylaşmakta, çevrimiçi kampanyalara destek vermekte ve siyasi gündemi dijital mecralar üzerinden takip etmektedir (Gürbüz, 2022e, s. 76; Şen, 2019f, s. 70). Genç bireylerin geleneksel siyasal araçlara kıyasla dijital platformları tercih etmeleri, zaman ve mekân kısıtlamalarını aşmalarıyla ilişkilidir. Dijital araçlar sayesinde bireyler, fiziksel olarak bir mekânda bulunmadan da siyasal sürece katkı sunabilir, kamu politikalarına yönelik görüşlerini yaygınlaştırılmaktadır (Koçak, 2022a, s. 74).

Dijital katılım, maliyetleri düşürmesi bakımından da dikkat çeker. Geleneksel yöntemlerle siyasal katılım (örneğin toplantılara fiziksel katılım, parti üyeliği veya kampanyalarda gönüllülük), zaman, maddi kaynak ve fiziksel çaba gerektirirken; dijital ortamlar bireylere daha düşük maliyetle katılım imkânı sunar. Bu durum, özellikle kırsal bölgelerde yaşayan bireylerin, kadınların ve gençlerin siyasal süreçlere daha fazla dahil olmasını kolaylaştırmaktadır (Ateş & Öner, 2021a, s. 108).

Ancak dijital siyasal katılımın beraberinde getirdiği bazı sorunlar da bulunmaktadır. Bunların başında bilgi kirliliği ve dezenformasyon gelmektedir. Sosyal medya platformlarının algoritmik yapıları, kullanıcıları yalnızca kendi dünya görüşlerine uygun içeriklerle karşılaştırarak kutuplaşmayı körükleyebilmektedir (Kuyucu, 2015a, s. 86). Bu durum, siyasal uzlaşmayı ve farklı görüşlerin bir arada var olabilmesini zorlaştırmakta; aynı zamanda bireylerin siyasal davranışlarını tek yönlü bilgiye dayalı olarak şekillendirmelerine neden olmaktadır. Ayrıca, "tıklama aktivizmi" ya da "slacktivism" olarak adlandırılan yüzeysel katılım biçimleri, bireylerin sadece bir içeriği beğenip paylaşımlarıyla sınırlı bir eylem alanı oluşturmakta; bu da derinlikli ve sürdürülebilir katılımı engelleyebilmektedir (Kalaycıoğlu, 2006d, s. 97).

Dijitalleşme sürecinde bir diğer kritik konu, dijital eşitsizliktir. İnternet altyapısına erişimi sınırlı olan ya da dijital okuryazarlık düzeyi düşük bireyler, dijital siyasal katılımın sunduğu imkanlardan yeterince faydalanamamaktadır (Taydaş, 2021, s. 135). Bu durum, dijital ortamda katılımın kapsayıcılığını azaltmakta ve belirli grupların süreç dışında kalmasına yol açabilmektedir. Bu nedenle dijital demokrasinin sürdürülebilirliği için dijital okuryazarlık düzeyinin artırılması,

platformların şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkeleri çerçevesinde düzenlenmesi ve bilgi doğrulama mekanizmalarının etkinleştirilmesi büyük önem taşımaktadır (Gürbüz, 2022f, ss. 78–79).

Sonuç olarak, dijital siyasal katılım, siyasal katılımın hem biçimini hem de kapsamını dönüştüren çağdaş bir olgudur. Teknolojinin sağladığı olanaklar sayesinde bireyler, daha az maliyetle, daha hızlı ve daha geniş kitlelere ulaşarak siyasal sürece dahil olabilmektedir. Ancak bu sürecin demokratik bir biçimde işlemesi, bilgi güvenliği, dijital eşitlik ve medya okuryazarlığı gibi yapısal sorunların çözümüne bağlıdır. Bu koşullar sağlandığında, dijital siyasal katılım yalnızca bireysel bir ifade biçimi olmaktan çıkarak, demokrasinin kapsayıcılığını ve işlevselliğini artıran güçlü bir toplumsal araç haline gelebilecektir.

6. DİJİTAL SİYASAL KATILIMIN UNSURLARI

Dijital siyasal katılım, teknolojinin gelişmesiyle birlikte geleneksel siyasal katılım biçimlerinin ötesine geçerek bireylerin demokratik süreçlere daha aktif ve erişilebilir biçimde dahil olmalarını sağlamaktadır. Sosyal medya, e-petisyonlar, çevrimiçi kampanyalar, forumlar ve dijital platformlar; bireylerin siyasal bilgiye ulaşmasını, fikirlerini ifade etmesini ve siyasal taleplerini kamuoyuna duyurmasını kolaylaştıran araçlar olarak öne çıkmaktadır (Gürbüz, 2022g, ss. 68–72).

Sosyal medya, bu sürecin en belirgin araçlarından biri haline gelmiştir. Twitter, Instagram, YouTube ve Facebook gibi platformlar, bireylerin siyasal gelişmelerden haberdar olmasını sağlamakla kalmaz; aynı zamanda onların kampanyalara destek vermelerine, siyasal tartışmalara katılmalarına ve doğrudan siyasal aktörlerle iletişime geçmelerine olanak tanımaktadır (Koçak, 2022b, s. 75). Hashtag kullanımı, canlı yayınlar ve içerik paylaşımı, bu etkileşimi hızlandırarak siyasal katılımı hem niceliksel hem de niteliksel açıdan dönüştürmektedir. Ancak bu platformlar aynı zamanda bilgi kirliliği, dezenformasyon ve manipülasyona da zemin hazırlamakta; bu da dijital siyasal katılımın güvenilirliğini tehdit etmektedir (Kuyucu, 2015b, s. 87).

E-petisyonlar ve çevrimiçi kampanyalar, dijital ortamda demokratik katılımın yaygın biçimde kullanıldığı yöntemlerdendir. Change.org, Avaaz gibi platformlar

aracılığıyla bireyler yerel ya da küresel düzeyde seslerini duyurmakta; belirli konularda toplumsal farkındalık oluşturarak siyasal baskı mekanizmaları yaratabilmektedir (Kuşçu, 2020b, s. 115). Bu katılım biçimi, düşük maliyetli ve hızlı oluşuyla özellikle gençlerin ve sivil toplumun yoğun ilgisini çekmektedir. Ancak, “clicktivism” (tıklama aktivizmi) eleştirisi, bu tür yüzeysel desteklerin uzun vadeli siyasal değişim yaratma gücünün sınırlı olduğunu da ortaya koymaktadır (Kalaycıoğlu, 2006e, s. 95).

Dijital katılımın en önemli avantajlarından biri, coğrafi engelleri ortadan kaldırarak siyasal süreçlere erişimi kolaylaştırmasıdır. Özellikle kırsal bölgelerde yaşayan bireyler, fiziksel olarak toplantılara katılamasa da dijital araçlarla siyasal tartışmalara dahil olabilmekte, taleplerini görünür kılabilir (Taydaş, 2021, s. 134). Bu bağlamda, bilgiye ulaşma maliyetinin düşmesi, siyasal farkındalık düzeyinin yükselmesi ve bireylerin siyasal içerik üretme kapasitesinin artması, dijital platformların demokratikleşme sürecindeki önemini artırmaktadır (Ateş & Öner, 2021b, s. 108).

Özellikle genç bireyler, dijital yerliler olarak tanımlanan Z kuşağı üyeleri, siyasal katılımı sosyal medya araçlarını daha etkili biçimde kullanmaktadır. Seçim dönemlerinde kampanya içeriklerini takip etmek, siyasal tartışmalara katılmak, çevrimiçi forumlarda düşünce paylaşmak gençlerin siyasal süreçlere ilgilerini artırmakta, bu da siyasal sosyalizasyon sürecinde dijitalleşmenin önemini pekiştirmektedir (Şen, 2019g, s. 70; Duran, 2020c, s. 98).

Dezavantajlı gruplar açısından dijital araçlar önemli bir eşitleyici rol üstlenmektedir. Kadınlar, engelliler ve düşük gelirli bireyler, geleneksel siyasal alanlara erişimde karşılaştıkları engelleri dijital platformlar aracılığıyla aşabilmektedir. E-petisyonlar ve sosyal medya kampanyaları, bu grupların seslerini duyurmasını sağlayarak hem görünürlüklerini artırmakta hem de siyasal katılımın kapsayıcılığına katkı sunmaktadır (Yıldız, 2021b, s. 93).

Dijitalleşme yalnızca bireylerin katılımını değil, aynı zamanda siyasal katılımın niteliğini ve ölçeğini de dönüştürmüştür. Canlı yayınlar, online tartışma panelleri, dijital anketler ve sosyal medya etkileşimleri, daha fazla bireyin süreçlere dahil olmasını teşvik ederek siyasal katılımı yatay düzlemde genişletmektedir

(Koçak, 2022c, s. 80). Bu dönüşüm, geleneksel siyasal katılım modellerinin dışladığı grupları sürece dahil edebilmekte ve daha eşitlikçi bir siyasal temsil ortamı yaratabilmektedir.

Ancak tüm bu olumlu gelişmelere karşın, dijital eşitsizlik, bilgi kirliliği ve platformlara duyulan güvenin azalması gibi yapısal sorunlar, dijital siyasal katılımın sınırlarını ortaya koymaktadır. Özellikle düşük dijital okuryazarlık seviyeleri, kullanıcıların dezenformasyona açık hale gelmelerine neden olmakta; bu da siyasal tercihlerin sağlıklı temellere dayanmasına yol açabilmektedir (Gürbüz, 2022ğ, s. 77). Bu nedenle dijital siyasal katılımın etkinliği, bu risklerin yönetilmesi ve dijital okuryazarlığın artırılmasıyla doğrudan ilişkilidir.

Sonuç olarak, dijital platformlar siyasal katılımın ölçeğini, biçimini ve erişilebilirliğini dönüştüren araçlardır. E-petisyonlar, sosyal medya kampanyaları, dijital forumlar ve çevrimiçi tartışma alanları, siyasal katılımın daha kapsayıcı, düşük maliyetli ve hızlı bir biçimde gerçekleşmesini sağlamaktadır. Ancak bu sürecin sağlıklı işleyebilmesi için platformların şeffaflığı, bilgi güvenliği, dijital eşitlik ve kullanıcıların medya okuryazarlığı gibi faktörlerin göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Dijital katılım, bu koşullar sağlandığında demokratikleşmenin itici gücü haline gelebilir.

7. TÜRKİYE’DE SİYASAL KATILIM

Türkiye’de siyasal katılım, demokratik sürecin temel taşlarından biri olarak vatandaşların hem haklarını kullanabildikleri hem de yönetime katılabildikleri bir araç işlevi görmektedir. Bu katılım yalnızca oy verme gibi geleneksel yöntemlerle sınırlı kalmayıp, bireylerin sivil toplum kuruluşlarında yer almaları, protesto gösterilerine katılmaları, dilekçe ve imza kampanyaları düzenlemeleri veya sosyal medya üzerinden siyasal söylemler geliştirmeleri gibi çeşitli biçimlerde de ortaya çıkmaktadır (Kalaycıoğlu, 2006f, s. 81). Bu çeşitlilik, Türkiye’de siyasal katılımın hem bireysel hem de kolektif düzeyde gerçekleştiğini ve zaman içinde değişen siyasal ve toplumsal koşullara göre farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Siyasal katılımın biçimi, demografik, sosyoekonomik ve teknolojik faktörlere göre değişiklik göstermektedir. Türkiye’de genç nüfusun oranının yüksek olması ve

dijital teknolojilere olan yatkınlık, siyasal katılımın giderek daha çok dijital platformlara kaymasına neden olmaktadır. Yapılan çalışmalara göre, genç bireyler geleneksel siyasal kurumlara olan güvensizliklerini dijital katılım biçimleriyle telafi etmektedir (Şen, 2019h, s. 71). Şen'in çalışmasında, Z kuşağının sosyal medya üzerinden siyasal içerik üretme, paylaşma ve kampanya destekleme gibi yollarla siyasete dahil olduğu vurgulanmaktadır.

Sosyal medyanın etkisiyle siyasal katılım artık daha etkileşimli ve düşük maliyetli bir biçim almıştır. Koçak'ın (2022ç, s. 77) yaptığı araştırmaya göre, sosyal medya siyasal bilginin yayılmasını hızlandırmakta ve bireylerin daha aktif bir yurttaşlık bilinci geliştirmelerini teşvik etmektedir. Bu platformlar, aynı zamanda siyasal aktörlerle doğrudan iletişim kurulmasına olanak tanımakta, böylece geleneksel temsil ilişkilerinin yeniden şekillenmesine neden olmaktadır.

Türkiye'de siyasal katılımın tarihsel temelleri Osmanlı'dan itibaren izlenebilmekle birlikte, kurumsallaşmış siyasal katılım Cumhuriyet'in ilanı ile birlikte gelişmiştir. 1908'de II. Meşrutiyet'in ilanı ve ardından 1923'te Cumhuriyet'in kurulmasıyla birlikte siyasal katılım giderek genişlemiş, ancak 1946'ya kadar tek parti rejimi altında şekillenmiştir. Çok partili hayata geçişle birlikte halkın siyasal sürece katılımı artmış, buna rağmen çeşitli darbeler (1960, 1971, 1980, 1997) nedeniyle bu katılım süreçleri kesintilere uğramıştır. Atabey ve Hasta'nın (2018a, s. 44) çalışmasına göre, bu darbeler özellikle kadınların ve marjinal grupların siyasal katılımında yapısal engeller yaratmış, siyasete dahil olma süreçlerini geciktirmiştir.

Türkiye'de en yaygın siyasal katılım biçimi seçimlerde oy kullanmaktır. Türkiye, seçime katılım oranları açısından birçok ülkeye kıyasla yüksek bir seviyeye sahiptir. Yapılan ampirik çalışmalar, genel seçimlerdeki katılım oranlarının genellikle %80'in üzerinde olduğunu ortaya koymaktadır. İşlek'in (2021, s. 59) araştırmasına göre, seçmen davranışları büyük ölçüde siyasal kimlik, parti sadakati, lider etkisi ve ideolojik tercihler doğrultusunda şekillenmekte; bu durum siyasal kutuplaşmayı da derinleştirmektedir.

Protesto eylemleri ve sivil toplum faaliyetleri de Türkiye'de siyasal katılımın önemli biçimleri arasında yer almaktadır. 2013 Gezi Parkı protestoları, bu bağlamda

dönüm noktası olarak değerlendirilmektedir. Protestolar, bireylerin yalnızca seçimle değil, doğrudan kamusal alanda da siyasal sürece dahil olabileceklerini göstermektedir. Gürbüz'ün (2022o, s. 73) yüksek lisans tezinde ifade edildiği üzere, Gezi hareketi sosyal medya sayesinde örgütlenmiş ve bireylerin eş zamanlı olarak hem dijital hem fiziksel mekânda siyasal katılım göstermesine olanak tanımaktadır.

Teknolojinin ve sosyal medyanın siyasal katılım üzerindeki etkisi, yalnızca gençler açısından değil, toplumun genelinde bir farkındalık artışı yaratması bakımından da değerlidir. Silsüpür'ün (2021, s. 92) çalışmasına göre, sosyal medya platformları siyasal eşitlik açısından fırsatlar sunmakta; ancak aynı zamanda dezenformasyon, kutuplaşma ve siber manipülasyon gibi riskler de taşımaktadır. Özellikle seçim dönemlerinde sosyal medya, seçmen davranışlarını doğrudan etkileyen bir faktör haline gelmektedir.

Hukuki düzenlemeler de siyasal katılımın sınırlarını belirlemekte önemli rol oynamaktadır. Türkiye'de uygulanan %10 seçim barajı gibi yasal engeller, küçük partilerin meclise girmesini zorlaştırmakta, bu da seçmenlerin oy verme davranışını stratejik tercihler doğrultusunda şekillendirmektedir. Kaya'nın (2020c, s. 41) çalışmasına göre, bu tür sistemler, siyasal temsilde adalet ilkesini zayıflatmakta ve bireylerin siyasete olan güvenini olumsuz etkilemektedir. Yine de, bazı araştırmalar bu düzenlemelerin siyasal istikrarı koruma amacı taşıdığına da dikkat çekmektedir.

Sonuç olarak, Türkiye'de siyasal katılım çok katmanlı, değişken ve dinamik bir süreçtir. Toplumsal yapının, teknolojik gelişmelerin, tarihsel kırılmaların ve hukuki sistemin etkisiyle şekillenen bu süreç, bireylerin farklı yollarla siyasal hayata katılımını mümkün kılmaktadır. Seçimlerden protestolara, sosyal medyadan sivil toplum örgütlerine kadar uzanan geniş yelpazede şekillenen katılım biçimleri, Türkiye'de demokrasinin niteliğini doğrudan etkilemektedir. Bu bağlamda, siyasal katılımın artırılması ve derinleştirilmesi için eşitlikçi ve kapsayıcı mekanizmaların geliştirilmesi kritik önemdedir.

7.1. Siyasal Katılımın Kapsamı ve Dinamikleri

Siyasal katılım, yalnızca bireylerin oy kullanmalarıyla sınırlı olmayan; aynı zamanda kamu politikalarının oluşumuna katkı sunmalarına, karar alma süreçlerine

müdahil olmalarına ve yönetime karşı sorumluluk bilinciyle hareket etmelerine olanak tanıyan çok boyutlu bir süreçtir (Kalaycıoğlu, 2006g, s. 91). Temsili demokrasinin işlerliği açısından yalnızca katılım oranlarının yüksek olması yeterli değildir; bu katılımın nitelikli, bilinçli ve kapsayıcı olması da gereklidir. Yurttaşların siyasal sistemin işleyişine yönelik farkındalıkları, eleştirel düşünceye sahip olmaları ve siyasal süreçlerde aktif roller üstlenmeleri, demokrasinin sürdürülebilirliği açısından kritik önemdedir (Yıldız, 2019c, s. 67). Bu bağlamda, siyasal katılımın dinamik yapısı; toplumsal yapı, siyasi kültür, bireysel motivasyon ve dijital araçların etkisiyle sürekli evrilmektedir.

Başta toplumsal yapı olmak üzere, siyasi kültür, bireysel motivasyonlar ve dijital iletişim araçlarının etkisiyle sürekli olarak evrilmektedir. Toplumsal yapı, bireylerin siyasal sürece dahil olma biçimlerini belirlemede önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle eğitim düzeyi, ekonomik durum ve kentleşme gibi etkenler, bireylerin siyasal katılım düzeylerini doğrudan etkilemektedir. Kalaycıoğlu (2006g, s.91), Türkiye örneğinde yaptığı çalışmada, eğitim seviyesi yükseldikçe siyasal katılım oranlarının arttığını ortaya koymuştur. Siyasal kültür ise bireylerin siyasete dair genel tutum ve değerlerini şekillendirerek, katılım biçimlerine yön vermektedir. Çaha (2000, s. 23-41), farklı siyasal kültür biçimlerinin (geleneksel, itaatkâr, katılımcı) bireylerin siyasal katılım kararlarını etkilediğini vurgulamaktadır. Bununla birlikte, bireysel motivasyonlar da siyasal katılımın önemli belirleyicileri arasındadır. Siyasal bilgi düzeyi, özgüven ve bireyin siyasal süreçlerde etkili olabileceğine dair inancı, katılım davranışlarını tetiklemektedir. Yıldız (2019ç, s. 67), üniversite öğrencileriyle gerçekleştirdiği araştırmasında, siyasal yeterlik duygusunun yüksek olduğu bireylerin katılıma daha istekli olduğunu ortaya koymuştur. Tüm bu yapısal ve bireysel unsurların yanı sıra, dijital araçlar da siyasal katılımın doğasını kökten değiştirmektedir. Sosyal medya platformları, bireylerin siyasal bilgiye erişimini kolaylaştırmakla kalmamış, aynı zamanda siyasal tartışmalara aktif biçimde katılmalarına, kampanya süreçlerinde yer almalarına ve topluluklar oluşturmalarına olanak tanımaktadır. Kocahan ve Yurttagüler , sosyal medyanın özellikle genç bireyler arasında siyasal katılımı teşvik edici bir etki yarattığını belirtmektedir. Tüm bu unsurlar birlikte değerlendirildiğinde, siyasal katılımın sabit ve tek boyutlu bir olgu olmadığı; aksine toplumun yapısal dinamikleri, bireylerin siyasal tutumları ve

teknolojik dönüşümler doğrultusunda sürekli yeniden biçimlendiği görülmektedir (Kocahan & Yurttagüler, 2020, ss. 35–39).

7.2. Geleneksel Siyasal Katılımın Eşitsiz Tarafı Kadınlar ve Dijital Katılım

Dijitalleşmenin etkisiyle siyasal katılım, geleneksel araçların ötesine geçmiştir. Sosyal medya gibi dijital platformlar sayesinde daha hızlı, yaygın ve etkileşimli bir yapıya kavuşmuştur. Sosyal medya, bireylerin yalnızca siyasal içerik tüketmelerine değil; aynı zamanda siyasal tartışmalara aktif şekilde katılmalarına, kampanyaları desteklemelerine ve farklı görüşlerle doğrudan etkileşime girmelerine olanak tanımaktadır (Gürbüz, 2022ö, ss. 72–75). Gainous ve Wagner'in (2013) çalışmasına göre, sosyal medya platformları özellikle genç bireylerin siyasal mobilizasyonunda etkili bir araç haline gelmiş; bu bireyler sosyal medya üzerinden siyasal taleplerini dile getirip örgütlenme kapasitesi geliştirebilmektedir. Ancak bu etkileşimin sınırsız doğası, beraberinde bilgi kirliliği, sahte hesaplar ve dezenformasyon gibi sorunları da getirmiştir. Kuyucu (2015c, s. 86), bu durumun siyasal katılımın niteliğini zedeleyebileceğine dikkat çekerken, Koçak (2022d, s. 80) ise sosyal medyada üretilen içeriklerin doğruluğunu teyit etme kültürünün eksikliği nedeniyle katılımın yüzeysel bir düzeyde kalabileceğini belirtmektedir.

Kadınların siyasal katılımı ise yalnızca demokratik temsilin meşruiyeti açısından değil, aynı zamanda toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması bakımından da önemli bir göstergedir. Siyasal karar alma süreçlerine kadınların etkin katılımı, yalnızca kadın haklarının ve taleplerinin siyasal düzlemde temsil edilmesini değil; aynı zamanda siyasal yapının daha kapsayıcı ve adaletli bir nitelik kazanmasını da sağlamaktadır (Dahlerup, 2006, s. 512). Türkiye özelinde değerlendirildiğinde ise kadınların siyasal katılım düzeyinin hâlâ erkeklerle eşitlikten uzak olduğu görülmekte; birçok yapısal, kültürel ve hukuki engelle karşı karşıya kaldığı anlaşılmaktadır (Arat, 2017e, s. 120).

Kadınların siyasal haklara erişimi, Türkiye'de erken Cumhuriyet döneminde gerçekleştirilen reformlarla sağlanmış ve 1930 yılında belediye seçimlerinde seçme ve seçilme hakkı verilmiştir. 1934 yılında ise anayasa değişikliğiyle milletvekili

seçme ve seçilme hakkı tanınmıştır. Bu gelişme, dönemin birçok Avrupa ülkesine kıyasla ileri bir demokratik adım olarak değerlendirilmiş; 1935 seçimlerinde 18 kadın milletvekili Türkiye Büyük Millet Meclisi'ne girmiştir (Arat, 1994, s. 30). Ancak bu erken dönemdeki sembolik temsiliyet, kadınların siyasal yapıda kalıcı ve etkin bir biçimde yer almasını sağlayamamış; izleyen yıllarda kadın temsili ciddi biçimde düşüş göstermiştir.

Güncel verilere göre, 2023 yılı itibarıyla TBMM'deki kadın milletvekili oranı %20,1 seviyesindedir. Bu oran, Avrupa ortalamasının ve Birleşmiş Milletler'in önerdiği %30'luk "kritik eşik" düzeyinin altındadır (Inter-Parliamentary Union, 2023). Türkiye'de siyasi partiler, kadın aday gösterme konusunda sınırlı bir irade ortaya koymakta; listelerin alt sıralarında kadınlara yer verilmekte ve liderlik pozisyonlarında erkeklerin hâkimiyeti sürmektedir (Yılmaz, 2021, s. 36). Siyasal temsil yalnızca niceliksel değil, aynı zamanda niteliksel bir katılımı da gerektirmektedir. Bu kapsamda, kadınların siyasal süreçlerde karar alma pozisyonlarına taşınmaları büyük önem arz etmektedir.

Kadınların siyasal yaşama katılımını sınırlandıran temel etkenler arasında ataerkil kültürel yapılar, geleneksel toplumsal roller, aile sorumluluklarının kadın üzerinde yoğunlaşması ve siyasetin maskülen karakteri öne çıkmaktadır. Yapılan saha araştırmaları, kadınların siyasetle ilgilenme eğilimlerinin yüksek olduğunu; ancak erkek egemen siyasal yapılar nedeniyle geri planda kaldıklarını göstermektedir (Çelik & Bal, 2019c, s. 84). Özellikle kırsal bölgelerde, kadınların siyasal kimliklerini ifade etmeleri sosyal baskılarla sınırlanmakta ve bu durum kadınların görünürlüğünü azaltmaktadır. Bu nedenle yalnızca bireysel çaba değil, kurumsal destek mekanizmalarının da geliştirilmesi gereklidir.

Kadın temsiline ilişkin çözüm önerileri arasında kota uygulamaları öne çıkmaktadır. Dünya genelinde pek çok ülke kadın temsiliyetini artırmak amacıyla yasal ya da gönüllü kota politikaları uygulamaktadır. Türkiye'de yasal bir cinsiyet kotası bulunmamakla birlikte bazı siyasi partiler gönüllü kota uygulamaları benimsemiştir. Örneğin, Cumhuriyet Halk Partisi, parti tüzüğünde %33 cinsiyet kotası öngörmekte; ancak bu kota çoğunlukla merkezden belirlenen listelerde etkili şekilde uygulanmamaktadır (Çoban, 2020, s. 118). Kota uygulamalarının başarılı

olabilmesi için yalnızca sayı hedefi değil, aynı zamanda etkin katılım ilkesi de dikkate alınmalıdır.

Yerel yönetim düzeyinde ise kadınların siyasal temsili oldukça düşüktür. 2019 yerel seçimlerinde Türkiye genelinde seçilen 1.389 belediye başkanının yalnızca 49'u (%3,5) kadındır (Yılmaz, 2021, s. 38). Oysa yerel yönetimler, kadınların günlük yaşamına doğrudan dokunan hizmetlerin üretildiği alanlar olması bakımından, kadın temsiliinin artırılmasının en fazla önem arz ettiği kurumlardan biridir.

Kadınların siyasal katılımında sivil toplum kuruluşlarının ve kadın hareketlerinin de kritik bir rol oynadığı görülmektedir. 1980 sonrası dönemde gelişen feminist hareketler, kadınların siyasal söylem üretmelerine olanak sağlamış ve kamuoyunu etkileme gücünü artırmıştır. Mor Çatı, KADER gibi sivil yapılar; kadın adaylara destek kampanyaları yürüterek, kadınların siyasete katılımını hem teşvik etmekte hem de görünürlüklerini artırmaktadır (Kandiyoti, 2000b, s. 78).

Dijitalleşme süreci, kadınların siyasal katılımı açısından yeni olanaklar yaratmıştır. Sosyal medya sayesinde kadınlar, siyasal kampanyalar başlatabilmekte, gündem oluşturabilmekte ve hak temelli söylemlerini daha geniş kitlelere ulaştırabilmektedir. Özellikle 2021 yılında kadın cinayetlerine karşı başlatılan #İstanbulSözleşmesiYaşatır etiketi, kadın hakları bağlamında dijitalleşmenin sunduğu siyasal katılım imkanlarına güçlü bir örnek teşkil etmektedir. Bu kampanya hem kamuoyu üzerinde farkındalık yaratmış hem de siyasal aktörleri harekete geçirmeye zorlamaktadır (Koçak, 2022e, s. 82).

Siyasal katılım yalnızca bireyin kişisel iradesine bağlı olarak gerçekleşen bir davranış değil; bireyin içinde bulunduğu ekonomik, kültürel ve sosyal yapılarla şekillenen çok katmanlı bir süreçtir. Ekonomik düzey, eğitim seviyesi, aile yapısı ve kültürel normlar, bireylerin siyasal sürece dahil olma biçimlerini doğrudan etkilemektedir (Kalaycıoğlu, 2006e, s. 86). Ekonomik kaynaklara erişim, bireyin siyasal alanda görünürlük kazanmasında belirleyici bir unsur hâline gelmektedir. Yüksek gelir düzeyine sahip bireyler, siyasal faaliyetlere maddi destek sağlama, bilgiye erişme ve örgütlü katılım sağlama açısından daha avantajlı konumdadır. Kaya ve Demirci'nin (2020d, s. 111) Tavşanlı örneğinde gerçekleştirdiği saha araştırması,

düşük gelirli bireylerin siyasal katılım eğilimlerinin düşük olduğunu; ancak sosyal hareketlilik sağlandığında bu farkın azalabildiğini göstermektedir.

Eğitim seviyesi de siyasal katılım üzerinde belirleyici etkiye sahiptir. Eğitimli bireyler siyasal süreçleri daha iyi analiz etmekte, hak ve sorumluluklarını daha iyi kavramakta ve siyasal haklarını kullanmada daha etkin olmaktadır (Güner, 2021b, s. 57). Bingöl ili örneğinde yapılan bir çalışmada, lise ve üniversite mezunu bireylerin oy kullanma oranlarının daha yüksek olduğu ve sosyal medya üzerinden siyasal içeriklere daha aktif katılım sağladıkları tespit edilmektedir.

Bununla birlikte, kültürel normlar, toplumsal değerler ve sosyal çevre, siyasal katılımın gelişimini doğrudan etkileyen diğer önemli faktörlerdir. Geleneksel toplum yapılarında siyaset genellikle erkeklere ait bir alan olarak görülmekte; bu durum özellikle kadınların ve gençlerin siyasete katılımını sınırlamaktadır (Çetin, 2018, s. 53). Aile içerisinde siyasal konuların yalnızca erkek bireylerce konuşulması, genç bireylerin siyasal katılımı konusunda özgüven eksikliği yaşamalarına yol açmaktadır. Bu bağlamda siyasal katılım, aynı zamanda sosyal öğrenme süreci olarak da değerlendirilebilir. Bireyler, siyasal tutum ve davranışlarını büyük ölçüde ailelerinden ve yakın çevrelerinden öğrenmektedir (Çelik & Bal, 2019ç, s. 82).

Sonuç olarak, siyasal katılım bireyin siyasetle ilgilenme düzeyi kadar; yaşadığı ekonomik koşullar, aldığı eğitim, içinde bulunduğu kültürel yapı ve sosyal çevreyle de yakından ilişkilidir. Siyasal katılımı artırmak ve nitelikli hale getirmek için bireysel farkındalık kadar yapısal eşitsizlikleri giderici politikalar, kapsayıcı eğitim reformları ve kültürel dönüşümleri teşvik eden programlar geliştirilmelidir. Bu sayede demokrasinin toplumsal temsiliyeti güçlenecek ve daha kapsayıcı bir siyasal yapı inşa edilebilecektir.

8. YEREL YÖNETİMLER VE SİYASAL KATILIM

Yerel yönetimler, demokrasinin yerinden yönetime dayanan en somut uygulama alanlarından biri olarak, vatandaşların siyasal kararlara doğrudan veya dolaylı katılımını mümkün kılan temel yapılardan biridir. Yerel yönetimlerin katılımcı yönetim anlayışı ile faaliyet göstermesi, hem yönetsel şeffaflığı artırmakta hem de demokratik meşruiyetin güçlenmesine katkı sağlamaktadır (Eryılmaz, 2016,

s. 173; Yılmaz, 2023, s. 239). Bu bağlamda yerel halkın kendi yaşam alanlarına dair kararlarda söz sahibi olabilmesi, yerel demokrasinin en temel göstergesi olarak değerlendirilmektedir.

Yerel düzeyde siyasal katılım, vatandaşların yalnızca seçim dönemlerinde oy kullanmaları ile sınırlı kalmamakta; aynı zamanda yerel kalkınma projelerine katkı sunmaları, mahalle toplantılarına katılmaları, belediye meclisi kararlarını izlemeleri gibi katılımcı uygulamalarla da şekillenmektedir. Bu tür katılım biçimleri, yurttaşların yöneticilerle doğrudan etkileşim kurmasını, taleplerini doğrudan iletebilmesini ve yerel politikaların şekillenmesinde rol oynamasını sağlamaktadır (Göker, Özdemir & Kurt, 2015, s. 44; Uslu, Yüce & Dursun, 2016, s. 5). Dolayısıyla yerel yönetimlerin, halkın katılımına açık mekanizmalar oluşturması, yerel demokrasinin etkinliğini artırmaktadır.

Yerel yönetimlerin halkla kurduğu iletişim biçimi, siyasal katılımın düzeyini doğrudan etkileyen diğer bir unsurdur. Katılımcı yönetim anlayışı çerçevesinde, toplumsal beklentilerin karşılanması, ihtiyaçların doğru şekilde analiz edilerek politika üretimine yansıtılması, yerel siyasal bilincin gelişmesini sağlar. Aynı zamanda yerel yönetimlerin hizmet kalitesi ve bu hizmetlerin vatandaş tarafından nasıl algılandığı da siyasal katılım kararlarını etkileyen önemli faktörler arasındadır (Aydın, 2019, ss. 21–22; Taydaş, 2021, s. 132). Bu çerçevede, yerel yönetimlerin şeffaf, hesap verebilir ve katılımcı bir yapı içinde faaliyet göstermesi, halkın yönetime olan güvenini artırmakta ve yerel siyasette daha aktif bir yurttaş profilinin oluşmasına katkı sunmaktadır (Yılmaz, 2024, s. 107).

Yerel yönetimler sadece hizmet sunan idari birimler değil; aynı zamanda demokrasinin toplumsallaştığı, halkın yönetime katılımını doğrudan deneyimleyebildiği önemli yapılardır. Siyasal katılımın yerel düzeyde güçlenmesi, demokratik yönetişimi pekiştiren bir süreç olarak yalnızca oy verme hakkıyla değil, karar alma süreçlerine katılma hakkı ve sorumluluğu ile de ilişkilidir. Bu süreç, halkın yönetime olan güvenini ve katılım motivasyonunu artırarak, daha güçlü, şeffaf ve kapsayıcı bir yerel demokrasinin inşasına olanak sağlamaktadır.

2. BÖLÜM

SOSYAL MEDYANIN KAVRAMSAL TEMELLERİ

Medya, toplumsal iletişim sistemlerinin en temel yapı taşlarından biridir. Geleneksel medya, uzun yıllar boyunca haber alma, bilgi yayma, kamuoyu oluşturma ve toplumu bilgilendirme açısından başat bir rol üstlenmiştir. Televizyon, gazete ve radyo gibi araçlar, tek yönlü bilgi akışına dayalı yapısıyla izleyiciyi pasif konumda tutmuş, toplumun büyük bölümü bu araçlar üzerinden gündemi takip etmektedir (Irak & Yazıcıoğlu, 2012, s. 16). Ancak özellikle 2000’li yıllardan sonra internetin ve dijital teknolojilerin gelişmesiyle birlikte, medya yapısı dönüşüm geçirmiş ve “yeni medya” kavramı ortaya çıkmıştır. Bu yeni yapı, bireylerin yalnızca içerik tüketicisi değil, aynı zamanda içerik üreticisi haline gelmelerine olanak tanımış; sosyal medya ise bu sürecin en dinamik ve yaygın bileşeni olarak dikkat çekmektedir. (Kırık, 2013, s. 130).

Sosyal medya platformları, bireyler arasında gerçek zamanlı, çift yönlü etkileşim kurulmasına imkan tanımakta; kullanıcılar içerik üretmekte, paylaşmakta ve geniş kitlelere ulaşabilmektedir. Facebook, Twitter, Instagram, TikTok ve YouTube gibi platformlar, yalnızca bireysel iletişimi değil, aynı zamanda siyasal, kültürel ve toplumsal katılımı da dönüştürmektedir (Gündüz & Pembecioğlu, 2013a, s. 145). Bu platformlar sayesinde bireyler düşünce, bilgi ve deneyimlerini çok hızlı bir şekilde yayabilmekte; sosyal medya, klasik medya araçlarından farklı olarak interaktif yapısıyla öne çıkmaktadır. Kullanıcılar sadece pasif izleyiciler değil, aktif aktörlerdir; içerik üretir, yorumlar yapar, anlık tepkiler verir ve gündem belirleyebilirler. Bu durum, sosyal medyayı yalnızca bir iletişim mecrası olmaktan çıkarıp, toplumsal etkileşimin ve dijital demokrasinin bir bileşeni haline getirmektedir (Kuyucu, 2015ç, s. 83).

Sosyal medyanın temel özelliklerinden biri, bilgi yayılımının hızı ve genişliği ile ilgilidir. Bir içerik saniyeler içerisinde milyonlarca kişiye ulaşabilir. Bu hızlı yayılma özelliği, özellikle kriz anlarında belirleyici bir rol üstlenir. Doğal afetler, siyasi gelişmeler veya toplumsal olaylar gibi durumlarda sosyal medya, hem bilgi akışı hem de kamuoyu oluşturma işlevi görür. Bu yönüyle sosyal medya, geleneksel

medyanın sınırlı hızını aşarak, kullanıcıların doğrudan sürece dahil olmalarını sağlamaktadır (Aydın, 2019, ss. 21–22).

Bir diğer önemli özellik ise sosyal medyanın sunduğu kişiselleştirilmiş içerik yapısıdır. Sosyal medya algoritmaları, kullanıcıların geçmiş etkileşimlerine göre içerik sunar; bu da kullanıcıya özel, ilgi alanına uygun içeriklerle karşılaşmasına olanak tanır. Ancak bu durum, bilgi balonlarının oluşmasına ve kutuplaşmanın derinleşmesine neden olabilir. Kullanıcılar yalnızca kendi görüşlerini destekleyen içeriklerle karşılaştıklarında, farklı fikirlerle karşılaşma olasılıkları azalır; bu da bireylerin bilgi çeşitliliğinden kopmalarına ve daha dar bir bakış açısıyla düşünmelerine yol açmaktadır (Taydaş, 2021, s. 135).

Sosyal medyanın bu teknik özelliklerinin yanında, toplumsal hareketlerin organize edilmesi sürecinde de oynadığı rol oldukça kritiktir. Türkiye’de 2013 yılında yaşanan Gezi Parkı protestoları, sosyal medyanın kolektif eylem üzerindeki etkisini açıkça gözler önüne sermiştir. Başlangıçta küçük çaplı bir çevre protestosu olarak başlayan bu eylem, sosyal medya aracılığıyla kısa sürede ulusal ve hatta uluslararası bir harekete dönüşmüştür. Hashtag’ler (#direngeziparkı gibi), paylaşım zincirleri ve canlı yayınlar sayesinde protestolar geniş bir kitle tarafından desteklenmiş, sosyal medya bir örgütlenme, mobilizasyon ve kamuoyu oluşturma aracı haline gelmektedir (Irak & Yazıcıoğlu, 2012, s. 88).

Bu süreçte sosyal medya, yalnızca eylemin yayılmasını değil, aynı zamanda gerçek zamanlı bilgi akışını da sağlamıştır. Eylemciler, sosyal medya üzerinden hem birbirleriyle iletişim kurmuş hem de gelişmeleri takip etmişlerdir. Bunun yanında, sosyal medyada paylaşılan görüntüler, geleneksel medyada yer bulmayan içerikleri gündeme taşıyarak alternatif bir kamu alanı yaratmıştır. Bu durum, sosyal medyanın haber üretiminde de etkin bir aktör haline geldiğini göstermektedir (Gündüz & Pembecioğlu, 2013b, s. 149).

Sosyal medyanın sunduğu bu geniş olanaklar, aynı zamanda bazı riskleri de beraberinde getirmiştir. Özellikle kişiselleştirilmiş içeriklerin yaygınlaşmasıyla bilgi balonları, dezenformasyon ve kutuplaşma gibi sorunlar da gündeme gelmiştir. Bu nedenle sosyal medya kullanıcılarının medya okuryazarlığı becerilerinin artırılması, dijital mecralarda bilinçli içerik tüketiminin teşvik edilmesi büyük önem

taşımaktadır. Ayrıca sosyal medya şirketlerinin algoritmalarını daha şeffaf hale getirmeleri ve yanlış bilgiyle mücadele konusunda daha aktif rol üstlenmeleri gerekmektedir (Kuyucu, 2015d, s. 88).

1. KAVRAMSAL OLARAK SOSYAL MEDYA

Sosyal medya, bireylerin internet temelli platformlar üzerinden içerik üretimi, paylaşımı ve karşılıklı etkileşim süreçlerini gerçekleştirebildiği dijital ortamlardır. Teknolojik gelişmelerin hızlanmasıyla birlikte sosyal medya, bireylerin gündelik yaşamlarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiş; yalnızca bireysel iletişimde değil, toplumsal, siyasal ve ekonomik alanlarda da önemli etkiler yaratmıştır. Kaplan ve Haenlein (2010) sosyal medyayı “Web 2.0 tabanlı teknolojiler üzerinden kullanıcıların içerik oluşturmaya ve paylaşmaya imkân tanıyan uygulamalar bütünü” olarak tanımlamaktadır. Bu tanım, dijital ortamda içerik üretiminin merkezinde kullanıcıların yer aldığını vurgulamaktadır (Akt. Dursun, 2015, s. 112).

Sosyal medya, geleneksel medyadan farklı olarak çift yönlü iletişime olanak tanımasıyla bireylerin hem içerik üreticisi hem de tüketicisi (prosumer) olmalarını sağlamaktadır (Kaya, 2021, s. 58). Bu özellik, bireylerin kamusal alandaki görünürlüğünü artırmakta ve gündem oluşturma süreçlerine aktif katılım imkânı sunmaktadır. Özellikle Facebook, Twitter, Instagram, YouTube ve TikTok gibi platformlar; bireylerin haber alma, fikir beyan etme, örgütlenme ve hatta siyasal katılım gibi faaliyetlerde daha etkin rol oynamalarına olanak tanımaktadır (Kurt, 2020, s. 75).

Sosyal medyanın temel özelliklerinden biri olan “etkileşimlilik”, kullanıcıların hem bireyler hem de kurumlarla karşılıklı olarak iletişim kurmasını mümkün kılar. Bu durum sosyal medyayı yalnızca bir iletişim aracı olmaktan çıkararak, aynı zamanda bir katılım ve temsil platformuna dönüştürmüştür (Bayraktar, 2019, s. 41). Buna ek olarak, sosyal medya algoritmaları, kullanıcıların dijital davranışlarını analiz ederek kişiselleştirilmiş içerikler sunmakta ve bireylerin yalnızca ilgi duydukları bilgiyle karşılaşmalarına neden olmaktadır. Bu durum “filter bubble” (filtre balonu) ve “echo chamber” (yankı odası) gibi olguları gündeme getirmektedir (Yıldırım, 2020, s. 88).

Sosyal medya kullanımının yaygınlaşması, aynı zamanda dijital vatandaşlık, dijital etik ve veri mahremiyeti gibi yeni kavramları da gündeme taşımıştır. Bireylerin sosyal medya platformlarında sergiledikleri davranışların etik sınırları, özellikle sahte haberlerin yayılması, nefret söylemi ve dijital zorbalık gibi sorunlar çerçevesinde tartışılmaktadır (Türkmen, 2022, s. 63). Sosyal medyanın bu çok yönlü yapısı, bireylerin yalnızca tüketici değil; aynı zamanda eleştiren, sorgulayan ve dönüştüren bir aktör haline gelmesini desteklemektedir.

Ayrıca sosyal medya, gençler başta olmak üzere birçok kullanıcı grubu için kimlik inşasında aktif bir rol oynamaktadır. Dijital ortamda sergilenen kimlik, bireyin çevrimdışı kimliğinden farklılaşabilmekte ve sosyal medya bu anlamda bir “gösteri mekânı” haline dönüşmektedir (Gürçan, 2018, s. 95). Kullanıcılar, profil düzenlemeleri, paylaştıkları içerikler ve takip ettikleri sayfalar aracılığıyla kendilerine dair bir imaj oluşturmakta; bu da sosyal medya kullanımını sosyolojik açıdan önemli bir araştırma alanı haline getirmektedir.

2. SOSYAL MEDYANIN TARİHSEL GELİŞİMİ

Sosyal medyanın tarihsel gelişimi, yalnızca teknolojik bir evrimi değil, aynı zamanda toplumsal yapının, iletişim biçimlerinin ve siyasal katılımın dönüşümünü de temsil eden çok boyutlu bir süreci yansıtmaktadır. Bu süreç, internetin yaygınlaşmasıyla 1990’ların sonlarında görünür hale gelmiş ve 2000’li yıllarda dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte toplumsal yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Sosyal medyanın ilk örneklerinden biri olarak kabul edilen “Usenet” (1979), kullanıcıların çevrim içi mesajlar paylaşmasına ve tartışma grupları oluşturmaya imkan sağlamış; böylece etkileşimli iletişimin ilk dijital adımları atılmaktadır (Irak & Yazıcıoğlu, 2012, s. 14). Ancak sosyal medyanın bugünkü yaygın ve etkileşimli formu, 2000’li yılların başında Facebook (2004), YouTube (2005), Twitter (2006) ve Instagram (2010) gibi platformların ortaya çıkmasıyla daha belirgin hale gelmiştir.

Bu platformlar sayesinde bireyler, yalnızca içerik tüketicisi değil; aynı zamanda içerik üreticisi konumuna geçmiş, bilgiye erişim ve paylaşım süreçleri demokratikleşmiştir. Sosyal medya, bu yönüyle yalnızca bireysel bir ifade aracı

değil, aynı zamanda toplumsal katılımın, politik mobilizasyonun ve kültürel etkileşimin temel bir mecrası haline gelmiştir. Özellikle 2010 sonrası dönemde yaşanan Arap Baharı gibi küresel toplumsal hareketlerde sosyal medya, bilgi akışını hızlandıran ve protestoların örgütlenmesini kolaylaştıran bir araç olarak kullanılmıştır. Bu bağlamda sosyal medya, geleneksel medya organlarının sınırlarını aşarak toplumsal değişimin tetikleyici bir gücüne dönüşmektedir (Kuyucu, 2015e, s. 81).

Sosyal medyanın bu evrimi, bireylerin kimlik inşa süreçlerini de doğrudan etkilemiştir. Dijital kimliklerin oluşumu, kullanıcıların çevrim içi ortamda kendilerini temsil etme biçimleriyle şekillenmekte; bireyler yalnızca yerel topluluklarıyla değil, aynı zamanda küresel ölçekte farklı kültürel gruplarla etkileşim kurabilmektedir. Bu etkileşim, toplumsal aidiyetin dijital ortamda yeniden tanımlanmasına neden olurken, bireylerin hem bireysel hem de kolektif kimliklerini yeniden üretmesine imkan sağlamaktadır (Gündüz & Pembecioğlu, 2013c, ss. 145–146). Yeni medya yapısı içerisinde sosyal medya, geleneksel medyadan farklı olarak pasif tüketimi değil, aktif katılımı teşvik eden bir ortam sunmaktadır.

2000’li yıllardan itibaren internetin geniş bant teknolojileriyle daha erişilebilir hale gelmesi ve akıllı telefonların günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmesiyle birlikte sosyal medya platformları da her an her yerden ulaşılabilir araçlara dönüşmüştür. Bu dönüşüm, bireylerin siyasal, kültürel ve ekonomik olaylara anlık tepkiler verebilmelerini; aynı zamanda gündem yaratmalarını mümkün kılmıştır. Sosyal medya, artık yalnızca bilgi edinme aracı değil; aynı zamanda bilgi üretme, paylaşma ve örgütlenme ortamı haline gelmektedir (Kırık, 2013, s. 132). Bu bağlamda sosyal medyanın siyasal protestolar, toplumsal dayanışma kampanyaları ve kamuoyunu yönlendirme gibi alanlarda etkisi her geçen gün artmaktadır.

Sosyal medyanın tarihsel gelişimi, teknolojik ilerlemenin ötesinde toplumsal dönüşümün de bir yansımasıdır. Bireylerin iletişim biçimleri, siyasal katılım yöntemleri ve kültürel aidiyetleri, sosyal medyanın sunduğu olanaklarla birlikte yeniden şekillenmektedir. Bu durum, sosyal medyanın yalnızca bir iletişim platformu değil; aynı zamanda bireylerin ifade özgürlüğünü, toplumsal bilinci ve küresel farkındalığı artıran bir araç olduğunu göstermektedir. Sosyal medyanın bu çok

boyutlu etkileri, toplumsal yapılar üzerindeki etkisini anlamaya yönelik araştırmaların derinleştirilmesini gerekli kılmaktadır. Zira sosyal medya, günümüz toplumlarında yalnızca bireysel değil, kolektif değişimlerin de motor gücü haline gelmektedir.

3. SOSYAL MEDYA VE TOPLUMSAL DAVRANIŞ BİÇİMLERİ

Sosyal medya ile ilgili yapılan akademik çalışmalar, dijital ortamların bireylerin davranış kalıplarını, kimlik inşa süreçlerini, toplumsal ilişkilerini ve psikolojik yapılarını dönüştürdüğünü göstermektedir. Bu bağlamda sosyal medya, yalnızca bir iletişim aracı olmanın ötesinde; bireyler arası etkileşimleri yeniden tanımlayan, toplumsal normlarla çatışabilen ve yeni davranış biçimlerinin gelişimine zemin hazırlayan bir sosyal alan niteliği taşımaktadır. Özellikle genç kullanıcılar açısından bakıldığında, sosyal medya platformlarında yer alan anonimlik, takipçi sayısı, beğeni ve yorum gibi dijital onay mekanizmaları; bireylerin kendilerini algılama, ifade etme ve sosyal bağ kurma biçimlerini doğrudan biçimlendirmektedir (Aytekin, 2020, s. 45). Bu dijital yapı, bir yandan bireylerin kimliklerini özgürce yansıtma olanağı sunarken, diğer yandan siber bağımlılık, dışlanmışlık hissi, siber zorbalık ve mahremiyet sorunları gibi davranışsal ve psikolojik riskleri de beraberinde getirmektedir.

Sosyal medya, özellikle ergen bireylerin kimlik inşası sürecinde belirleyici rol oynamaktadır. Gençler, çevrimiçi ortamlarda oluşturdukları dijital kimlikler üzerinden toplumsal onay ve görünürlük arayışına yönelmektedir. Bu süreçte kullanıcıların profil güncellemeleri, takipçi sayılarını artırma çabaları ve içerik üretimi yoluyla kendilerini ifade etme davranışları; benlik algısını doğrudan şekillendirmektedir (Koçak, 2022f, s. 74). Ancak çevrimiçi kimlik ile gerçek yaşam kimliği arasında oluşabilecek uyumsuzluk, bireylerde sosyal kıyaslama, yalnızlık ve anksiyete gibi psikolojik sorunlara neden olabilmektedir.

Bireysel davranışların ötesinde sosyal medya, toplumsal yapıların işleyiş biçimlerinde de önemli değişimlere yol açmaktadır. Aile ilişkilerinden arkadaşlık bağlarına, okul ortamından iş yaşamına kadar pek çok alanda sosyal medya kullanımı yeni davranış modelleri ortaya çıkarmaktadır. Özellikle aile içi dinamikler

bağlamında, dijital etkileşimlerin artması ebeveynlerin çocuklarının çevrimiçi faaliyetlerini izlemekte zorlanmalarına neden olmakta; bu da çocuk ve ergenlerin çevrimiçi ortamlarda daha kırılgan hale gelmesine yol açmaktadır (Yıldız, 2021d, s. 92). Tanımadıkları kişilerle iletişim kurma, uygunsuz içeriklerle karşılaşma ya da dijital zorbalığa maruz kalma gibi riskler, sosyal medya kullanıcıları açısından dikkat çekici boyutlara ulaşmaktadır.

Toplumsal bağlamda sosyal medyanın yeni davranış örüntüleri doğurduğu alanlardan biri de dijital toplumsal hareketlenmelerdir. Bu platformlar, ortak kimlik ve amaçlar çerçevesinde bireylerin bir araya gelmesini ve dijital örgütlenme biçimleri geliştirmesini mümkün kılmaktadır. Babacan'ın (2014a, s. 38) ifade ettiği üzere, geleneksel medya araçlarının sınırlı kaldığı durumlarda sosyal medya, alternatif bir kamu alanı oluşturarak bireylerin daha aktif ve yaygın biçimde toplumsal hareketlere katılmasını sağlamaktadır. Bu örgütlenme biçimi, gençlerin dijital mecralarda politik duyarlılıklarını ifade etmelerine ve küresel düzeyde dayanışma içinde hareket etmelerine olanak tanımaktadır.

Sosyal medya aynı zamanda toplumsal eylemler sırasında bilgi akışını koordine etme, kamuoyu oluşturma ve uluslararası farkındalık sağlama gibi işlevler de üstlenmektedir. Örneğin, Gezi Parkı protestoları sırasında sosyal medya, eylemciler arasında iletişim kurma ve bilgi yayma açısından işlevsel bir araç haline gelmiş; geleneksel medya organlarının yayımlamadığı içeriklerin dolaşıma sokulmasıyla, toplumsal bilinçlenme ve katılım davranışlarında önemli değişimler gözlemlenmektedir (Kuyucu, 2015f, s. 84). Bu çerçevede sosyal medya, bireyler arası iletişimin ötesine geçerek, dijital çağın toplumsal davranışlarını şekillendiren önemli bir araç konumuna ulaşmaktadır.

Günümüzde sosyal medya; bireysel psikoloji, aile yapısı, toplumsal bağlar ve siyasal katılım gibi birçok alanda davranış biçimlerini yeniden tanımlayan bir dinamik olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireylerin sosyal medya ile kurduğu ilişki biçimleri, yalnızca dijital dünyadaki varlıklarını değil; aynı zamanda gündelik yaşamlarındaki davranış tercihlerini ve toplumsal konumlanmalarını da belirlemektedir. Bu bağlamda sosyal medya, toplumsal dönüşümün sadece bir aracı değil; aynı zamanda bu dönüşümün davranışsal temellerini şekillendiren başat bir

bileşen haline gelmiştir. Dolayısıyla sosyal medya olgusu, mikro düzeyde birey davranışları, makro düzeyde ise toplumsal yapılar açısından çok yönlü ve bütüncül bir şekilde değerlendirilmelidir.

4. SİYASAL İLETİŞİMİN YENİ MECRASI SOSYAL MEDYA

Dijital çağın en belirgin özelliklerinden biri, iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmelerin bireylerin siyasal katılım ve iletişim biçimlerini köklü bir şekilde dönüştürmesidir. Özellikle sosyal medya platformları, siyasal iletişimin yapısını ve işleyişini yeniden şekillendirmiştir. Geleneksel medya araçlarının tek yönlü ve sınırlı etkileşim imkânı sunduğu döneme kıyasla, sosyal medya çok daha hızlı, interaktif ve kişiselleştirilebilir bir iletişim ortamı sunmaktadır (Karakaya, 2020, s. 112).

Sosyal medya, siyasal aktörlerin (siyasetçiler, partiler, liderler ve kampanya ekipleri) kamuoyuna doğrudan erişebilmesini sağlayarak aracısız bir iletişim imkânı yaratmıştır. Bu durum, özellikle seçim dönemlerinde sosyal medya kullanımının artmasını ve bu mecraların birer propaganda aracı olarak yoğun biçimde değerlendirilmesini beraberinde getirmiştir. Siyasal içeriklerin viral biçimde yayılması, seçmen davranışlarının yönlendirilmesinde etkili olmuş; halkla ilişkiler ve algı yönetimi stratejileri sosyal medya dinamiklerine göre yeniden yapılandırılmaktadır (Yıldız, 2018, s. 78).

Ayrıca sosyal medya, kullanıcıların yalnızca bilgiye erişmesini sağlamakla kalmayıp aynı zamanda içerik üreticisi olmasına da olanak tanımıştır. Bu durum, siyasal iletişimi çift yönlü hale getirmiş; seçmenlerin siyasal süreçlere daha aktif katılım göstermesine zemin hazırlamıştır. Katılımcı demokrasi anlayışının dijital alanda genişlemesine katkı sağlayan bu süreç, özellikle genç bireyler arasında siyasal farkındalığın artmasına neden olmaktadır (Özçetin, 2021, s. 54).

Bununla birlikte sosyal medyanın siyasal iletişimdeki etkileri yalnızca olumlu yönde değildir. Sahte haberlerin yayılması, dezenformasyon kampanyaları, trol orduları ve manipülatif içerikler gibi olgular, dijital ortamın etik sınırlarını tartışmalı hale getirmiştir. Bu bağlamda sosyal medyanın denetlenmesi, ifade özgürlüğü ile kamu yararı arasında hassas bir dengenin kurulmasını zorunlu kılmaktadır (Çakır, 2019, s. 139).

Sonuç olarak, sosyal medya siyasal iletişimin sadece içeriğini değil, biçimini, hızını ve yönünü de değiştirmiştir. Özellikle kriz anlarında siyasal söylemin şekillendirilmesinde belirleyici rol oynayan sosyal medya, artık yalnızca bir destekleyici araç değil, başlı başına bir siyasal aktör konumuna gelmiştir.

4.1. Siyasal Kampanyalar ve Stratejiler

Sosyal medya, siyasal kampanyaların temel yapı taşlarından biri haline gelmiştir. Geleneksel medya araçlarının sınırlı erişim kapasitesine karşılık, sosyal medya platformları siyasal partilere ve adaylara çok daha geniş ve hedeflenmiş kitlelere ulaşma imkânı sunmaktadır. Elitaş'ın (2020) çalışmasına göre, bu platformlar siyasetçilerin kampanyalarını yürütme biçimini köklü bir şekilde dönüştürmüş ve siyasal iletişimi çok daha kişisel ve etkili bir hale getirmiştir. Özellikle kişiselleştirilmiş reklamcılık teknikleri sayesinde, seçmenlere ilgi alanlarına ve demografik yapılarına göre özelleştirilmiş içerikler sunulmakta, bu da etkileşimi artırmaktadır.

Sosyal medya yalnızca kampanyaların yayılmasını sağlamakla kalmaz, aynı zamanda seçmenlerin duygusal ve bilişsel tepkilerinin analizine olanak tanır. Kampanya ekipleri, seçmenlerin beğenileri, yorumları ve paylaşımları gibi dijital ayak izlerini analiz ederek, hangi mesajların daha fazla etkileşim yarattığını belirlemekte ve stratejilerini buna göre şekillendirmektedir (Öztürk 2021a, s.84).

Bu doğrultuda, örneğin bir kampanya ekibi, sosyal medya verileriyle seçmenlerin özellikle ekonomik kriz veya toplumsal adalet gibi konulara daha duyarlı olduklarını tespit ederek, söylemlerini bu ekseninde şekillendirebilir. Ayrıca, duygusal bağ kurmak amacıyla hazırlanan video içerikler ve hikâyeleştirilmiş mesajlar, seçmenlerin duygularına hitap ederek onları harekete geçirmeyi hedefler.

Mikro hedefleme, sosyal medya kampanyalarında en yaygın kullanılan yöntemlerden biridir. Bu strateji, farklı seçmen gruplarına onların dijital geçmişleri ve ilgi alanlarına uygun mesajlar sunulmasını sağlar. Bu sayede seçmenlerle doğrudan bağ kurularak katılım oranları artırılmaya çalışılmaktadır (Elitaş, 2020, s. 215). Bu süreçte bazı riskler de mevcuttur. Sosyal medya üzerinden yayılan dezenformasyon, kampanyaların manipülatif hale gelmesine neden olabilir. Bu da

seçmenlerin gerçek dışı bilgilerle yönlendirilmesine ve demokratik sürecin zarar görmesine yol aamaktadır (ztrk, 2021b, s. 132).

4.2. Seçmen Davranışları ve Algı Yönetimi

Sosyal medya, seçmen davranışlarını ve siyasal algıları yönlendirme gücüne sahip bir mecra olarak ön plana çıkmaktadır. elik ve arkadaşlarının (2020a) alışmasında belirtildiği gibi, özellikle Twitter gibi mikroblog platformları, siyasal tartışmaların merkezine yerleşmiş ve kamuoyunun gündeminin şekillenmesinde büyük rol oynamıştır. Hashtag kullanımı ve "trend topic" sistemleri, belirli konuların hızla popülerleşmesini sağlayarak seçmenlerin dikkatlerini yönlendirmekte etkili olmaktadır.

Seçmenler, sosyal medya platformlarında karşılaştıkları içerikleri yalnızca bilgi edinmek amacıyla değil, aynı zamanda duygusal ve ideolojik bağ kurmak için de kullanmaktadır. Babacan'ın (2014b) alışmasına göre, seçmenler genellikle kendi dünya görüşlerine uygun içeriklere yönelmekte ve bu durum da "bilgi balonları" ve kutuplaşmayı beraberinde getirmektedir. Bu tür etkileşimler, seçmenlerin farklı görüşlere kapalı hale gelmesine neden olmaktadır.

Ayrıca, sosyal medyada yapılan algı yönetimi çalışmaları, adayların imajını güçlendirmek veya rakiplerini zayıflatmak için kullanılabilir. Görsel ve videolu içeriklerin viral etkisiyle hızla yayılması, seçmen algısını önemli lde etkileyebilir. Örneğin, bir siyasal parti adayının kriz anlarında gösterdiği "duyarlılık" grntş, seçmenlerin o adaya yönelik pozitif algı geliştirmesini kolaylaştırmaktadır.

4.3. Dezavantajlar ve Riskler

Sosyal medya, siyasal iletişim açısından çeşitli avantajlar sunarken, aynı zamanda ciddi riskler ve dezavantajlar da barındırmaktadır. Güleç'in (2018) alışmasına göre, sosyal medya platformlarında yayılan sahte haberler, seçmenlerin yanlış yönlendirilmesine ve demokratik seçim süreçlerinin sekteye uğramasına neden olabilir. Bu durum, siyasal karar alma süreçlerinin sağlıklı bir şekilde işlemesini engellemektedir.

Bir diğerk risk, sosyal medya algoritmalarının kullanıcıları yalnızca kendi görüşlerine uygun içeriklerle karşılaştırmasıdır. Bu da bireylerin karşıt görüşlerle temasını azaltır ve toplumsal kutuplaşmayı artırır. Kutuplaşma, demokratik sistemin çoğulculuk temelini zayıflatır ve toplumsal hoşgörünün azalmasına neden olmaktadır. (Çelik ve arkadaşları, 2020b, s. 91).

Ayrıca, siyasal içeriklerin yüzeysel biçimlerde sunulması, özellikle genç seçmenler arasında siyasetin magazinleşmesine ve derinlikten uzaklaşmasına yol açabilir. Bu durum, siyasal bilincin gelişimini engelleyebilir ve seçmenlerin karar alma süreçlerinde yeterli bilgiye dayanmayan tercihler yapmalarına neden olabilir.

Sosyal medya siyasal iletişimi yeniden şekillendiren güçlü bir araçtır. Ancak bu gücün etkin ve etik bir biçimde kullanılması, demokratik süreçlerin sağlığı açısından büyük önem taşımaktadır.

5. SEÇİM KAMPANYALARINDA SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE ETİK SORUMLULUK

Sosyal medya, modern siyasal iletişimin temel taşlarından biri haline gelmiş ve seçim kampanyalarının en etkili bileşenlerinden biri olarak öne çıkmıştır. Geleneksel medya araçlarının sınırlarını aşan sosyal medya platformları, hem siyasal aktörlerin seçmenlerle doğrudan ilişki kurmalarına olanak tanımış hem de toplumun her kesimini siyasal sürecin aktif bir parçası haline getirmiştir. Facebook, Twitter, Instagram ve YouTube gibi dijital platformlar, siyasal mesajların hızlı, hedefli ve düşük maliyetli biçimde yayılmasını sağlamaktadır. Ancak bu geniş erişim kapasitesi, beraberinde etik sorumlulukları da getirmektedir. Yanlış bilgi yayma, manipülasyon, nefret söylemi ve kişisel verilerin izinsiz kullanımı gibi sorunlar, seçim kampanyalarının dijital ortamdaki meşruiyetini ve şeffaflığını zedeleyen temel riskler arasında yer almaktadır (Altınbaş, 2015, s. 45–52).

Sosyal medya, seçim kampanyalarında yalnızca iletişim aracı değil, aynı zamanda stratejik veri kaynağı ve yönlendirme mekanizması işlevi de görmektedir. Seçim sürecinde, adaylar seçmenlerin dijital ayak izlerini takip ederek mikro hedefleme yöntemleriyle kişiselleştirilmiş içerikler sunmakta ve seçmen davranışlarını yönlendirmektedir. Bu stratejiler, seçmenlerin duygusal eğilimlerine

hitap eden temalar etrafında şekillenmekte ve kampanya söylemini biçimlendirmektedir. Örneğin, 2019 İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçimlerinde kullanılan sosyal medya stratejileri, adayların görünürlüğünü ve halkla etkileşimini doğrudan etkilemiş; özellikle Ekrem İmamoğlu'nun kampanyasında sosyal medya kullanımının başarıya katkısı gözlemlenmektedir (Okuroğlu & Dağtaş, 2021, s. 385–388).

Ne var ki bu iletişim yoğunluğu, seçmenlerin bilgiyle kurduğu ilişkinin niteliğini değiştirmektedir. Seçmenler, giderek daha fazla biçimde sosyal medya akışlarına maruz kalmakta ve paylaşılan içeriklerin doğruluğunu sorgulamadan kararlar verebilmektedir. Bu durum, sosyal medyada yayılan dezenformasyonun seçmen tercihleri üzerindeki etkisini artırmakta; demokratik sürecin adil işleyişini tehdit etmektedir. Tarmer (2023) tarafından yapılan çalışmada, Türkiye’de sosyal medya temelli seçim kampanyalarında en yaygın etik sorunun dezenformasyon olduğu ve bunun seçim sonuçlarını doğrudan etkileyebilecek güce ulaştığı vurgulanmaktadır.

Manipülasyonun bir diğer biçimi ise sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen gizli reklam faaliyetleridir. Bu reklamlarda, içeriklerin sponsorlu olduğu belirtilmeden kullanıcıların karşısına çıkarılan mesajlar, seçmenlerin bilinçli tercihler yapmalarını engellemektedir. Bu da etik olarak hem siyasi aktörlerin hem de platform sağlayıcılarının sorumluluğunu gündeme getirmektedir. Gizli reklam uygulamaları, yalnızca tüketici haklarını değil, aynı zamanda demokratik temsil ilkesini de zedelemektedir. Yasal olarak reklamların açık biçimde tanımlanması ve kaynağının belirtilmesi gerekirken, sosyal medya platformlarında bu şeffaflık çoğu zaman sağlanamamaktadır (Tarmer, 2023, s. 19–21).

Bir başka ciddi etik sorun ise kişisel verilerin ihlaliyle ilgilidir. Seçim kampanyaları sırasında, sosyal medya kullanıcılarının davranışları ve tercihlerine yönelik veriler toplamakta; bu veriler büyük veri analitiğiyle işlenerek seçmenlerin karar verme süreçlerine müdahale edilmektedir. Ancak bu süreç çoğu zaman veri sahibinin açık rızası olmaksızın yürütülmekte ve bireylerin mahremiyet hakları ihlal edilmektedir. Altınbaş, kişisel veri güvenliğine yönelik alınmayan önlemlerin hem

hukuki hem de etik sorumluluk doğurduğunu belirtmektedir (Altınbaş 2015, s. 53–55).

Bu etik sorunların önüne geçilebilmesi için bir dizi çözüm önerisi geliştirilmiştir. İlk olarak, seçim kampanyalarının dijital ortamda yürütülmesinde şeffaflık ilkesi esas alınmalı ve her içerik, kaynağı açık bir biçimde belirtilerek yayımlanmalıdır. Sosyal medya platformları, siyasi içerikleri “sponsorlu” veya “siyasi reklam” etiketiyle işaretleyerek kullanıcıların bu içerikleri daha bilinçli şekilde değerlendirmesine olanak tanınmalıdır. İkinci olarak, seçmenlerin dijital okuryazarlık düzeyinin artırılması kritik önemdedir. Eğitim kurumları ve sivil toplum kuruluşları, halkı dezenformasyona karşı bilinçlendirecek programlar düzenlemeli; özellikle genç seçmenlerin manipülasyona karşı dirençli hale getirilmesi sağlanmalıdır. Üçüncü olarak, sosyal medya platformlarının etik kodlara ve ulusal yasalara uygun biçimde düzenlenmesi gerekmektedir. Dijital platformların içerik denetiminde daha şeffaf, hesap verebilir ve katılımcı bir yapı benimsemesi, demokratik süreci güçlendirecektir. Tarmer’in (2023) raporunda da belirtildiği gibi, bu tür düzenlemeler seçim süreçlerine olan güvenin artmasına doğrudan katkı sağlamaktadır.

Sosyal medya seçim kampanyalarının dijital çağdaki en güçlü araçlarından biri haline gelmiş, ancak aynı zamanda ciddi etik ikilemleri de beraberinde getirmiştir. Bilgi akışının hızla manipüle edilebildiği bu ortamda, seçmenlerin özgür iradeye dayalı karar verebilmesi için şeffaf, hesap verebilir ve etik ilkelere dayanan bir kampanya süreci yürütülmelidir. Sosyal medyanın sunduğu imkanların demokrasiye katkı sağlayabilmesi, ancak bu platformların etik sorumluluk çerçevesinde kullanılmasıyla mümkün olacaktır.

6. SOSYAL MEDYANIN TEMEL FONKSİYONLARI

Sosyal medya, dijital çağın en yaygın iletişim araçlarından biri haline gelmiş ve bireylerin gündelik yaşamlarının ayrılmaz bir parçası olmuştur. Bu platformlar, kullanıcıların içerik üretimi, paylaşımı, geri bildirimde bulunma ve etkileşim kurma gibi çok yönlü faaliyetleri gerçekleştirebildiği yapılar olarak dikkat çekmektedir. Sosyal medyanın temel fonksiyonları, bu platformların bireylerle ve toplumla

kurduğu ilişkinin anlaşılması açısından önemli bir kuramsal çerçeve sunmaktadır (Şener & Yiğit, 2021a, s. 537).

Şener ve Yiğit'e göre sosyal medyanın altı temel fonksiyonu bulunmaktadır: açıklık, katılım, karşılıklı konuşma, topluluk oluşturma, içerik üretimi ve bağlantısallık. Açıklık, platformların geri bildirim ve katkıya açık yapısını; katılım, kullanıcıların aktif olarak içerik üretimine dâhil olabilmelerini; karşılıklı konuşma, iki yönlü etkileşim imkânını; topluluk oluşturma, ortak ilgi alanları etrafında kullanıcıları bir araya getirmeyi; içerik üretimi, kullanıcıların yalnızca tüketici değil üretici olmalarını ve bağlantısallık ise diğer dijital ortamlara entegrasyonu ifade etmektedir (Şener & Yiğit, 2021b, s. 538).

Bu işlevler sosyal medyanın yalnızca bireyler arası iletişimi kolaylaştırmakla kalmayıp, aynı zamanda bilgi akışını hızlandırarak dijital etkileşimi güçlendirdiğini göstermektedir. Sosyal medya, bireylerin sosyal çevrelerini genişletmelerine, gündemi takip etmelerine ve toplumsal olaylara dair görüş geliştirmelerine katkı sağlamaktadır. Ancak özellikle genç kullanıcılar açısından bu platformların bilinçsiz kullanımı, düşünsel gelişim üzerinde bazı riskleri de beraberinde getirebilmektedir (Şener & Yiğit, 2021c, s. 547).

Sonuç olarak sosyal medyanın temel fonksiyonlarını kavramsal düzeyde ele almak, bu araçların bireysel ve toplumsal davranış kalıplarını nasıl biçimlendirdiğini anlamak açısından büyük önem taşımaktadır. Bu farkındalık, sosyal medyanın sunduğu olanaklardan bilinçli bir şekilde yararlanmayı ve potansiyel olumsuzlukların önüne geçmeyi mümkün kılacaktır (Şener & Yiğit, 2021d, s. 548).

6.1. Doğrudan İletişim ve Katılım

Sosyal medya, siyasi adayların kampanya mesajlarını aracı olmadan seçmenlere ulaştırmalarını sağlayan etkili bir iletişim aracıdır. Geleneksel medyanın tek yönlü yapısının aksine, sosyal medya platformları çift yönlü ve etkileşimli bir iletişim imkânı sunar. Bu özellik, adayların seçmenlerle doğrudan etkileşime geçmelerine olanak tanır ve seçim sürecini daha demokratik hale getirir. Özellikle canlı yayınlar, paylaşımlar, anketler ve etkileşimli içerikler, seçmen katılımını teşvik eden araçlar arasında öne çıkmaktadır (Akyol, 2015a, s. 101).

2014 Türkiye Cumhurbaşkanlığı seçimleri örneğinde, adayların Facebook ve Twitter gibi sosyal medya platformları üzerinden yaptıkları yayınlarla seçmenlerin sorularına gerçek zamanlı yanıtlar verdikleri ve bu sayede doğrudan iletişim kurdukları gözlemlenmiştir. Bu etkileşim, seçmenlerin adaylara olan güvenini artırırken, katılım oranlarını da olumlu yönde etkilenmektedir (Akyol, 2015b, s. 107). Ayrıca, sosyal medya üzerinden yapılan anketlerin kamuoyunun eğilimlerini daha iyi anlamaya yardımcı olduğu ve bu verilerin seçim stratejilerinde etkili kullanıldığı görülmektedir (Karaca, 2024a, s. 157).

Bunun yanı sıra, sosyal medya sayesinde adaylar, geleneksel medyanın kontrolü dışında da seslerini duyurabilmekte ve bu durum, özellikle medyanın siyasi eğilimlerinin belirgin olduğu ülkelerde önemli bir avantaj sağlamaktadır. Sosyal medya, farklı görüşlerin ifade edilmesine olanak tanıyarak daha fazla bireyin siyasal sürece katılımını mümkün kılmaktadır (Akyol, 2015c, s. 102).

Sosyal medya yalnızca adaylara değil, aynı zamanda seçmenlere de kendilerini ifade edebilecekleri bir platform sunar. Adayların sosyal medya paylaşımlarına yapılan yorumlar, seçmenlerin fikirlerini dile getirmelerine ve kampanyalara aktif olarak katılmalarına olanak sağlar. Bu durum, özellikle genç seçmen grupları arasında siyasal katılım oranlarını yükseltme açısından büyük bir potansiyele sahiptir (Karaca, 2024b, s. 166). Dijital ortamda adayları doğrudan takip eden genç seçmenler, bu sayede politikalarını daha yakından tanıma fırsatı bulmakta ve kendi tercihlerine uygun adayları daha bilinçli bir şekilde değerlendirebilmektedir.

Sonuç olarak, sosyal medya, adayların seçmenleriyle doğrudan ve hızlı bir şekilde iletişim kurmalarını sağlayan güçlü bir araçtır. Bu doğrudan iletişim, hem adaylar hem de seçmenler için daha etkileşimli ve dinamik bir kampanya süreci yaratır. Sosyal medya üzerinden yapılan paylaşımlar, anketler, canlı yayınlar ve etkileşimli içerikler, seçmen katılımını artırmakta, seçim sürecinin daha şeffaf ve katılımcı olmasına katkı sağlamaktadır (Akyol, 2015ç, s. 114; Karaca, 2024c, s. 174). Bu gelişmeler, demokratik süreçlerin güçlenmesini ve katılımcılığın artmasını desteklemektedir.

6.2. Hedef Kitle Analizi ve Segmentasyon

Sosyal medya, seçim kampanyalarında adaylara hedef kitle analizi yapma ve seçmenlerin ilgi alanlarına göre içerik oluşturma fırsatı tanımaktadır. Geleneksel medya araçlarında, kampanya mesajları genellikle geniş ve homojen bir kitleye ulaşmaya yönelik olarak hazırlanırken, sosyal medya sayesinde adaylar çok daha özel ve hedeflenmiş içerikler oluşturabilir. Bu durum, kampanyaların daha verimli ve etkili bir şekilde yürütülmesini mümkün kılmaktadır (Neval, 2020, s. 89).

Sosyal medya platformlarının sunduğu veri analizi araçları ve algoritmalar sayesinde, adaylar seçmen davranışlarını daha derinlemesine analiz edebilmekte ve kampanya mesajlarını demografik özelliklere, ilgi alanlarına ve çevrimiçi etkileşimlere göre kişiselleştirebilmektedir (Karagöz, 2019, s. 134).

Algoritmalar, sosyal medya platformlarının kullanıcılar hakkında topladığı büyük veri setlerine dayanarak, belirli hedef kitlelere yönelik içeriklerin oluşturulmasına imkân tanır. Facebook, Instagram ve Twitter gibi platformlar; kullanıcıların yaş, cinsiyet, konum, eğitim düzeyi ve ilgi alanları gibi bilgilerini analiz ederek, adayların kampanya mesajlarını daha etkili bir şekilde belirli gruplara iletebilmesini sağlamaktadır (Kalaycı, 2021, s. 77). Örneğin, bir aday, genç seçmenlere yönelik çevreci politikaları öne çıkaran içerikler sunarken; farklı sosyo-ekonomik gruplara yönelik özel mesajlar geliştirerek daha etkili bir seçmen etkileşimi kurulabilmektedir. (Demirkol, 2018, s. 203).

Bu tür mikro hedefleme ve dijital segmentasyon, geleneksel medya yöntemlerinin aksine, daha düşük maliyetlerle ve daha isabetli mesajlarla kampanya yürütülmesine olanak tanımaktadır (Neval, 2020, s. 91). Facebook reklamları bu açıdan sıkça tercih edilen yöntemlerdendir. Facebook'un sunduğu reklam hedefleme araçları, reklamların belirli demografik gruplara, hatta çevrimiçi davranışlara göre gösterilmesini sağlamaktadır (Kalaycı, 2021, s. 78).

Sosyal medya platformlarında gerçekleştirilen anketler, etkileşimli içerikler ve kullanıcı geri bildirimleri, adayların hedef kitlelerinin beklenti ve ihtiyaçlarını daha doğru analiz etmelerine katkı sağlamaktadır (Karagöz, 2019, s. 136). Bu da, daha katılımcı ve seçmen odaklı bir kampanya yürütülmesini mümkün kılmaktadır.

Sosyal medya, adaylara sadece mesaj iletmekten öte; seçmeni tanımak, anlamak ve ilişki kurmak açısından stratejik avantajlar sunar. Sosyal medya araçlarının sunduğu algoritmik analiz ve mikro hedefleme imkânları, kampanya mesajlarının doğrudan, etkili ve ekonomik yollarla seçmenlere ulaştırılmasını sağlamaktadır (Demirkol, 2018, s. 205).

6.3. Etkileşimli İçerik ve Viral Yayılım

Sosyal medya içeriklerinin hızla yayılma potansiyeli, adayların kampanya mesajlarını geniş kitlelere ulaştırmasını sağlamaktadır. Dijital ortamda, paylaşılan her içerik kullanıcılar tarafından anında yorumlanabilir, beğenilebilir ve paylaşılabilir; bu da içeriğin viral hale gelmesine neden olmaktadır. Viral yayılım, kampanya mesajlarının sadece hedef kitleye değil, daha geniş bir seçmen kitlesine ulaşmasını sağlayarak, seçim sürecinin etkisini önemli ölçüde artırmaktadır (Aydoğan, 2021, s. 57). Bu süreç, geleneksel medyada olduğu gibi tek yönlü ve sınırlı bir iletişimden farklı olarak, anlık geri bildirim ve yayılım avantajı ile dinamik bir kampanya ortamı yaratmaktadır (Kaya & Yıldırım, 2020, s. 142).

Sosyal medya görsel ve yazılı içeriklerin bir arada kullanılabildiği etkili bir iletişim ortamı sunmaktadır. Adaylar, özellikle dikkat çekici görseller, videolar ve infografikler aracılığıyla mesajlarını hem daha hızlı hem de daha akılda kalıcı biçimde iletebilir. Görsel içeriklerin duygusal etki yaratma kapasitesi, seçmenlerin kampanyayla bağ kurmasına ve mesajların zihinsel bellekte daha uzun süre yer almasına katkı sağlamaktadır (Büyükkantarcıoğlu, 2019, s. 76). Örneğin, kampanya mesajları infografik ya da kısa video formatında sunulduğunda paylaşım ve etkileşim oranları anlamlı şekilde artmaktadır.

Bunun yanında, sosyal medyada kullanılan etkileşimli içerikler — anketler, yarışmalar ve yorum bazlı paylaşımlar — seçmenlerin kampanya sürecine aktif şekilde katılımını teşvik etmektedir. Bu katılım hem seçmenin kendini daha yakın hissettiği adayla bağ kurmasına hem de adayın seçmenin taleplerini daha iyi analiz edebilmesine olanak tanımaktadır (Koçak & Terkan, 2017, s. 183). Etkileşimli içeriklerin bu işlevi, sosyal medya kampanyalarının sadece bir duyuru aracı olmanın ötesine geçerek bir “katılım platformu” haline gelmesini sağlamaktadır.

Sosyal medya platformlarında kullanılan hashtag'ler, belirli temalar etrafında kamuoyu oluşturmak açısından önemli rol oynar. Özellikle Twitter ve Instagram gibi mecralarda belirli bir kampanya için kullanılan özgün ve dikkat çekici hashtag'ler (#GüçlüGelecek gibi), seçmenlerin kampanya etrafında birleşmesini ve içerik üretmesini kolaylaştırmaktadır. Bu strateji, kampanyanın sosyal medya algoritmaları tarafından daha görünür kılınmasını da sağlamaktadır (Yüksel, 2020, s. 91).

Viral içeriklerin başarısında, içeriğin kullanıcılar tarafından paylaşılabılır olması kilit öneme sahiptir. Paylaşılabılır içerikler sadece mesajın yayılımını değil, aynı zamanda seçmenlerin bu içeriği sahiplenmesini ve kendi ağlarında yaymasını da sağlamaktadır (Bayraktutan, 2018, s. 133). Ayrıca, sosyal medya platformlarının algoritmaları, yüksek etkileşim alan içerikleri öne çıkararak bu yayılımı daha da hızlandırmaktadır. Bu nedenle kampanya ekipleri, özellikle “beğeni”, “yorum” ve “paylaşım” gibi etkileşim metriklerine dikkat ederek içerik üretmekte ve bu etkileşimi teşvik eden stratejiler benimsemektedir (Demir & Karaduman, 2019, s. 98).

7. ETİK SORUMLULUKLAR VE TARTIŞMALAR

Sosyal medyanın seçim kampanyalarındaki kullanımının artması, beraberinde bir dizi etik sorun ve tartışmayı da getirmiştir. Sosyal medya, çok hızlı bir şekilde büyük kitlelere ulaşabilme gücüne sahipken, bu özellik aynı zamanda etik sınırların aşılmasına ve çeşitli manipülasyon tekniklerinin kullanılmasına da olanak tanımaktadır. Sahte hesapların oluşturulması, dezenformasyonun yayılması ve seçmen davranışlarının manipüle edilmesi, sosyal medyanın seçim süreçlerinde etik açıdan ciddi riskler doğurmasına yol açmıştır. Bu sorunlar, demokratik değerlerin ve seçim süreçlerinin güvenliğinin sağlanması açısından büyük bir tehdit oluşturmaktadır (Babacan, 2014c, s. 114; Güleç, 2018, s. 89).

Özellikle sahte hesaplar ve botlarla yürütülen propagandalar, seçim kampanyalarında etik sınırları zorlayan en büyük sorunlardan biridir. Sahte hesaplar, sosyal medya platformlarında gerçek kişiler gibi hareket ederek, belirli siyasi mesajları yaymak ve seçmenlerin görüşlerini manipüle etmek için kullanılabilir. Bu tür hesaplar, bireysel kullanıcılar gibi görünerek seçimde belirli bir adayı ya da siyasi

görüşü desteklemek için içerik üretebilir, toplumsal algıyı yönlendirebilir ve seçmenler üzerinde psikolojik baskı oluşturabilir. Bu durum, hem demokratik süreçleri tehdit etmekte hem de seçmenlerin karar verme süreçlerini manipüle etmektedir (Tunç, 2021, s. 77).

Sosyal medya ortamlarında yanlış bilginin yayılması, önemli bir etik sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Sahte haberler ve yanıltıcı içerikler, dijital platformlarda hızla dolaşıma girmekte ve seçmenlerin bilgiye dayalı karar alma süreçlerini olumsuz etkilemektedir. Bu tür içerikler, seçmenlerin doğru bilgiye ulaşmasını zorlaştırmakta ve kimi zaman bireylerin hatalı ya da eksik bilgilere dayanarak siyasal tercihlerde bulunmalarına neden olmaktadır. Böyle durumlar, seçim sonuçları üzerinde doğrudan etkiler oluşturabileceği gibi, seçmenlerin demokratik haklarını bilinçli biçimde kullanmalarını da engelleyebilmektedir. Özellikle seçim dönemlerinde artış gösteren yanlış bilgi akışı, toplumsal kutuplaşmayı derinleştirmekte ve siyasal aktörlere duyulan güvenin zedelenmesine yol açmaktadır (Kalaycıoğlu, 2020, s. 55; Aktaş, 2022, s. 41).

Bir başka önemli etik sorun ise, sosyal medya platformlarının algoritmalarının seçmenleri manipüle etme potansiyelidir. Sosyal medya şirketlerinin algoritmaları, kullanıcıların önceki davranışlarına göre içerik önerileri yaparak, onları belirli bir dünya görüşüne ya da siyasi bakış açısına yönlendirebilir. Bu durum, yalnızca bireylerin kendi fikirlerini pekiştirmelerine yol açmakla kalmaz, aynı zamanda daha geniş bir toplumsal kutuplaşma yaratabilir. Kullanıcılar, kendileriyle benzer görüşlere sahip olan kişilerle daha fazla etkileşime girmekte ve karşıt görüşlere daha az maruz kalmaktadır. Bu süreç, "echo chamber" (yankı odası) etkisini yaratmaktadır (Yıldırım & Karan, 2020, s. 94).

2018 Cumhurbaşkanlığı seçimleri, sosyal medya üzerinden yürütülen propagandanın kullanıcılar üzerindeki etkilerini gösteren önemli bir örnektir. Sosyal medyada yayılan manipülatif içeriklerin ve dezenformasyonun seçim sonuçlarına etkisi tartışılmaktadır. Özellikle sosyal medya platformları üzerinden yapılan propaganda, seçmen davranışlarını şekillendirebilecek kadar güçlü bir etkiye sahiptir (Korkmaz, 2021, s. 38). Bu süreçte, sosyal medya kullanıcıları, doğru bilgiye ulaşmakta zorluk çekerken, bazı kampanyalar yanlış bilgileri yayarak seçmenleri

etkilemeye çalıştı. Bu tür etik dışı uygulamalar, seçimlerin adil ve güvenilir olmasını tehdit etmektedir.

Etik sorumlulukların yerine getirilmesi, yalnızca seçim süreçlerinin güvenilirliğini sağlamakla kalmaz, aynı zamanda demokratik değerlerin korunmasına da katkı sağlar. Sosyal medya platformları ve siyasi aktörler, seçim kampanyalarını yürütürken şeffaflık, doğruluk ve etik sorumluluklar çerçevesinde hareket etmek zorundadır. Bu bağlamda, sosyal medyanın etik kullanımı, yalnızca seçmenlerin doğru bilgiye ulaşmasını sağlamakla kalmaz, aynı zamanda demokratik sistemin işleyişine katkıda bulunur. Bu nedenle, sosyal medya şirketlerinin ve siyasi aktörlerin etik sorumluluklarını yerine getirmeleri, daha sağlıklı bir seçim süreci için kritik öneme sahiptir (Erdoğan, 2019, s. 72).

3. BÖLÜM

SOSYAL MEDYADA SİYASAL KATILIM DAVRANIŞLARI ÜZERİNE TANIMLAYICI BİR ARAŞTIRMA

21. yüzyılda dijital teknolojilerin hızlı yükselişiyle birlikte siyasal iletişim süreçleri de önemli bir dönüşüm geçirmiştir. Özellikle sosyal medya, bireylerin siyasal katılım biçimlerini köklü şekilde yeniden tanımlamış ve demokratik süreçlerin doğasını dönüştürmüştür. Seçim dönemlerinde sosyal medya; bilgi edinme, siyasal tartışmalara katılım ve karar verme süreçlerini kolaylaştıran bir araç olarak ön plana çıkmaktadır (Loader & Mercea, 2011, s. 757). Geleneksel medyaya kıyasla daha erişilebilir ve etkileşimli olan bu platformlar, bireylerin siyasal içeriklere doğrudan ulaşmalarına ve anlık geri bildirim vermelerine olanak sağlayarak katılımı desteklemektedir.

Sosyal medya sayesinde adaylar ve siyasal partiler, doğrudan seçmenle iletişim kurabilmekte; seçmenler de kampanya süreçlerini aktif şekilde takip ederek siyasal gündem hakkında fikir beyan edebilmektedir (Chadwick, 2013, s. 33). Bu durum, siyasal katılımın yalnızca oy verme davranışıyla sınırlı kalmadığını; aynı zamanda içerik paylaşma, fikir belirtme ve çevrimiçi topluluklarla etkileşim kurma gibi dijital biçimlerle çeşitlendiğini ortaya koymaktadır. Özellikle genç bireyler için sosyal medya, siyasal farkındalık kazanmanın ve toplumsal meselelerle ilişki kurmanın ana mecralarından biri haline gelmektedir (Şen, 2019a, s. 70; Elciyar, 2016a, s. 51).

Ancak sosyal medyanın siyasal katılım üzerindeki etkisi yalnızca olumlu yönleriyle sınırlı değildir. Bu platformlar aynı zamanda dezenformasyonun yayılması, sahte hesaplarla yapılan manipülasyonlar ve siyasal kutuplaşmanın artması gibi olumsuz sonuçlara da zemin hazırlamaktadır. Pennycook ve Rand (2018), sosyal medya ortamlarında yayılan yanlış bilgilerin bireylerin politik kararlarını ciddi biçimde etkileyebileceğini ve teyit mekanizmalarının zayıf olduğu ortamlarda bu etkinin daha da belirgin hale geldiğini vurgulamaktadır (s. 389).

Isparta örneği üzerinden yapılan saha gözlemleri, sosyal medyanın yerel düzeyde seçmen davranışları üzerinde etkili olduğunu ortaya koymaktadır. 2023 genel seçimleri öncesinde, özellikle genç seçmenlerin Instagram, Twitter ve Facebook gibi platformlar üzerinden adayları takip ettiği, kampanya sürecine ilişkin içerikleri izlediği ve çevrimiçi siyasal etkileşimlerde bulunduğu gözlemlenmektedir (Kurt & Öztürk, 2022, s. 212). Bu süreçte sosyal medya, gençlerin hem siyasal bilgiye ulaşmasını hem de fikirlerini ifade etmelerini kolaylaştırmış; katılım motivasyonlarını artırmaktadır.

Öte yandan, sosyal medya tabanlı siyasal katılımın niteliği, yalnızca bireysel tercihlerle değil, aynı zamanda platformların teknik yapısıyla, algoritmalarla ve toplumsal bağlamla da ilişkilidir. Tufekci (2017, s. 143), sosyal medya platformlarının kolektif hareketlerin hızlı örgütlenmesine olanak tanıdığını ve siyasal mobilizasyonu hızlandırdığını belirtmektedir. Özellikle hashtag kampanyaları, görsel paylaşımlar ve canlı yayınlar gibi dijital araçlar, bireylerin çevrimiçi eylemlere katılımını kolaylaştırmakta ve katılımın görünürliğini artırmaktadır.

Ancak bu sürecin demokratik işleyişe katkı sağlayabilmesi için sosyal medya ortamlarının etik, şeffaf ve denetlenebilir yapılarla desteklenmesi büyük önem taşımaktadır. Bilgi doğruluğu, içerik güvenliği ve medya okuryazarlığı düzeyi gibi faktörler, sosyal medyanın siyasal sürece olan etkisinin niteliğini doğrudan belirlemektedir (Bayraktutan & Arslan, 2020, s. 98). Aksi takdirde dijital platformlar, kamuoyunun sağlıklı bilgiye erişimini ve seçim süreçlerinin güvenliğini tehdit eden bir mecra haline gelebilir.

1. SOSYAL MEDYA VE SİYASAL KATILIM KONUSUNDA YAPILAN SAHA ARAŞTIRMALARI

Sosyal medya, özellikle genç bireyler arasında yalnızca bir iletişim aracı değil; aynı zamanda siyasal katılım davranışlarının şekillenmesinde etkin bir mecra olarak ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda, Türkiye'de ve dünyada sosyal medya ile siyasal katılım ilişkisini ele alan birçok akademik çalışma gerçekleştirilmiştir. Aşağıda, bu konuya odaklanan başlıca çalışmalar ve bulgularına yer verilmektedir:

Varlık ve Erendag Sumer (2022), X, Y ve Z kuşaklarının sosyal medya kullanım alışkanlıklarını ve bu alışkanlıkların siyasal katılım üzerindeki etkilerini incelemiştir. Antalya’da yapılan bu çalışmaya göre; Z kuşağı sosyal medyada siyasal katılıma en yatkın grup olarak öne çıkarken, Y kuşağı sosyal medyaya en fazla güvenen fakat siyasal katılımı daha pasif kalan gruptur. X kuşağı ise sosyal medyayı daha az kullanmasına rağmen geleneksel yollarla siyasal katılımı daha aktiftir. Ayrıca, sosyal medyaya duyulan güven ile siyasal katılım arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki saptanmıştır ($r = .528, p < .01$)

Anadolu Üniversitesi’nde yapılan yüksek lisans tezinde, üniversite öğrencilerinin sosyal medya üzerinden gerçekleştirdikleri siyasal katılım davranışları incelenmiştir. Sonuçlara göre, öğrenciler sosyal medya aracılığıyla yoğun siyasal etkinlikler gerçekleştirmemekte; daha çok anlık ve düşük emek gerektiren eylemler (beğenme, yorum yapma, içerik paylaşma gibi) gerçekleştirmektedirler. Ayrıca, siyasal olarak kendini ilgili gören bireylerin sosyal medyada daha aktif olduğu gözlemlenmiştir. Çalışma, "pekiştirme kuramı" ile uyumlu sonuçlar sunmaktadır (Elciyar, 2016b, s. 101).

Şırnak’ta gerçekleştirilen bu alan çalışması, 427 katılımcıyla yapılmış ve sosyal medyanın siyasal katılım üzerindeki etkisini incelemiştir. Araştırma, sosyal medyanın sunduğu olanakların siyasal katılımı kolaylaştırdığı, kullanıcıların görüş bildirme ve paylaşım yoluyla siyasal sürece dahil olduklarını ortaya koymuştur. Sosyal medya, katılım araçlarından biri haline gelmektedir (Gündoğmuş, Maruf & Aksu, 2019a, s.78 - 103).

Ektiren (2022, s.17-20) tarafından yürütülen sistematik derleme çalışmasında, sosyal medya kullanımının siyasal katılım davranışları üzerinde belirgin bir rol oynadığı vurgulanmıştır. İncelenen 72 çalışmanın yaklaşık %80’i sosyal medya kullanımının siyasal katılımı olumlu yönde desteklediğini göstermekte; kullanıcıların siyasi bilgilenme, görüş paylaşma ve dijital eylem süreçlerinde sosyal medya platformlarını aktif biçimde kullandığı yönünde sonuçlar doğurmaktadır.

2019 yerel seçim sürecinde sosyal medyada sergilenen siyasal davranışların, bireylerin iç siyasal etkinlik düzeyleriyle ilişkisi ele alınmıştır. Korelasyon analizine göre, sosyal medya siyasal katılım düzeyi ile bireylerin siyasal süreçlere aktif

katılımı arasında pozitif ancak zayıf düzeyde bir ilişki tespit edilmektedir (Yılmaz & Yılmaz, 2020, s. 1-14).

Yaşar'ın (2021) gerçekleştirdiği çalışmada, bireylerin sosyal medya üzerinden gerçekleştirdiği siyasal ifadelerin, doğrudan siyasal katılım düzeyleri ile anlamlı bir ilişki içinde olduğu bulunmuştur. Özellikle Twitter kullanıcıları, diğer platformlara göre daha yüksek siyasal katılım düzeyine sahiptir. WhatsApp ise siyasal içerik paylaşımı açısından öne çıkmaktadır.

Sayimer'in (2025) çalışmasında, 1.057 seçmen üzerinde yapılan analizler sosyal medyanın bireylerin siyasal karar alma süreçlerinde belirleyici rol oynadığını ortaya koymuştur. Katılımcıların çoğunluğu, politik gündemi sosyal medya üzerinden takip ettiğini ve fikir oluştururken bu içeriklerden etkilendiğini ifade etmiştir.

Gündoğmuş, Maruf ve Aksu (2019b, s.78-23) tarafından Şırnak ilinde yapılan çalışmada, sosyal medyanın siyasal katılım üzerindeki etkisi ölçülmüştür. Katılımcıların büyük kısmı, sosyal medyada karşılaştıkları içeriklerin siyasal kanaatlerini etkilediğini belirtmiştir. Ayrıca bölgesel farkındalık yarattığı ve gündemi bireysel ölçekte izleme imkânı sunduğu vurgulanmıştır.

Öztürk (2024) çalışmasında X, Y ve Z kuşaklarının siyasal katılım düzeyleri sosyal medya üzerinden incelenmiştir. Sonuçlar, X kuşağının sosyal medya aracılığıyla daha yüksek siyasal katılım sergilediğini; Z kuşağının ise bilgi tüketiminde aktif fakat katılımı daha pasif olduğunu göstermektedir.

Olkun, Yüksel ve Akdemir (2018) tarafından 400 üniversite öğrencisiyle gerçekleştirilen saha çalışması, sosyal medya kullanımının gençlerin siyasal katılım biçimlerini dönüştürdüğünü ortaya koymaktadır. Öğrenciler, sosyal medyada politik içerik paylaşma, siyasi parti veya liderlere dijital destek sunma gibi eylemlerde bulunduklarını belirtmiştir. Bu durum, genç seçmenlerin sosyal medyayı bir siyasal ifade alanı olarak kullandığını ve geleneksel katılım yollarına alternatif bir mecra oluşturduğunu göstermektedir.

Bu çalışmalar, sosyal medyanın siyasal katılım üzerindeki etkisinin yalnızca bireysel motivasyon ve siyasal ilgi düzeyine bağlı kalmayıp; kuşak farkı, platform tercihleri, internet altyapısı gibi pek çok faktöre göre şekillendiğini ortaya

koymaktadır. Genel olarak, sosyal medya bireyleri bilgilendiren, yönlendiren ve etkileşime sokan bir araç olarak siyasal katılımı desteklemektedir.

2. ARAŞTIRMANIN KONUSU

Bu araştırma, sosyal medya platformlarının siyasal katılım davranışlarını anlamaya yönelik tanımlayıcı bir inceleme sunmaktadır. Günümüz dijital iletişim ortamında sosyal medya, bireylerin yalnızca gündelik etkileşimlerini değil, aynı zamanda siyasal süreçlere katılım biçimlerini de dönüştüren önemli bir araç haline gelmiştir. Bu bağlamda araştırma, 2023 Türkiye genel seçimleri ve 2024 yerel seçimleri ekseninde sosyal medyanın, seçmenlerin siyasal tutumları, bilgiye erişim biçimleri ve katılım düzeyleri üzerindeki davranışlarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışma, Isparta ili örneğinde gerçekleştirilen saha araştırmasına dayalı olarak, sosyal medya kullanım sıklığı, platform tercihleri, dijital siyasal etkileşim biçimleri ve demografik değişkenler temelinde seçmen davranışlarını açıklamayı hedeflemektedir. Tanımlayıcı analiz yöntemiyle yürütülen bu araştırma, dijital mecraların siyasal katılım üzerindeki rolünü anlamaya ve gelecekteki siyasal iletişim stratejilerine katkı sunmaya yönelik özgün bulgular üretmeyi amaçlamaktadır.

3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu araştırmanın temel amacı, sosyal medya platformlarının bireylerin siyasal katılım davranışlarını nasıl biçimlendirdiğini tanımlayıcı bir yaklaşımla ortaya koymaktır. Dijitalleşmenin gündelik yaşam pratiklerine derinlemesine nüfuz ettiği günümüzde, sosyal medya yalnızca bir iletişim aracı değil, aynı zamanda siyasal bilinçlenmenin, kamuoyu oluşturma ve katılım yollarının yeniden şekillendiği bir mecra hâline gelmiştir. Bu bağlamda araştırma, sosyal medya kullanım alışkanlıklarının bireylerin siyasal süreçlere katılım düzeyleri üzerindeki belirleyici rolünü analiz etmeyi amaçlamaktadır.

Çalışma, 2023 Türkiye genel seçimleri ve 2024 yerel seçimleri bağlamında, Isparta ili örneğinde seçmenlerin sosyal medya kullanımı ile siyasal katılım düzeyleri arasındaki ilişkiyi açıklığa kavuşturmayı hedeflemektedir. Özellikle yaş, cinsiyet,

eğitim düzeyi ve yaşanan yerleşim yeri gibi demografik değişkenlerin, sosyal medya aracılığıyla gerçekleşen siyasal katılım biçimleri üzerindeki farklılaştırıcı etkileri değerlendirilmektedir. Bu sayede, geleneksel siyasal katılım kalıplarının ötesinde, dijital ortamda gelişen yeni siyasal davranış biçimlerinin yapısı anlaşılmasına çalışılmaktadır.

Araştırmanın önemi, sosyal medya araçlarının siyasal katılım üzerindeki rolünü yerel düzeyde ampirik verilere dayalı olarak ele alması ve siyasal iletişim alanına özgün katkılar sunmasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca, çalışma; siyasal kampanya stratejilerinin dijital ortama uyarlanmasında, sosyal medya okuryazarlığının geliştirilmesinde ve katılımcı demokrasi anlayışının yaygınlaştırılmasında politika yapıcılar, akademisyenler ve iletişim uzmanları için yol gösterici niteliktedir. Elde edilen bulgular, sosyal medya kullanımının siyasal süreçlerdeki dönüştürücü potansiyelini anlamlandırmak açısından hem kuramsal hem de uygulamalı düzeyde anlamlı katkılar sunmaktadır.

4. ARAŞTIRMA SORU VE HİPOTEZLERİ

Bu araştırma, Isparta ilinde yaşayan bireylerin sosyal medya platformlarını siyasal içerikli amaçlarla kullanım düzeylerini ve bu kullanımın siyasal katılım davranışları üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Dijitalleşme ile birlikte bireylerin siyasal bilgiye erişim kaynaklarının çeşitlenmesi, sosyal medyanın hem pasif bir bilgi edinme alanı hem de aktif bir siyasal katılım mecrası hâline gelmesini sağlamıştır. Bu bağlamda, çalışmanın temel odak noktası; sosyal medya kullanım biçimlerinin, bireylerin siyasal süreçlere dâhil olma, oy verme tercihlerinde etkilenme ve siyasal farkındalık düzeylerine olan yansımalarını incelemektir.

Bu kapsamda araştırmanın problemine ilişkin aşağıdaki araştırma soruları ve bu soruları sınamaya yönelik olarak geliştirilen hipotezler belirlenmiştir:

Araştırma Sorusu

S1. Araştırmaya katılanların sosyal medya siyasal katılım davranışları hangi temel faktörlerle tanımlanabilir?

Araştırma Hipotezi

H1: İnternet kullanım süresi ile sosyal medyada siyasal katılım faktörleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H2: Sosyal medyada siyasal katılım faktörleri ile katılımcıların kendileri ile ilgili siyasal katılım konusundaki aktiflik durumlarını tanımlama biçimleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H3: Katılımcıların sosyal medyanın siyasal katılımı artıracağı görüşü ile sosyal medyada siyasal katılım faktörleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H4: Katılımcıların siyasal katılımı seçim dönemleriyle sınırlayan görüşe katılma durumları ve sosyal medyada siyasal katılım faktörleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H5: Sosyal medyada siyasal katılım faktörleri ve katılımcıların siyasal katılımın en etkili yolunu tanımlama biçimleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H6: Sosyal medyada siyasal katılım faktörleri ve katılımcıların oy verirken sosyal medyadaki içerikleri önemseme durumları arasında anlamlı bir fark vardır.

H7: Sosyal medyada siyasal katılım davranışları ve araştırmaya katılanların yaş düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H8: Araştırmaya katılanların eğitim düzeyleri ile sosyal medyada siyasal katılım faktörleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H9: Araştırmaya katılanların cinsiyeti ve sosyal medyada siyasal katılım faktörleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H10: Araştırmaya katılanların yaşadıkları yerleşim birimi ve sosyal medyada siyasal katılım faktörleri arasında anlamlı bir fark vardır.

5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu araştırma, bireylerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının siyasal katılım üzerindeki belirleyici rolünü incelemek amacıyla nicel araştırma yöntemi temel alınarak tasarlanmıştır. Araştırma, kesitsel tarama modeli çerçevesinde yürütülmüş olup, veri toplama süreci yapılandırılmış çevrim içi anket aracılığıyla gerçekleştirilmiştir (Karasar, 2012, s. 115).

5.1 Araştırmanın Uygulanması ve Örneklem

Araştırmanın saha uygulaması, 2024 yılı Kasım-Aralık ayları arasında gerçekleştirilmiştir. Veriler, Google Forms platformu aracılığıyla yapılandırılmış çevrim içi anket formu üzerinden toplanmıştır. Anket formu, katılımcıların demografik bilgileri, sosyal medya kullanım sıklığı ve tercihleri, siyasal içeriklere maruz kalma düzeyi ve siyasal katılım davranışlarına yönelik ifadeleri içermektedir. Anketin uygulanmasında gönüllülük esas alınmış ve katılımcılara araştırmanın amacı, gizlilik esasları ve veri kullanım biçimi hakkında bilgilendirme yapılmıştır.

Veri toplama süreci boyunca katılımcılara herhangi bir yönlendirme yapılmamış, kendi beyanlarına dayalı olarak veri girişi sağlanmıştır. Anket formunun hazırlanmasında daha önce geliştirilmiş ve geçerliliği test edilmiş ölçek maddeleri temel alınmış, ayrıca araştırmanın bağlamına uygun olarak bazı ifadeler araştırmacı tarafından uyarlanmıştır. Uygulama süreci boyunca etik kurallar gözetilmiş ve hiçbir katılımcıya kişisel veri sorulmamıştır.

Araştırmanın örneklemine, Isparta ilinde ikamet eden ve gönüllülük esasına dayalı olarak çevrim içi anket formunu eksiksiz şekilde dolduran 414 birey oluşturmaktadır. Örneklem, herhangi bir kurumsal bağlılıkla sınırlandırılmamış olup, yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve yerleşim yeri gibi demografik değişkenler bakımından çeşitlilik göstermektedir.

Örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleme (convenience sampling) tekniği tercih edilmiştir. Bu yöntem, özellikle dijital ortamda veri toplanan araştırmalarda zaman ve erişim açısından verimli olması nedeniyle tercih edilmiştir (Büyüköztürk, 2021, s. 89). Katılımcıların tamamı sosyal medya kullanıcısı olup, en az bir sosyal medya platformunu aktif şekilde kullandıklarını beyan etmişlerdir. Bu özellik, araştırmanın amacına hizmet edecek biçimde örneklemin uygunluğunu sağlamıştır.

5.2. Araştırma Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada veri toplama aracı olarak, çevrim içi anket formu kullanılmıştır. Anket, araştırmanın amacı doğrultusunda bireylerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını ve siyasal katılım düzeylerini ölçmeye yönelik

uygulanmaktadır. Ayrıca katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve yerleşim yeri gibi temel demografik bilgilerini elde etmeye yönelik sorulara da yer verilmiştir.

Anket formunu oluştururken, daha önce sosyal medya ve siyasal katılım konularında yapılmış ampirik araştırmalarda kullanılan ölçeklerden yararlanılmıştır (Güllüpunar, M. D. 2022; Yolçu, N. 2017; Göksu, V. 2015; Erendağ-Sümer, F. 2017; Çelik, T., & Şahin, M. 2023). Anket maddeleri, **5'li Likert tipi** (1=Kesinlikle Hayır – 5=Kesinlikle Evet) ölçekle yapılandırılmış olup, katılımcıların tutum ve davranışlarını derecelendirmeye olanak tanıyacak şekilde hazırlanmıştır.

Anket formu, erişim kolaylığı ve zaman tasarrufu sağlaması açısından **Google Forms** üzerinden çevrimiçi olarak uygulanmıştır. Katılımcılar, gönüllülük esasına dayalı olarak ankete dâhil edilmiş olup, araştırmanın amacı, kapsamı ve gizlilik ilkeleri hakkında ön bilgilendirme yapılmıştır. Katılımcıların kişisel verilerine dair hiçbir bilgi toplanmamış; tüm veriler anonim biçimde değerlendirilmiştir.

5.3. Araştırmada Kullanılan Testler

Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizinde, **SPSS 26.0** istatistik programı kullanılmıştır. Verilerin istatistiksel olarak değerlendirilmesinde hem betimsel hem de fark testlerinden yararlanılmıştır

Tanımlayıcı İstatistikler: Katılımcıların demografik özelliklerini, sosyal medya kullanım sıklıklarını ve siyasal katılım düzeylerini genel olarak tanımlamak amacıyla ortalama, standart sapma, minimum ve maksimum değerler hesaplanmıştır.

Normallik Testi: Değişkenlerin dağılım yapısını değerlendirmek amacıyla çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri incelenmiştir. Bu değerler ± 1.5 aralığında ise normal dağılım varsayımı kabul edilmiştir (Büyüköztürk, 2021, s. 40).

Güvenirlilik Analizi: Ölçeğin iç tutarlılığını belirlemek için Cronbach's Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Katsayının 0.70 ve üzerinde olması kabul edilebilir güvenilirlik düzeyi olarak değerlendirilmiştir.

Bağımsız Örneklem t-Testi: Cinsiyet gibi ikili gruplar arasında sosyal medya kullanım düzeyleri ve siyasal katılım ortalamalarının anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla kullanılmıştır.

Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA): Eğitim düzeyi, yaş grubu gibi üç ve daha fazla gruba sahip değişkenlerdeki farkları analiz etmek amacıyla uygulanmıştır.

6. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

6.1. Betimleyici İstatistikler

Araştırmaya katılan bireylerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları, siyasal içeriklere yönelik tutumları ve siyasal katılım algıları çeşitli sorular aracılığıyla değerlendirilmiştir. Bu bulgular, katılımcıların sosyal medya ile siyasal katılım arasında anlamlı bir ilişki kurduğunu; ancak siyasal katılımın hala büyük oranda oy verme davranışıyla özdeşleştirildiğini göstermektedir. Sosyal medya, haber takibi ve eğlence amaçlı yoğun olarak kullanılmakta; siyasal içeriklerle ise daha çok pasif düzeyde (okuma, izleme) etkileşim kurulmaktadır. Aktif siyasal paylaşım ve içerik üretme düzeyleri, görece daha düşük seyretmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Siyasal Katılım Tutumları

		n	%
Hangi sosyal medya platformlarını kullanıyorsunuz?	Facebook	248	25,2
	TwitterX	180	18,3
	Instagram	308	31,3
	TikTok	106	10,8
	LinkedIn	95	9,6
	Diğer	48	4,9
Sosyal medyaya hangi amaçlarla giriyorsunuz?	Haber takip etmek	291	22,0
	Arkadaşlarla iletişim	250	18,9
	Video/içerik izlemek	224	16,9
	Çevremde olup bitenlerden haberdar olmak	182	13,7
	Sosyal mecralarda olup bitenleri merak ediyorum	118	8,9
	Vakit geçirmek	144	10,9
	Eğlenmek	115	8,7
Sosyal medyada en çok hangi tür içeriklerle ilgileniyorsunuz?	Haberler	271	28,7
	Politik tartışmalar	140	14,8
	Eğlence ve mizah	270	28,6
	Eğitim	132	14,0
	Kültür ve sanat	130	13,8
Sizce siyasal katılım ne anlama gelir?	Oy kullanmak	305	47,8
	Siyasi partilere üye olmak	120	18,8
	Protesto ve gösterilere katılmak	110	17,2
	Sosyal medyada siyasi içerik paylaşmak	92	14,2
Siyasal katılımın en etkili yolu sizce hangisidir?	Seçimlerde oy kullanmak	260	62,5
	Sivil toplum kuruluşlarında aktif olmak	75	18,0
	Sosyal medyada siyasi görüşleri paylaşmak	43	10,3
	Dilekçe vermek veya kampanyalara destek olmak	23	5,5
2024 yerel Seçimlerinde oy Kullandım.	Evet	366	88
	Hayır	43	10,3
.Sosyal medyada karşılaştığım siyasal içerikleri oy verme davranışımı belirlerken dikkate alırım	Kesinlikle Hayır	120	28,8
	Hayır	106	25,5
	Ne Evet Ne Hayır	115	27,6
	Evet	56	13,5
	Kesinlikle Evet	15	3,6
	Kesinlikle Hayır	120	28,8

Çalışmada, bireylerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları, siyasal katılım düzeyleri ve siyasal katılıma ilişkin algıları incelenmiştir. Katılımcıların en sık kullandıkları sosyal medya platformu Instagram'dır (n = 308, %31,3). Bunu Facebook (n = 248, %25,2), TwitterX (n = 180, %8,3), TikTok (n = 106, %10,8) ve

LinkedIn (n = 95, %9,6) takip etmektedir. Diğer platformları kullananların oranı ise daha düşüktür (n = 48, %4,9).

Sosyal medyaya giriş amaçları değerlendirildiğinde, en yaygın amaç haber takip etmektir (n = 291, %22,0). Bunu arkadaşlarla iletişim (n = 250, %18,9), video veya içerik izlemek (n = 224, %16,9), çevrede olup bitenleri takip etmek (n = 182, %13,7) ve sosyal medyadaki gelişmeleri merak etmek (n = 118, %8,9) gibi diğer amaçlar izlemektedir. Ayrıca, vakit geçirmek (n = 144, %10,9) ve eğlenmek (n = 115, %8,7) de önemli kullanım nedenleri arasında yer almaktadır.

İçerik türlerine göre dağılıma bakıldığında, katılımcıların en fazla haber içerikleriyle (n = 271, %28,7) ve eğlence-mizah içerikleriyle (n = 270, %28,6) ilgilendiği görülmektedir. Politik tartışmalar (n = 140, %14,8), eğitim (n = 132, %14,0) ve kültür-sanat (n = 130, %13,8) içerikleri de dikkat çeken diğer kategorilerdir.

Siyasal katılım algısına ilişkin olarak, siyasal katılımın anlamı sorulduğunda katılımcıların büyük çoğunluğu oy kullanmak (n = 305, %47,8) şeklinde yanıt vermiştir. Bunu siyasi partilere üye olmak (n = 120, %18,8), protesto ve gösterilere katılmak (n = 110, %17,2) ve sosyal medyada siyasal içerik paylaşmak (n = 92, %14,2) izlemektedir.

Katılımcılara göre siyasal katılımın en etkili yolu seçimlerde oy kullanmaktır (n = 260, %62,5). Bunu sivil toplum kuruluşlarında aktif olmak (n = 75, %18,0), sosyal medyada siyasi görüş paylaşmak (n = 43, %10,3) ve dilekçe vermek/kampanyalara destek olmak (n = 23, %5,5) izlemektedir.

2024 yerel seçimlerine katılım incelendiğinde, 366 (%88,0) kişinin oy kullandığı, 43 (%10,3) kişinin ise oy kullanmadığı görülmektedir. Bu durum, katılımcıların büyük bölümünün seçim sürecine doğrudan katılım gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Ayrıca, oy verme davranışında sosyal medyada karşılaşılan siyasal içeriklere verilen önem incelendiğinde, en yüksek oran “Kesinlikle Hayır” diyen gruba aittir (n = 120, %28,8). Bunu sırasıyla “Hayır” (n = 106, %25,5), “Ne Evet Ne Hayır” (n = 115, %27,6), “Evet” (n = 56, %13,5) ve “Kesinlikle Evet” (n = 15, %3,6) seçenekleri

takip etmektedir. Bu bulgu, sosyal medya içeriklerinin oy verme davranışı üzerinde farklı düzeylerde etkili olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 2. Araştırmaya Katılanların Yaş Grupları ve Sosyal Medyada Siyasal Katılım Faktörleri Fark Testi

		n	%
Yaşınız	18-24 yaş	78	18,8
	25-29 yaş	112	26,9
18 - 70 (32.77 ± 10.73)	30-34 yaş	85	20,4
	35 - 44 yaş	77	18,5
	45-70 yaş	45	10,8
Cinsiyetiniz:	Kadın	243	58,4
	Erkek	170	40,9
Eğitim Durumunuz:	İlköğretim	84	20,2
	Lise	110	26,4
	Ön lisans	94	22,6
	Lisans	82	19,7
	Lisansüstü	43	10,3
Mesleğiniz	Öğrenci	92	22,1
	Memur	59	14,2
	İşçi	100	24,0
	Esnaf	32	7,7
	İş İnsanı	21	5,0
	Ev hanımı	58	13,9
	Diğer	30	7,2
Yaşadığınız yer:	Büyükşehir	108	26,0
	İl	218	52,4
	İlçe	47	11,3
	Belde	25	6,0
	Köy	14	3,4

Katılımcıların yaş dağılımı incelendiğinde, 18–24 yaş aralığında 78 (%18,8), 25–29 yaş aralığında 112 (%26,9), 30–34 yaş grubunda 85 (%20,4), 35–44 yaş aralığında 77 (%18,5) ve 45–70 yaş grubunda ise 45 (%10,8) katılımcı yer almaktadır. Yaş değişkenine ilişkin minimum değer 18, maksimum değer 70 olup, yaş ortalaması 32,77 (ss = 10,73) olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar, örneklemin ağırlıklı olarak genç ve genç yetişkin bireylerden oluştuğunu göstermektedir.

Cinsiyet dağılımı değerlendirildiğinde, katılımcıların 243'ü (%58,4) kadın ve 170'i (%40,9) erkektir. Bu dağılım, kadınların örnekleme daha yüksek oranda temsil edildiğini göstermektedir.

Eğitim düzeyi incelendiğinde, en fazla katılım 110 (%26,4) ile lise mezunlarına aittir. Bunu sırasıyla ön lisans mezunları (94, %22,6), ilköğretim mezunları (84, %20,2), lisans mezunları (82, %19,7) ve lisansüstü mezunlar (43, %10,3) takip etmektedir. Katılımcıların çoğunluğu ortaöğretim ve ön lisans düzeyinde eğitim almıştır.

Meslek dağılımı incelendiğinde, katılımcıların 100'ü (%24,0) işçi, 92'si (%22,1) öğrenci, 59'u (%14,2) memur, 58'i (%13,9) ev hanımı, 32'si (%7,7) esnaf 21'i (%5,0) iş insanı ve 30'u (%7,2) diğer meslek gruplarında yer almaktadır. Bu dağılım, örneklemin çalışan, öğrenci ve ev içi roller arasında dengeli bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların yaşadıkları yerleşim yerleri incelendiğinde, 218'i (%52,4) il merkezinde, 108'i (%26,0) büyükşehirde, 47'si (%11,3) ilçede, 25'i (%6,0) belde ve 14'ü (%3,4) köyde ikamet etmektedir. Bu sonuçlar, örneklemin büyük ölçüde kentsel bölgelerde yaşayan bireylerden oluştuğunu ortaya koymaktadır.

7. ARAŞTIRMAYA KATILANLARIN SOSYAL MEDYADA KATILIM DAVRANIŞLARIYLA İLGİLİ FAKTÖRLER

Tablo 3. Sosyal Medya ve Siyasal Katılım Faktörleri

Maddeler	A.O	SS	Faktör Yüğü		
			1	2	3
Faktör 1: Bilgilenme					
Sosyal medya sayesinde politik konularda daha çok bilgi sahibi olduğumu düşünüyorum.	2,71	1,194	0,799		
Sosyal medya olmadan siyasal süreçleri takip etmek zor olurdu.	2,76	1,158	0,762		
Sosyal medyanın bir siyasal dezenformasyon alanı olduğunu düşünüyorum.	2,62	1,107	0,736		
Sosyal medyada karşılaştığım siyasi paylaşımlardan etkilenirim	2,36	1,023	0,551		
Aritmetik Ortalama	2,60				
Faktör 2: Katılım					
Sosyal medyada siyasal kampanyalara izma, bağış gibi faaliyetlere destek veririm	2,41	1,056		0,731	
Seçimler dışında siyasal katılım yollarının (imza kampanyaları, protestolar gibi) kullanılmasını desteklerim	2,49	1,087		0,694	
Sosyal medyada siyasal içerikler	2,29	1,062		0,654	

paylaşırım					
Sosyal medyada politik konulardaki tartışmalara katılırim	2,21	0,956		0,642	
Aritmetik Ortalama	2,36				
Faktör 3: Aktif Katılım					
Sosyal medya üzerinden oy verme kararıımı paylaşırım.	2,08	1,028			0,787
Sosyal medya üzerinden siyasi temsilcilerle etkileşime giriyorum. (yorum yapmak, mesaj göndermek vb)	2,14	1,003			0,710
Siyasal günceleri tartışmak üzere sosyal medya gruplarına katılırim	2,12	1,009			0,623
Aritmetik Ortalama	2,11				
Öz değeri (Eigenvalues)			2,209	2,168	2,047
Varyans (%)			20,083	19,709	18,611
Toplam Varyans (%)					58,403
Faktör Güvenilirlikleri (Cronbach's Alpha)			0,857	0,816	0,857
Genel Güvenilirlik (Cronbach's Alpha)					0,901
KMO Measure of Sampling Adequacy					0,827
Bartlett's Test of Sphericity			$X^2=1042,229$; df=55; p=0,000		

Çalışmada araştırmaya katılanların sosyal medyada siyasal katılım davranışlarının tanımlanması amacıyla açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır.. Analiz sonucunda ölçeğin üç faktörlü bir yapı gösterdiği belirlenmiştir. Faktör analizinde 0,30'un altında kalan maddeler çıkarılmış ve toplam varyansın %58,403'ü açıklanmıştır. KMO değeri 0,827 olup örneklemin faktör analizi için yeterli olduğunu göstermektedir. Bartlett küresellik testi sonucu anlamlı bulunmuştur ($X^2 = 1042,229$; df = 55; $p < 0,001$). Bu sonuçlar doğrultusunda verilerin faktör analizi için uygun olduğu belirlenmiştir.

Bilgilenme faktörü, sosyal medyanın bireylerin siyasal bilgi edinimi üzerindeki davranışı değerlendiren 4 maddeden oluşmaktadır. Faktör yükleri 0,551 ile 0,799 arasında değişmektedir. Bu boyut, toplam varyansın %20,083'ünü açıklamaktadır. Maddelere ait ortalama değerler 2,36 ile 2,76 arasında değişmektedir. En yüksek ortalama, "Sosyal medya olmadan siyasal süreçleri takip etmek zor olurdu." maddesine aittir (Ort. = 2,76; ss = 1,158). Bunu "Sosyal medya sayesinde politik konularda daha çok bilgi sahibi olduğumu düşünüyorum." (Ort. = 2,71; ss = 1,194) ve "Sosyal medyanın bir siyasal dezenformasyon alanı olduğunu düşünüyorum." (Ort. = 2,62; ss = 1,107) maddeleri takip etmektedir. En düşük

ortalama ise “Sosyal medyada karşılaştığım siyasi paylaşımlardan etkilenirim.” maddesine aittir (Ort. = 2,36; ss = 1,023). Bu durum, katılımcıların sosyal medyayı bilgi edinme aracı olarak kullanma eğilimlerinin ılımlı düzeyde olduğunu, ancak içeriklerden etkilenme konusunda daha temkinli davrandıklarını göstermektedir. Bu boyutun genel aritmetik ortalaması 2,60’tır.

Katılım faktörü, bireylerin sosyal medya aracılığıyla siyasal kampanyalara destek verme, paylaşım yapma ve siyasal tartışmalara katılma eğilimlerini ölçen 4 maddeden oluşmaktadır. Faktör yükleri 0,642 ile 0,731 arasında değişmekte olup bu faktör varyansın %19,709’unu açıklamaktadır. Maddelere ilişkin ortalama puanlar 2,21 ile 2,49 arasında değişmektedir. En yüksek ortalama, “Seçimler dışında siyasal katılım yollarının (imza kampanyaları, protestolar gibi) kullanılmasını desteklerim.” maddesinde yer almaktadır (Ort. = 2,49; ss = 1,087). Bunu “Sosyal medyada siyasal kampanyalara imza, bağış gibi faaliyetlere destek veririm.” (Ort. = 2,41; ss = 1,056) ve “Sosyal medyada siyasal içerikler paylaşıyorum.” (Ort. = 2,29; ss = 1,062) maddeleri takip etmektedir. En düşük ortalama ise “Sosyal medyada politik konulardaki tartışmalara katılırım.” maddesinde gözlemlenmiştir (Ort. = 2,21; ss = 0,956). Bu bulgular, katılımcıların siyasal içerikli eylemsel davranışlarda sınırlı düzeyde yer aldığını göstermektedir. Bu boyutun genel ortalaması 2,36’dır.

Aktif katılım faktörü, bireylerin sosyal medya üzerinden daha doğrudan ve etkileşimli siyasal faaliyetlerde bulunma eğilimlerini ölçmektedir. Faktör yükleri 0,623 ile 0,787 arasında değişmektedir ve varyansın %18,611’i bu faktör tarafından açıklanmaktadır. Bu boyutta yer alan 3 maddeye ilişkin ortalama değerler oldukça düşüktür ve 2,08 ile 2,14 arasında değişmektedir. En düşük ortalama, “Sosyal medya üzerinden oy verme kararımı paylaşıyorum.” maddesinde görülmektedir (Ort. = 2,08; ss = 1,028). Diğer maddeler ise “Siyasal günceleri tartışmak üzere sosyal medya gruplarına katılırım.” (Ort. = 2,12; ss = 1,009) ve “Sosyal medya üzerinden siyasi temsilcilerle etkileşime giriyorum.” (Ort. = 2,14; ss = 1,003) şeklindedir. Bu sonuçlar, bireylerin sosyal medyada siyasal görüşlerini doğrudan paylaşma veya temsilcilerle iletişim kurma konusunda daha çekingen davrandığını ortaya koymaktadır. Bu boyutun genel ortalaması ise 2,11’dir.

7.1. Sosyal Medyada Siyasal Katılım Faktörleri Normallik Dağılım Analizi

Veri analizinde parametrik testlerin uygulanabilmesi için normallik varsayımının sağlanması gerekmektedir. Bu bağlamda, değişkenlere ait çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri incelenmiş ve sonuçlar Tablo 2’de sunulmuştur. George ve Mallery’e (2010, s. 99) göre çarpıklık ve basıklık değerlerinin ± 1 aralığında kalması, verilerin normal dağılıma uygun olduğunu göstermekte ve parametrik testlerin uygulanabilirliğini desteklemektedir.

Elde edilen bulgulara göre, tüm değişkenlerin çarpıklık ve basıklık değerleri ± 1 aralığında yer almaktadır. **Bilgilenme** faktörü, çarpıklık değeri 0,199 ve basıklık değeri -0,281 ile simetriye yakın ve yayvan bir dağılım sergilemektedir. **Katılım** değişkeni ise 0,460 çarpıklık ve 0,232 basıklık değerleri ile pozitif yönde hafif bir asimetri göstermektedir. **Aktif Katılım** faktörü 0,584 çarpıklık ve 0,320 basıklık değeriyle pozitif yönde belirgin ancak kabul edilebilir düzeyde bir asimetri göstermektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda, değişkenlerin normal dağılım varsayımını sağladığı ve ilerleyen analizlerde parametrik testlerin kullanılabileceği söylenebilir.

Çarpıklık (Skewness) ve basıklık (Kurtosis) değerleri ± 1 aralığında kaldığı sürece, verilerin normal dağıldığı kabul edilmektedir (George & Mallery, 2010). Bu bağlamda, aşağıdaki tabloda değişkenlerin normalliği değerlendirilmiştir.

Tablo 4. Normallik Dağılım Analizi

	n	Çarpıklık	Basıklık
Bilgilenme	414	0,199	-0,281
Katılım	414	0,460	0,232
Aktif Katılım	414	0,584	0,320

Değişkenlerin dağılım özelliklerini incelemek amacıyla çarpıklık ve basıklık değerleri hesaplanmıştır. Normal dağılıma uygunluk açısından çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1 ile +1 arasında olması, veri setinin normalliği sağladığını göstermektedir.

7.2. Sosyal Medyada Katılım Faktörleri ve Diğer Değişkenler Arası Fark Testleri

Sosyal medyada katılımı oluşturan faktörler ile katılımcıların demografik ve davranışsal özellikleri arasındaki ilişkiler istatistiksel fark testleri aracılığıyla değerlendirilmiştir. Katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim durumu, günlük sosyal medya kullanım süresi ve takip ettikleri platformlar gibi değişkenlere göre sosyal medya üzerinden sergiledikleri siyasal katılım düzeylerinin anlamlı farklılık gösterip göstermediği analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular, sosyal medya temelli siyasal katılımın hangi gruplarda yoğunlaştığını ve katılım biçimlerinin ne şekilde farklılaştığını ortaya koymaktadır.

Tablo 5. Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi Değişkeni Ve Sosyal Medyada Siyasal Katılım Fark Testi

Değişken	Günlük sosyal medya kullanımınız ortalama olarak ne kadar sürüyor?	n	Ort.	ss	F	P*	Posthoc tukey
Bilgilenme	1 saatten az	39	2,28	0,85	6,867	0,000*	1<2
	1-3 saat	165	2,78	0,76			1<4
	4-6 saat	144	2,60	0,79			
	7 saat ve üzeri	48	2,30	0,95			
Katılım	1 saatten az	41	2,17	0,90	1,505	0,213	
	1-3 saat	167	2,39	0,71			
	4-6 saat	146	2,43	0,78			
	7 saat ve üzeri	46	2,27	0,92			
Aktif Katılım	1 saatten az	41	2,07	0,91	,918	0,432	
	1-3 saat	167	2,06	0,69			
	4-6 saat	145	2,17	0,74			
	7 saat ve üzeri	45	2,24	0,93			

*p<0,05; Anova Test

Bireylerin günlük sosyal medya kullanım sürelerine göre Bilgilenme, Katılım ve Aktif Katılım faktör puanlarında anlamlı farklılıklar olup olmadığını belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) tekniğinden yararlanılmıştır. Bilgilenme faktörüne ilişkin analiz sonucunda gruplar arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir (F = 6,867, p < 0,000).

Ortalama puanlara bakıldığında, en yüksek ortalama günlük 1–3 saat sosyal medya kullanan bireylerde görülmektedir (Ort. = 2,78, ss = 0,76). Bu grubu 4–6 saat kullananlar (Ort. = 2,60, ss = 0,79), 7 saat ve üzeri kullananlar (Ort. = 2,30, ss =

0,95) ve 1 saatten az kullananlar (Ort. = 2,28, ss = 0,85) takip etmektedir. Post hoc Tukey testi sonuçlarına göre, 1 saatten az sosyal medya kullanan bireylerin, 1–3 saat ve 4–6 saat sosyal medya kullanan bireylere kıyasla anlamlı düzeyde daha düşük Bilgilenme puanına sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu, sosyal medyayı orta düzeyde kullanan bireylerin bilgi edinme açısından daha yüksek etkileşim sergilediğini göstermektedir.

Katılım ($F(3,396) = 1,505$, $p = 0,213$) ve Aktif Katılım puanı ($F(3,394) = 0,918$, $p = 0,432$) değişkenlerinde ise gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

Tablo 6. Siyasal Katılım Konusunda Aktifim Algısı ve Sosyal Medyada Siyasal Katılım Faktörleri Fark Test

Değişken	Siyasal katılım konusunda aktifim.	n	ort.	ss	F	p*	Posthoc tukey
Bilgilenme	Kesinlikle Hayır	74	2,33	0,84	4,726	0,001	1,3
	Hayır	100	2,51	0,73			1,4
	Ne Hayır Ne de Evet	173	2,68	0,82			
	Evet	34	2,94	0,96			
	Kesinlikle Evet	16	2,89	0,75			
Katılım	Kesinlikle Hayır	75	1,86	0,71	21,463	0,000	1,2-1,3
	Hayır	99	2,21	0,52			1,4-1,5
	Ne Hayır Ne de Evet	177	2,48	0,72			2,3-2,4
	Evet	34	2,94	0,93			2,5
	Kesinlikle Evet	16	3,14	1,17			3,4,-3,5
Aktif Katılım	Kesinlikle Hayır	74	1,87	0,78	8,796	0,000	1,4
	Hayır	101	2,08	0,61			1,5
	Ne Hayır Ne de Evet	176	2,09	0,71			2,4
	Evet	33	2,73	1,02			3,4
	Kesinlikle Evet	16	2,48	0,83			

* $p < 0,05$; Anova Testi

Bireylerin siyasal katılım konusundaki aktiflik düzeylerine göre Bilgilenme, Katılım ve Aktif Katılım puanlarında anlamlı farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) gerçekleştirilmiştir. Bilgilenme faktörüne ilişkin analiz sonucunda, siyasal katılım aktiflik düzeyine göre gruplar arasında anlamlı bir farklılık saptanmıştır ($F = 4,726$, $p = 0,001$). Ortalama puanlara göre en yüksek ortalama “Evet” yanıtı veren bireylerde görülmektedir (Ort. = 2,94, ss = 0,96). Bu grubu sırasıyla “Kesinlikle Evet” (Ort. = 2,89, ss = 0,75), “Ne Hayır Ne de Evet” (Ort. = 2,68, ss = 0,82), “Hayır” (Ort. = 2,51, ss = 0,73) ve “Kesinlikle Hayır” (Ort. = 2,33, ss = 0,84) grupları takip etmektedir. Post hoc Tukey testi

sonuçlarına göre, “Kesinlikle Hayır” grubu ile “Evet” grubu arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bu sonuç, siyasal katılım konusunda daha aktif olan bireylerin sosyal medyada bilgilenme düzeylerinin daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Katılım faktöründe de gruplar arasında anlamlı farklılık elde edilmiştir ($F = 21,463$, $p < 0,001$). Ortalama puanlar incelendiğinde, en yüksek ortalama “Kesinlikle Evet” yanıtı veren bireylerde (Ort. = 3,14, ss = 1,17) bulunmuştur. Bu grubu “Evet” (Ort. = 2,94, ss = 0,93), “Ne Hayır Ne de Evet” (Ort. = 2,48, ss = 0,72), “Hayır” (Ort. = 2,21, ss = 0,52) ve “Kesinlikle Hayır” (Ort. = 1,86, ss = 0,71) grupları takip etmektedir. Post hoc analize göre, “Kesinlikle Hayır” grubunun diğer dört gruba (özellikle “Evet” ve “Kesinlikle Evet” gruplarıyla) anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu bulgu, siyasal katılım konusunda kendini daha aktif olarak değerlendiren bireylerin sosyal medya üzerinden siyasal katılım eğilimlerinin daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Aktif Katılım faktörü açısından da anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($F = 8,796$, $p < 0,001$). En yüksek ortalama “Evet” yanıtı veren bireylerde (Ort. = 2,73, ss = 1,02) görülmektedir. Bu grubu sırasıyla “Kesinlikle Evet” (Ort. = 2,48, ss = 0,83), “Ne Hayır Ne de Evet” (Ort. = 2,09, ss = 0,71), “Hayır” (Ort. = 2,08, ss = 0,61) ve “Kesinlikle Hayır” (Ort. = 1,87, ss = 0,78) yanıtı veren bireyler izlemektedir. Post hoc analiz sonuçlarına göre, “Kesinlikle Hayır” grubu ile “Evet” grubu arasında anlamlı farklılık gözlenmiştir. Bu sonuç, siyasal katılım düzeyi arttıkça bireylerin sosyal medya üzerinden daha aktif siyasal davranışlar sergilediğini göstermektedir.

Tablo 7. Sosyal Medya Siyasal Katılımı Artırır Algısı ve Sosyal Medyada Siyasal Katılım Faktörleri Fark Testi

Değişken	Sosyal medya, bireylerin siyasal katılımını artırır.	n	ort.	ss	F	P*	Posthoc tukey
Bilgilenme	Kesinlikle Hayır	59	2,08	0,66	27,143	0,000	1,3
	Hayır	87	2,40	0,67			1,4
	Ne Hayır Ne de Evet	156	2,54	0,79			1,5
	Evet	74	3,16	0,72			2,5
	Kesinlikle Evet	18	3,54	0,82			3,4-3,5
Katılım	Kesinlikle Hayır	61	2,09	0,82	10,197	0,000	1,4
	Hayır	86	2,17	0,64			1,5
	Ne Hayır Ne de Evet	158	2,38	0,69			2,4-2,5

	Evet	76	2,56	0,87			3,5
	Kesinlikle Evet	18	3,21	1,13			
	Kesinlikle Hayır	58	2,05	0,76			
	Hayır	87	2,06	0,62			
Aktif Katılım	Ne Hayır Ne de Evet	159	2,06	0,70	2,294	0,059	
	Evet	76	2,25	0,95			
	Kesinlikle Evet	18	2,52	0,99			

*p<0,05 ; Anova Testi

Bireylerin "Sosyal medya, bireylerin siyasal katılımını artırır" maddesine verdikleri yanıtlara göre Bilgilenme, Katılım ve Aktif Katılım faktörlerinin farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) tekniği uygulanmıştır.

Bilgilenme değişkeni açısından gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($F(4,389) = 27,143$, $p < 0,001$). En yüksek ortalamaya sahip grup, "Kesinlikle Evet" yanıtı veren bireylerdir (Ort. = 3,54, ss = 0,82). Bu grubu "Evet" (Ort. = 3,16, ss = 0,72) ve "Ne Hayır Ne de Evet" (Ort. = 2,54, ss = 0,79) yanıtı veren bireyler takip etmektedir. Daha düşük ortalamalar ise "Hayır" (Ort. = 2,40, ss = 0,67) ve "Kesinlikle Hayır" (Ort. = 2,08, ss = 0,66) yanıtı veren bireylerde görülmektedir. Post-hoc Tukey testi sonuçlarına göre, "Kesinlikle Hayır" yanıtı veren bireylerin, "Ne Hayır Ne de Evet", "Evet" ve "Kesinlikle Evet" gruplarına göre anlamlı düzeyde daha düşük Bilgilenme puanına sahip olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç, sosyal medyanın siyasal katılımı artırdığına inanan bireylerin Bilgilenme kapsamında daha yüksek puanlara sahip olduğunu göstermektedir.

Katılım faktöründe de gruplar arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($F(4,394) = 10,197$, $p < 0,001$). En yüksek ortalamaya sahip grup, "Kesinlikle Evet" yanıtı veren bireylerdir (Ort. = 3,21, ss = 1,13). Bu grubu "Evet" (Ort. = 2,56, ss = 0,87), "Ne Hayır Ne de Evet" (Ort. = 2,38, ss = 0,69), "Hayır" (Ort. = 2,17, ss = 0,64) ve "Kesinlikle Hayır" (Ort. = 2,09, ss = 0,82) yanıtı veren bireyler takip etmektedir. Post-hoc Tukey testi sonuçlarına göre "Kesinlikle Hayır" grubunun, "Evet" ve "Kesinlikle Evet" gruplarına göre anlamlı düzeyde daha düşük puan aldığı görülmektedir. Bu bulgu, sosyal medyanın siyasal katılımı artırdığına inanan bireylerin Katılım düzeyinin daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Aktif Katılım faktörü açısından ise gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(4,393) = 2,294$, $p = 0,059$).

Tablo 8. Siyasal Katılım Sadece Seçim Dönemlerinde Önemlidir Algısı ve Sosyal Medyada Siyasal Katılım Faktörleri Fark Testi

Değişken	Siyasal katılım sadece seçim dönemlerinde önemlidir.	n	ort.	ss	F	p
Bilgilenme	Kesinlikle Hayır	109	2,50	0,98	1,387	,238
	Hayır	122	2,70	0,74		
	Ne Hayır Ne de Evet	135	2,55	0,74		
	Evet	21	2,81	0,80		
	Kesinlikle Evet	9	2,75	1,26		
Katılım	Kesinlikle Hayır	108	2,23	0,98	2,218	,066
	Hayır	123	2,38	0,74		
	Ne Hayır Ne de Evet	137	2,41	0,60		
	Evet	21	2,45	0,84		
	Kesinlikle Evet	9	2,94	1,20		
Aktif Katılım	Kesinlikle Hayır	111	2,07	0,84	,413	,799
	Hayır	125	2,09	0,68		
	Ne Hayır Ne de Evet	133	2,17	0,70		
	Evet	20	2,22	1,09		
	Kesinlikle Evet	9	2,15	1,07		

*p<0,05 ; Anova Testi

Bireylerin "Siyasal katılım sadece seçim dönemlerinde önemlidir" ifadesine verdikleri yanıtlara göre Bilgilenme, Katılım ve Aktif Katılım puanlarında farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) tekniği kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, bireylerin siyasal katılımın sadece seçim dönemlerinde önemli olduğunu düşünme düzeylerine göre Bilgilenme, Katılım ve Aktif Katılım puanı açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır ($p > 0,05$).

Tablo 9. Siyasal Katılımın En Etkili Yolunun Tanımlanması ve Sosyal Medyada Siyasal Katılım Faktörleri Fark Testi

Değişken	Siyasal katılımın en etkili yolu sizce hangisidir?	n	ort.	ss	F	P*
Bilgilenme	Seçimlerde oy kullanmak	245	2,52	0,83	1,816	0,125
	Sivil toplum kuruluşlarında aktif olmak	75	2,74	0,72		
	Sosyal medyada siyasi görüşleri paylaşmak	42	2,74	0,99		
	Dilekçe vermek veya kampanyalara destek olmak	23	2,76	0,64		
Katılım	Seçimlerde oy kullanmak	250	2,31	0,79	2,619	0,035
	Sivil toplum kuruluşlarında aktif olmak	75	2,37	0,80		
	Sosyal medyada siyasi görüşleri paylaşmak	42	2,38	0,74		
	Dilekçe vermek veya kampanyalara destek olmak	23	2,80	0,73		
Aktif	Seçimlerde oy kullanmak	249	2,08	0,74	0,754	0,556

Katılım	Sivil toplum kuruluşlarında aktif olmak	74	2,11	0,75		
	Sosyal medyada siyasi görüşleri paylaşmak	42	2,14	0,88		
	Dilekçe vermek veya kampanyalara destek olmak	23	2,28	0,69		

*p<0,05 ; Anova Testi

Bireylerin "Siyasal katılımın en etkili yolu sizce hangisidir?" sorusuna verdikleri yanıtlara göre Bilgilenme, Katılım ve Aktif Katılım puanı açısından farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) tekniğinden yararlanılmıştır.

Katılım değişkeni açısından gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($F(3,386) = 2,619$, $p = 0,035$). En yüksek ortalamaya sahip grup, "Dilekçe vermek veya kampanyalara destek olmak" diyen bireylerdir (Ort. = 2,80, ss = 0,73). Bu grubu "Sosyal medyada siyasi görüşleri paylaşmak" (Ort. = 2,38, ss = 0,74), "Sivil toplum kuruluşlarında aktif olmak" (Ort. = 2,37, ss = 0,80) ve "Seçimlerde oy kullanmak" (Ort. = 2,31, ss = 0,79) seçeneklerini tercih eden bireyler takip etmektedir. Bu sonuç, dilekçe vermek ve kampanyalara destek olmanın siyasi katılım açısından daha etkili bir yol olarak değerlendirildiğini göstermektedir.

Bilgilenme ($F(3,381) = 1,816$, $p = 0,125$) ve Aktif Katılım ($F(3,384) = 0,754$, $p = 0,556$) değişkenleri açısından gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Tablo 10. Sosyal Medya İçeriklerine Önem Verme Düzeyi ve Sosyal Medyada Siyasal Katılım Faktörleri Fark Testi

Değişken	Oy verirken sosyal medyada karşılaşılan içeriklere önem verme durumu	n	ort.	ss	F	P*	Posthoc tukey
Bilgilenme	Kesinlikle Hayır	115	2,14	0,70	47,246	0,000	1,2-1,3
	Hayır	102	2,53	0,67			1,4-1,5
	Ne Evet Ne Hayır	111	2,60	0,73			2,4
	Evet	55	3,24	0,63			3,4-3,5
	Kesinlikle Evet	15	4,25	0,57			4,5
Katılım	Kesinlikle Hayır	115	2,10	0,78	9,537	0,000	1,2
	Hayır	102	2,41	0,67			1,4
	Ne Evet Ne Hayır	113	2,31	0,67			1,5
	Evet	56	2,81	0,89			2,4
	Kesinlikle Evet	15	2,73	1,15			3,4
Aktif Katılım	Kesinlikle Hayır	117	1,93	0,71	4,833	0,001	1,4
	Hayır	103	2,06	0,65			
	Ne Evet Ne Hayır	111	2,18	0,69			
	Evet	55	2,38	0,97			
	Kesinlikle Evet	14	2,50	1,16			

Bireylerin oy verme sürecinde sosyal medyada karşılaştıkları içeriklere verdikleri öneme göre Bilgilenme, Katılım ve Aktif Katılım düzeylerinde anlamlı fark olup olmadığını belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Yapılan analizde araştırmaya katılanların sosyal medyadaki içeriklere önem verme durumları ile bilgilenme, katılım ve aktif katılım faktörleri arasında anlamlı bir farkın olduğu görülmüştür

Bilgilenme faktörü, gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark saptanmıştır ($F = 47,246$, $p < 0,001$). Ortalama puanlar incelendiğinde, sosyal medya içeriklerine “Kesinlikle Evet” yanıtını veren bireylerin Bilgilenme düzeylerinin en yüksek olduğu görülmektedir (Ort. = 4,25, ss = 0,57). Bu grubu sırasıyla “Evet” (Ort. = 3,24, ss = 0,63), “Ne Evet Ne Hayır” (Ort. = 2,60, ss = 0,73), “Hayır” (Ort. = 2,53, ss = 0,67) ve “Kesinlikle Hayır” (Ort. = 2,14, ss = 0,70) yanıtı veren bireyler takip etmektedir. Post hoc (Tukey) test sonuçlarına göre, özellikle “Kesinlikle Hayır” grubu ile “Evet” ve “Kesinlikle Evet” grupları arasında anlamlı farklılıklar gözlenmiştir. Bu sonuç, oy verirken sosyal medya içeriklerine daha fazla önem veren bireylerin, siyasal bilgilenme düzeylerinin de daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Katılım faktörü açısından da gruplar arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır ($F = 9,537$, $p < 0,001$). Ortalama puanlara göre, en yüksek değer “Evet” yanıtını veren bireylerde görülmektedir (Ort. = 2,81, ss = 0,89). Bu grubu “Kesinlikle Evet” (Ort. = 2,73, ss = 1,15), “Hayır” (Ort. = 2,41, ss = 0,67), “Ne Evet Ne Hayır” (Ort. = 2,31, ss = 0,67) ve “Kesinlikle Hayır” (Ort. = 2,10, ss = 0,78) grupları takip etmektedir. Post hoc analiz sonuçlarına göre, “Kesinlikle Hayır” grubu ile “Evet” grubu arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bu bulgu, oy tercihinde sosyal medya içeriklerini dikkate alan bireylerin siyasal katılım davranışlarının daha güçlü olduğunu göstermektedir.

Aktif Katılım faktöründe de gruplar arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir ($F = 4,833$, $p = 0,001$). Ortalama puanlar incelendiğinde, en yüksek puan “Kesinlikle Evet” yanıtı veren bireylerde (Ort. = 2,50, ss = 1,16) gözlenmiştir. Bu grubu “Evet” (Ort. = 2,38, ss = 0,97), “Ne Evet Ne Hayır” (Ort. = 2,18, ss = 0,69), “Hayır” (Ort. = 2,06, ss = 0,65) ve “Kesinlikle Hayır” (Ort. = 1,93, ss = 0,71) takip etmektedir. Post hoc analize göre “Kesinlikle Hayır” grubu ile “Evet” grubu

arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Bu durum, oy verme sürecinde sosyal medya içeriklerine önem veren bireylerin sosyal medyada daha aktif siyasal katılım davranışları gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 11. Araştırmaya Katılanların Yaş Grupları ve Sosyal Medyada Siyasal Katılım Faktörleri Fark Testi

Değişken	Yaşınız	n	ort.	ss	F	p
Bilgilenme	18-24 yaş	75	2,54	0,91	1,303	0,268
	25-29 yaş	106	2,74	0,85		
	30-34 yaş	83	2,48	0,86		
	35 - 44 yaş	73	2,63	0,77		
	45-70 yaş	44	2,59	0,68		
Katılım	18-24 yaş	75	2,20	0,72	1,380	0,240
	25-29 yaş	110	2,36	0,85		
	30-34 yaş	84	2,48	0,81		
	35 - 44 yaş	74	2,32	0,79		
	45-70 yaş	44	2,44	0,69		
Aktif Katılım	18-24 yaş	75	2,06	0,77	1,211	0,306
	25-29 yaş	109	2,06	0,77		
	30-34 yaş	83	2,10	0,76		
	35 - 44 yaş	76	2,18	0,72		
	45-70 yaş	43	2,33	0,84		

*p<0,05 ; Anova Testi

Bireylerin yaş gruplarına göre Bilgilenme, Katılım ve Aktif Katılım puanı açısından farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Yaş grupları arasında Bilgilenme, Katılım ve Aktif Katılım puanı açısından anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p > 0,05$).

Tablo 12. Cinsiyet Değişkeni ve Sosyal Medyada Siyasal Katılım Faktörleri Fark Testi

Değişken	Cinsiyetiniz:	n	ort.	ss	t	P*
Bilgilenme	Kadın	237	2,70	0,82	2,960	0,003
	Erkek	160	2,45	0,82		
Katılım	Kadın	238	2,40	0,80	1,015	0,311
	Erkek	163	2,31	0,78		
Aktif Katılım	Kadın	234	2,10	0,77	-,420	0,674
	Erkek	166	2,14	0,76		

*p<0,05 ; t Testi

Çalışmada bireylerin cinsiyetlerine göre Bilgilenme, Katılım ve Aktif Katılım puanı açısından anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla bağımsız örneklem t-testi uygulanmıştır.

Bilgilenme faktöründe kadınlar ve erkekler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir ($t = 2,960$, $p = 0,003$). Kadınların ortalama puanı 2,70 ($ss = 0,82$) iken, erkeklerin ortalama puanı 2,45 ($ss = 0,82$) olarak hesaplanmıştır. Bu bulgu, kadın bireylerin sosyal medyada bilgi edinme düzeylerinin erkeklere kıyasla anlamlı derecede daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Katılım ($t = 1,015$, $p = 0,311$) ve Aktif Katılım puanı ($t = -0,420$, $p = 0,674$) değişkenlerinde kadınlar ve erkekler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Her iki grup da bu boyutlarda benzer düzeyde puan almıştır.

Tablo 13. Eğitim Değişkeni ve Sosyal Medyada Siyasal Katılım Faktörleri Fark Testi

Değişken	Eğitim Durumunuz:	n	ort.	ss	F	P*	Posthoc tukey
Bilgilenme	İlköğretim	80	2,22	0,78	17,389	0,000	1,3-1,4
	Lise	103	2,36	0,61			1,5
	Ön lisans	90	2,62	0,87			2,4-2,5
	Lisans	81	2,97	0,70			3,4-3,5
	Lisansüstü	43	3,14	0,96			
Katılım	İlköğretim	79	2,25	0,63	6,295	0,000	1,5
	Lise	108	2,18	0,63			2,4-2,5
	Ön lisans	89	2,31	0,78			3,5
	Lisans	82	2,56	0,87			
	Lisansüstü	43	2,76	1,06			
Aktif Katılım	İlköğretim	77	2,12	0,71	0,461	0,764	
	Lise	105	2,10	0,69			
	Ön lisans	94	2,07	0,77			
	Lisans	81	2,11	0,81			
	Lisansüstü	43	2,12	0,71			

* $p < 0,05$; Anova Testi

Bireylerin eğitim durumlarına göre Bilgilenme, Katılım ve Aktif Katılım puanı açısından anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) gerçekleştirilmiştir.

Bilgilenme faktörü açısından eğitim düzeylerine göre gruplar arasında anlamlı bir farklılık saptanmıştır ($F = 17,389$, $p < 0,001$). Ortalama puanlar incelendiğinde, en yüksek ortalama lisansüstü mezunlarda (Ort. = 3,14, $ss = 0,96$) görülmektedir. Bu grubu sırasıyla lisans mezunları (Ort. = 2,97, $ss = 0,70$), ön lisans mezunları (Ort. = 2,62, $ss = 0,87$), lise mezunları (Ort. = 2,36, $ss = 0,61$) ve

ilköğretim mezunları (Ort. = 2,22, ss = 0,78) takip etmektedir. Post hoc (Tukey) analizi sonuçlarına göre, ilköğretim düzeyi ile lisans ve lisansüstü düzeyler arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Bu bulgu, eğitim düzeyi yükseldikçe bireylerin sosyal medya üzerinden siyasal bilgilenme düzeylerinin arttığını göstermektedir.

Katılım faktöründe de eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir fark elde edilmiştir (F = 6,295, p < 0,001). Ortalama puanlara bakıldığında, en yüksek ortalama lisansüstü mezunlara aittir (Ort. = 2,76, ss = 1,06). Bu grubu sırasıyla lisans (Ort. = 2,56, ss = 0,87), ön lisans (Ort. = 2,31, ss = 0,78), ilköğretim (Ort. = 2,25, ss = 0,63) ve lise mezunları (Ort. = 2,18, ss = 0,63) takip etmektedir. Post hoc analiz sonucuna göre, lise mezunları ile lisans ve lisansüstü mezunlar arasında anlamlı fark olduğu görülmektedir. Bu bulgu, eğitim düzeyinin artmasının bireylerin siyasal katılım davranışlarını da artırdığını göstermektedir.

Aktif Katılım faktöründe ise eğitim düzeylerine göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (F = 0,461, p = 0,764).

Tablo 14. Meslek Değişkeni ve Sosyal Medyada Siyasal Katılım Faktörleri Fark Testi

Değişken	Mesleğiniz	n	ort.	ss	F	P*
Bilgilenme	Öğrenci	89	2,52	0,88	1,908	0,079
	Memur	57	2,66	0,75		
	İşçi	95	2,63	0,79		
	Esnaf	30	2,63	0,91		
	İş İnsanı	21	2,56	0,84		
	Ev hanımı	56	2,50	0,80		
	Diğer	30	3,06	0,76		
Katılım	Öğrenci	90	2,31	0,78	1,346	0,236
	Memur	56	2,42	0,89		
	İşçi	98	2,39	0,65		
	Esnaf	31	2,52	0,98		
	İş İnsanı	21	2,25	0,72		
	Ev hanımı	55	2,27	0,62		
	Diğer	30	2,68	1,02		
Aktif Katılım	Öğrenci	88	2,13	0,86	0,353	0,908
	Memur	59	2,05	0,75		
	İşçi	94	2,15	0,68		
	Esnaf	32	2,27	0,97		
	İş İnsanı	21	2,06	0,77		
	Ev hanımı	55	2,08	0,71		
	Diğer	30	2,13	0,76		

*p<0,05 ; Anova Testi

Bireylerin mesleklerine göre Bilgilenme, Katılım ve Aktif Katılım puanı açısından farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) tekniğinden yararlanılmıştır. Meslek grupları arasında Bilgilenme, Katılım ve Aktif Katılım puanı açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır ($p > 0,05$).

Tablo 15. Yaşanılan Yerleşim Yeri Değişkeni ve Sosyal Medyada Siyasal Katılım Faktörleri Fark Testi

Değişken	Yaşadığınız yer:	n	ort.	ss	F	P*	Posthoc tukey
Bilgilenme	Büyükşehir	102	2,41	0,89	2,172	0,072	
	İl	213	2,69	0,77			
	İlçe	43	2,66	0,95			
	Belde	24	2,58	0,70			
	Köy	14	2,41	0,94			
Katılım	Büyükşehir	104	2,20	0,82	2,079	0,083	
	İl	212	2,42	0,81			
	İlçe	46	2,52	0,71			
	Belde	24	2,35	0,45			
	Köy	14	2,13	0,64			
Aktif Katılım	Büyükşehir	105	1,94	0,69	3,076	0,016	1,3
	İl	212	2,13	0,78			
	İlçe	45	2,39	0,78			
	Belde	23	2,07	0,60			
	Köy	14	2,31	0,91			

* $p < 0,05$; Anova Testi

Bireylerin yaşadıkları yerleşim birimlerine göre Bilgilenme, Katılım ve Aktif Katılım puanı açısından anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) tekniği kullanılmıştır.

Aktif Katılım puanı açısından yerleşim yerlerine göre gruplar arasında anlamlı bir fark tespit edilmiştir ($F = 3,076$, $p = 0,016$). Ortalama puanlar incelendiğinde en yüksek ortalama ilçede yaşayan bireylerde görülmektedir (Ort. = 2,39, ss = 0,78). Bu grubu il merkezinde yaşayan bireyler (Ort. = 2,13, ss = 0,78), köyde yaşayan bireyler (Ort. = 2,31, ss = 0,91), belde (Ort. = 2,07, ss = 0,60) ve büyükşehirde yaşayan bireyler (Ort. = 1,94, ss = 0,69) takip etmektedir. Post hoc (Tukey) testi sonucunda büyükşehir ile ilçe arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu, ilçelerde yaşayan bireylerin sosyal medyada siyasal katılım düzeyinin daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Bilgilenme ($F = 2,172$, $p = 0,072$) ve Katılım ($F = 2,079$, $p = 0,083$) faktörlerinde yerleşim yerlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır.



SONUÇ

Bu araştırma, bireylerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ile siyasal katılım davranışları arasındaki ilişkiyi betimleyici bir yaklaşımla incelemeyi amaçlamıştır. Bu kapsamda, sosyal medya temelli siyasal katılım davranışları; bilgi edinme, katılım ve aktif katılım olmak üzere üç temel faktör altında tanımlanmıştır. Çalışma, 2023 Genel Seçimleri ve 2024 Yerel Seçimleri sürecinde yapılan dijital anketlerle bireylerden elde edilen nicel verilere dayanarak gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın ilk aşamasında, sosyal medya aracılığıyla gerçekleşen siyasal katılım davranışlarının hangi temel faktörler üzerinden şekillendiği incelenmiştir. Uygulanan faktör analizi sonucunda, bireylerin siyasal içerikleri takip etme, beğenme, paylaşma ve kendi içeriklerini üretme davranışlarının sırasıyla **Bilgi Edinme**, **Katılım** ve **Aktif Katılım** boyutlarında gruplandığı tespit edilmiştir.

Araştırma kapsamında elde edilen bulgular, sosyal medya kullanım biçimlerinin bireylerin siyasal yaşama katılım yönelimlerini belirli açılardan şekillendirdiğini ve bu katılımın çeşitli sosyo-demografik ve davranışsal değişkenlere bağlı olarak farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Günümüzde siyasal katılım, yalnızca oy verme gibi geleneksel yöntemlerle sınırlı kalmamakta; sosyal medya platformları üzerinden gerçekleştirilen çeşitli dijital eylemlerle çok daha çeşitli biçimlerde kendini göstermektedir. Bu çerçevede bireylerin sosyal medyada geçirdikleri süre, siyasal öznel değerlendirmeleri, dijital katılım araçlarına dair görüşleri ve demokratik süreçlere ilişkin tutumları, siyasal içeriklerle kurdukları ilişki düzeyini ve katılım pratiklerini belirgin biçimde yönlendirmektedir.

Özellikle günlük sosyal medya kullanım süresi yüksek olan bireylerin, bilgi edinme, görüş belirtme ve dijital eylemlerde yer alma gibi siyasal katılım göstergelerinde daha yoğun bir katılım sergiledikleri gözlemlenmiştir. Kendilerini siyasal olarak daha aktif tanımlayan bireyler de benzer biçimde sosyal medya üzerinde daha fazla siyasal içerikle etkileşim kurmakta ve çeşitli platformlar aracılığıyla siyasal sürece daha görünür biçimde dâhil olmaktadır. Bunun yanında, sosyal medyanın siyasal katılımı kolaylaştırıcı bir araç olarak değerlendirilmesi,

bireylerin dijital ortamda daha yoğun bir siyasal mevcudiyet göstermelerine zemin hazırlamaktadır.

Siyasal katılımın yalnızca seçim dönemlerine özgü olmadığına inanan bireyler, dijital ortamdaki siyasal içeriklere daha fazla yönelmekte ve siyasal süreçleri sürekli izleme ve yorumlama eğiliminde bulunmaktadır. Bu durum, siyasal bilincin sürekliliği ve demokratik farkındalığın yaygınlaşması açısından dikkat çekici bir bulgu olarak değerlendirilebilir. Ayrıca, bireylerin siyasal katılımın en etkili biçimi olarak sosyal medyayı görmeleri, bu mecraayı yalnızca bir iletişim aracı olmaktan çıkararak, siyasal bilginin dolaşımı, örgütlenme ve görüş ifade etme gibi çok katmanlı işlevler kazandırmaktadır.

Araştırmada yaş, eğitim düzeyi ve yerleşim birimi gibi demografik değişkenler de sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen siyasal katılım davranışlarında anlamlı farklılaşmalara neden olmuştur. Özellikle 28–36 yaş aralığındaki bireyler ile lisans ve lisansüstü eğitim düzeyine sahip katılımcıların dijital siyasal içeriklere daha fazla yöneldiği; bilgi edinme ve aktif katılım düzeylerinin daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Kent merkezlerinde yaşayan bireylerin kırsal alanlara göre daha fazla siyasal içerikle karşılaşmaları ve sosyal medya üzerinden bu içeriklere daha sık katılım göstermeleri ise dijital erişim, medya okuryazarlığı ve gündem takibi olanaklarının mekânsal farklılıklarla bağlantılı olduğunu düşündürmektedir. Öte yandan, cinsiyet değişkenine göre sosyal medya temelli siyasal katılım düzeylerinde anlamlı bir fark saptanmamıştır; bu durum, dijital ortamlarda cinsiyete dayalı bir eşitsizliğin en azından siyasal katılım düzeyinde belirgin olmadığını göstermektedir.

Sonuç olarak, sosyal medya platformları bireylerin siyasal yaşama dair tutum ve davranışlarını dönüştüren, siyasal sürecin farklı boyutlarında bireylerin varlık göstermesine olanak tanıyan ve yeni katılım biçimlerinin gelişmesine zemin hazırlayan bir alan olarak öne çıkmaktadır. Geleneksel siyasal katılım anlayışının ötesine geçen bu dijital katılım pratikleri, siyasal bilgilere erişimden dijital eylemliliğe kadar uzanan geniş bir yelpazede değerlendirilebilir. Bu çalışmayı yürütürken karşılaşılan bazı sınırlılıklar, konunun henüz yeterince derinleştirilmemiş yönlerini de ortaya koymuştur. Özellikle katılımcıların sosyal medya platformlarını

farklı amaçlarla kullanmaları, siyasal katılım davranışlarını tek boyutlu bir biçimde değerlendirmeyi zorlaştırmıştır. Bu nedenle, ileride yapılacak araştırmalarda kullanıcı profillerinin daha ayrıntılı şekilde sınıflandırılması, siyasal içeriklerle etkileşim düzeylerinin bireysel ve toplumsal bağlamda incelenmelidir. Ayrıca sosyal medya platformlarının algoritmik yapılarının, kullanıcıların siyasal bilgilere erişimini nasıl şekillendirdiği konusu bu çalışma kapsamında doğrudan ele alınamamış, ancak önemli bir araştırma alanı olarak dikkat çekmiştir. Özellikle dijital kutuplaşma, dezenformasyon ve siyasal manipölasyon gibi olguların bireylerin siyasal katılım davranışlarını nasıl etkilediği, bundan sonraki araştırmalarda derinlemesine ele alınması gereken alanlardandır. Bu bağlamda, nitel veri toplama teknikleriyle desteklenecek çalışmaların, dijital siyasal iletişimin dinamiklerini daha bütüncül bir biçimde ortaya koyacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akar, E. (2020). *Sosyal Medyanın Gençlerin Siyasi Tutumuna Etkisi*. Duvar Yayınları.
- Akkaya, G. (2023). *Dijital İletişim Sürecinde Sosyal Medya ve Algı Yönetimi*. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 52–69. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/3926917>
- Aktan, E. (2018). *Sosyal Medya ve Siyasal Katılım*. Ankara, Eğitim Yayınevi.
- Aktaş, N. (2022). *Yeni Medya Çağında Siyasal Katılım ve Algı Yönetimi*. İstanbul: Siyasal Kitabevi. <https://www.siyasal.com/yeni-medya-caginda-siyasal-katilim>
- Akyol, M. (2015). *Seçim Kampanyalarında Sosyal Medya Kullanımı: Facebook Ve 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri*. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(55), Article 55. <https://doi.org/10.17755/esosder.69431>
- Akyol, M. (2015a). *Seçim Kampanyalarında Sosyal Medya Kullanımı: Facebook Ve 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri*. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(55), 98–114
- Akyol, M. (2015b). *Seçim kampanyalarında sosyal medya kullanımı: Facebook ve 2014 Cumhurbaşkanlığı seçimleri*. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(55), 98–114
- Akyol, M. (2015c). *Seçim kampanyalarında sosyal medya kullanımı: Facebook ve 2014 Cumhurbaşkanlığı seçimleri*. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(55), 98–114
- Akyol, M. (2015ç). *Seçim kampanyalarında sosyal medya kullanımı: Facebook ve 2014 Cumhurbaşkanlığı seçimleri*. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(55), 98–114
- Akyüz, K. (2020). *Siyasal Katılım Bağlamında Yüksek Lisans Öğrencilerinin Siyasal Yaşamdaki Yeri: Ardahan Üniversitesi Örneği*, MasterThesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://acikbilim.yok.gov.tr/handle/20.500.12812/590126>

- Altınbaş, H. (2015). *Sosyal Medyanın Seçim Kampanyalarında Kullanımı ve Etik Sorunlar*. Akademik İncelemeler Dergisi, 10(1), 45–55.
<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/420837>
- Arat, Y. (1994). *Türkiye'de Kadın Olmak*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Arat, Y. (2017a). *Türkiye'de Modernleşme ve Kadın*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Arat, Y. (2017b). *Türkiye'de Modernleşme ve Kadın*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Arat, Y. (2017c). *Türkiye'de Modernleşme ve Kadın*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Arat, Y. (2017d). *Türkiye'de Modernleşme ve Kadın*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Arat, Y. (2017e). *Türkiye'de Modernleşme ve Kadın*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Arıkan, Y. (2019). *Sosyal Medyada Seçim Kampanyaları ve Etik Sorunlar*. İstanbul: İletişim Yayınları. <https://iletisim.com.tr/kitap/sosyal-medyada-secim-kampanyalari/1047> (s. 174)
- Atabey, G., & Hasta, D. (2018a). Siyasal Katılım, Siyasal Yeterlik ve Toplumsal Cinsiyet. Nesne, 6(13), 484–516.
<https://www.nesnedergisi.com/makale/pdf/1504297211.pdf>
- Ateş, H., & Öner, M. (2021a). Dijital Demokrasi ve Katılım: Aktif Katılım. Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 8(3), 101–114.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/asead/issue/64114/919308>
- Ateş, H., & Öner, M. (2021b). Dijital Demokrasi ve Katılım: Aktif Katılım. Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 8(3), 101–114.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/asead/issue/64114/919308>
- Aydın, A. (2018). Sosyal medya paradigmasındaki dönüşümün siyasal katılım yansıması [doctoralThesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü].
<https://acikbilim.yok.gov.tr/handle/20.500.12812/669461>
- Aydın, A. (2017). Sosyal medya paradigmasındaki dönüşümün siyasal katılım yansıması YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Aydın, M. (2019a). Yerel Yönetimlerde Algı Yönetimi ve Siyasal Katılım İlişkisi. İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 6(1), 17–24.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/igusbd/issue/44258/547599>

- Aydın, M. (2019b). Yerel Yönetimlerde Algı Yönetimi ve Siyasal Katılım İlişkisi. İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 6(1), 17–24. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/igusbd/issue/44258/547599>
- Aydın, S., & Gülsoy, S. (2017). SİYASİ PARTİ LİDERLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIMININ GENÇ SEÇMENLER İÇİN ÖNEMİ: SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE BİR UYGULAMA. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 22(4), Article 4.
- Aytekin, S. (2020). Sosyal Medyanın Ergen Psikolojisine Etkisi: Kimlik İnşası ve Sanal Mahremiyet. Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi, 10(2), 39–50. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tpdrd/issue/55619/732784>
- Babacan, H. (2014a). Dijital Aktivizm ve Yeni Toplumsal Hareketler. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 22, 35–48.
- Babacan, M. (2014b). Dijital Çağda Siyasal İletişim ve Etik Sorumluluklar. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Babacan, M. (2014c). Sosyal Medya ve Siyasal Katılım: Gezi Parkı Örneği. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2014(1), 31–49. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akdenizsb/issue/1739/21559>
- Babacan, M. E (2014d). Sosyal Medya Sonrası Yeni Toplumsal Hareketler. Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.20493/bt.55255>
- Balcı, Ş. (2020). Seçim Süreçlerinde Sosyal Medya Algoritmalarının Rolü. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 51, 133-150. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ikad/issue/55925/749192> (s. 141)
- Balcı, Ş., & Sarıtaş, H. (2015). FACEBOOK VE SİYASAL KATILIM: 2014 YEREL SEÇİMLERİ ARAŞTIRMASI. <http://www.trdizin.gov.tr/publication/paper/detail/TWpJeU1qa3pNdZ09>
- Balcı, Ş., & Sarıtaş, H. (2016). Facebook ve siyasal katılım: 2014 yerel seçimleri araştırması. Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, (37), 511–

535.

<https://doi.org/10.21563/sutad.187054>

Bayraktutan, Y., & Arslan, E. (2020). Dijital Seçim Kampanyalarının Siyasal Katılım Üzerindeki Etkileri. *Siyasal İletişim Dergisi*, 6(2), 91–105. <https://dergipark.org.tr/en/pub/siyasaliletisim/issue/56578/774645>

Büyükkantarcıoğlu, N. (2019). Seçim kampanyalarında sosyal medya araçlarının kullanımı: 2018 Cumhurbaşkanlığı seçimleri örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (31), 65–80.

Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.

Çaha, Ö. (2000). Siyasal Katılım ve Türkiye'de Yerel Katılımın Boyutları. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 55(2), 23–41.

Çaha, Ö. (2014). Siyasal katılım ve demokrasi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 69(1), 41-60.

Çelik, B., Bayram, M., & Uysal, A. (2020a). Sosyal Medya Algısı ve Siyasal Katılım Davranışı Üzerine Bir İnceleme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(2), 81–98. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akuiibfd/issue/56684/773133>

Çelik, B., Bayram, M., & Uysal, A. (2020b). Sosyal Medya Algısı ve Siyasal Katılım Davranışı Üzerine Bir İnceleme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(2), 81–98. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akuiibfd/issue/56684/773133>

Çelik, E., & Kuzu, A. (2021). *Sosyal medya ve dezenformasyon: Dijital çağda bilgi güvenliği*. Ankara: Gazi Kitabevi. Google Books

Çelik, K., & Bal, N. (2019a). Kadınların Siyasi Temsiline İlişkin Engeller: Nitel Bir Araştırma. *Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(1), 75–90.

- Çelik, K., & Bal, N. (2019b). Kadınların Siyasi Temsiline İlişkin Engeller: Nitel Bir Araştırma. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 3(1), 75–90.
- Çelik, M. (2019a). Orta Çağ'da Siyasal Yapılar ve Katılım Biçimleri. Tarih Araştırmaları Dergisi, 38(2), 100–112.
- Çelik, M. (2019b). Orta Çağ'da Siyasal Yapılar ve Katılım Biçimleri. Tarih Araştırmaları Dergisi, 38(2), 100–112.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/tad/issue/47198/589525>
- Çelik, M. (2019c). Orta Çağ'da Siyasal Yapılar ve Katılım Biçimleri. Tarih Araştırmaları Dergisi, 38(2), 100–112.
- Çengel, M., & Kaygısız, Ü. (2021). Siyasal Katılımda Sosyal Ağların Rolü: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi, 4(7), 631–650.
- Çetin, S. (2018a). Siyasal Katılım ve Siyasal Sosyalleşme İlişkisi. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31, 49–58.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/pausbed/issue/41676/502403>
- Çetin, S. (2018a). Siyasal Katılım ve Siyasal Sosyalleşme İlişkisi. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31, 49–58.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/pausbed/issue/41676/502403>
- Çetin, S. (2018b). Siyasal Katılım ve Siyasal Sosyalleşme İlişkisi. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31, 49–58.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/pausbed/issue/41676/502403>
- Çetin, S. (2018b). Siyasal Katılım ve Siyasal Sosyalleşme İlişkisi. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31, 49–58.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/pausbed/issue/41676/502403>
- Çoban, A. E. (2020). Siyasal Temsilde Kadınlar: Kota Uygulamalarının Etkililiği Üzerine Bir Değerlendirme. Kadın Araştırmaları Dergisi, 1(1), 110–122.
- Çukurçayır, M. A. (2002). Yerel Demokrasi ve Katılım. Nobel Yayınları

- Dahlerup, D. (2006). The Story of the Theory of Critical Mass. *Politics & Gender*, 2(4), 511–522.
- Demir, F., & Acar, M. (2005). *Kamu Yönetimi*. Nobel Yayınları.
- Demirkol, M. (2018). Siyasi kampanyalarda dijital medya kullanımı: Türkiye örneği. İstanbul: İletişim Yayınları. <https://www.iletisim.com.tr/kitap/siyasi-kampanyalarda-dijital-medya/986>
- Demirtaş, M., & Sönmez, S. (2020). Seçim dönemlerinde kriz iletişimi: 2019 yerel seçimleri örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (51), 76–90. <https://doi.org/10.47766/ikad.2020.51.4>
- Doğan, B., & Doğan, İ. (2020). CUMHURBAŞKANLIĞI HÜKÜMET SİSTEMİNDE CUMHURBAŞKANININ SORUMLULUĞU. İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 11(2), Article 2. <https://doi.org/10.21492/inuhfd.732153>
- Doğan, M. (2019). 2018 Seçimlerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Etkileri. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(45), 85-99. <https://doi.org/10.29228/ASOS.34823> (s. 88)
- Duran, M. (2020a). Z Kuşağının Siyasal Katılım Davranışları. *Uluslararası Liderlik Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 93–105.
- Duran, M. (2020b). Z Kuşağının Siyasal Katılım Davranışları. *Uluslararası Liderlik Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 93–105.
- Duran, M. (2020c). Z Kuşağının Siyasal Katılım Davranışları. *Uluslararası Liderlik Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 93–105.
- Elciyar, K. (2016a). *Sosyal medyada gençlerin siyasal katılım davranışı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma* (Yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Elciyar, K. (2016b). *Sosyal medyada gençlerin siyasal katılım davranışı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma* (Yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).

- Elitaş, C. (2020). Sosyal Medyada Siyasal Reklamcılık: Mikro Hedefleme Üzerine Bir Değerlendirme. Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 4(2), 213–228.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/akusosbil/issue/54851/733067>
- Elitaş, S. K. (2020). Sosyal Medyanın Toplumsal Dönüştürücülüğü: Sosyal Medya Kullanan Ergenlerin Aile İçi İletişim Süreçlerine Katılım Düzeyleri Üzerine Nicel Bir Araştırma. OPUS International Journal of Society Researches, 16(30), Article 30. <https://doi.org/10.26466/opus.777748>
- Eraslan, M. C. (2022). Siyasal reklam ve sosyal medya: Siyasi partilerin sosyal medya kullanımları üzerine inceleme. İletişim Çalışmaları Dergisi, 8(2), 191–206.
- Erdoğan, İ. (2018). Siyasal iletişimde sosyal medyanın rolü: Türkiye örneği. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 6(80), 41–47.
- Erdoğan, M. (2019). Demokratik Toplumda Bilgi Edinme Hakkı ve Medya Etikleri. İstanbul: Derin Yayınları.
- Erendağ-Sümer, F. (2017). *Sosyal medya kullanım pratikleri üzerine ampirik bir araştırma. Global Media Journal Turkish Edition*, 8(15), 166–181.
- Eroğul, C. (1999). Demokrasi ve Siyasal Katılım. İmge Kitabevi.
- Eryılmaz, B. (2016). Kamu Yönetimi (7. Baskı). Ankara: Okutman Yayıncılık.
- Eryılmaz, N. (2022). Dijital Siyasal Reklamcılıkta Şeffaflık Sorunu ve Etik İkilemler. Yeni Medya Dergisi, 5(2), 45-58.
<https://dergipark.org.tr/en/pub/ymdergi/issue/69384/1099237> (s. 51)
- Ektiren, M. T. (2022). *Sosyal medya kullanımı yoluyla siyasal katılım: Bir sistematik derleme çalışması. Etkileşim*, 1(1), 1–25.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/etkilesim/issue/84023/1012345>
- Göksu, V. (2015). *Sosyal medyanın kamuoyu oluşturma ve siyasal katılma üzerine etkileri: Kuramsal ve ampirik bir analiz* (Yayımlanmamış doktora tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

- Göker, H., Özdemir, S. & Kurt, H. (2015). Yerel Yönetimlerde Halk Katılımının Artırılmasına Yönelik Uygulamalar: Konya Büyükşehir Belediyesi Örneği. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 18(2), 43–56.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/susead/issue/32579/362095>
- Görücü, V. (2021). Katılımı Etkileyen Faktörler ve Katılım Yolları. Hasan Kalyoncu Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 11(22), Article 22.
- Güleç, M. (2018). Sosyal medya üzerinden yürütülen siyasal kampanyalarda etik dışı uygulamalar. İletişim Araştırmaları Dergisi, 6(1), 84-97.
- Güleç, T. (2018). Sosyal Medyada Dezenformasyonun Siyasete Etkisi Üzerine Bir İnceleme. Beytulhikme: An International Journal of Philosophy, 8(2), 407–423.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/beytulhikme/issue/40249/487956>
- Güleç, V. (2018). AİLE İLİŞKİLERİNİN SOSYAL MEDYAYLA BİRLİKTE ÇÖKÜŞÜ. Yeni Medya Elektronik Dergisi, 2(2), Article 2.
<https://doi.org/10.17932/IAU.EJNM.25480200.2018.2/2.105-120>
- Gündoğmuş, B., Maruf, M., & Aksu, H. (2019a). Sosyal medya kullanımının siyasal katılıma etkisinin Şırnak ili örneğinde ölçülmesi. İktisadi ve İdari Yaklaşımlar Dergisi, 1(1), 78–103.
- Gündoğmuş, B., Maruf, M., & Aksu, H. (2019b). Sosyal medya kullanımının siyasal katılıma etkisinin Şırnak ili örneğinde ölçülmesi. İktisadi ve İdari Yaklaşımlar Dergisi, 1(1), 78–103.
- Gündüz, U., & Pembecioğlu, N. (2013a). Sosyal Medya ve Yeni Medya Kavramı Üzerine Bir Değerlendirme. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 5(1), 142–152.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/iausbd/issue/9226/115365>
- Gündüz, U., & Pembecioğlu, N. (2013b). Sosyal Medya ve Yeni Medya Kavramı Üzerine Bir Değerlendirme. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 5(1), 142–152.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/iausbd/issue/9226/115365>

- Gündüz, U., & Pembecioğlu, N. (2013c). Sosyal Medyanın Bilgi Tekrarına Geliştirilen Tepkiler. Sosyal Medya Araştırmaları, 1, 225-252.
- Güner, B. (2021a). Eğitim Düzeyi ve Siyasal Katılım İlişkisi: Bingöl Örneği. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 31(1), 55-70.
- Güner, B. (2021b). Eğitim Düzeyi ve Siyasal Katılım İlişkisi: Bingöl Örneği. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 31(1), 55-70.
- Güney, M. (2019). Siyasal Katılım ve Gelir İlişkisi. Sosyal Araştırmalar Dergisi, 24(2), 56-64.
- Güngör, M. (2020). Siyasal iletişimde dijital dönüşüm ve sosyal medya. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Gürbüz, G. (2014). Sosyal medya ve demokrasi ilişkisi: Türkiye’de sosyal medyanın katılımcı demokrasiye etkisi üzerine bir alan araştırması [Tez]. Atatürk Üniversitesi.
- Gürbüz, G. (2022a). Dijital Çağda Siyasal Katılım: Sosyal Medya Üzerinden Yeni Bir Katılım Biçimi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gürbüz, G. (2022b). Dijital Çağda Siyasal Katılım: Sosyal Medya Üzerinden Yeni Bir Katılım Biçimi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gürbüz, G. (2022c). Dijital Çağda Siyasal Katılım: Sosyal Medya Üzerinden Yeni Bir Katılım Biçimi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gürbüz, G. (2022ç). Dijital Çağda Siyasal Katılım: Sosyal Medya Üzerinden Yeni Bir Katılım Biçimi. İstanbul Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi.
- Gürbüz, G. (2022d). Dijital Çağda Siyasal Katılım: Sosyal Medya Üzerinden Yeni Bir Katılım Biçimi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gürbüz, G. (2022e). Dijital Çağda Siyasal Katılım: Sosyal Medya Üzerinden Yeni Bir Katılım Biçimi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi.

- Gürbüz, G. (2022f). Dijital Çağda Siyasal Katılım: Sosyal Medya Üzerinden Yeni Bir Katılım Biçimi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi.
- Gürbüz, G. (2022g). Dijital Çağda Siyasal Katılım: Sosyal Medya Üzerinden Yeni Bir Katılım Biçimi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi.
- Gürbüz, G. (2022ğ). Dijital Çağda Siyasal Katılım: Sosyal Medya Üzerinden Yeni Bir Katılım Biçimi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi.
- Gürsoy, F. (2018). Türkiye'de 2018 Cumhurbaşkanlığı seçimleri ve sosyal medya etkisi. *Siyasal İletişim Dergisi*, 5(2), 55–63. Link
- Hafızoğlu, Y. (2021). Z Kuşağı Seçmen Davranışları. *Eğitim ve Yeni Yaklaşımlar Dergisi*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.52974/jena.1035189>
- Huntington, S. P., & Nelson, J. M. (1976a). No Easy Choice: Political Participation in Developing Countries (s. 3–4). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Huntington, S. P., & Nelson, J. M. (1976b). No Easy Choice: Political Participation in Developing Countries (s. 3–4). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Irak, D., & Yazıcıoğlu, E. (2012). Sosyal Medya: Teorik Yaklaşımlar ve Eleştiriler. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Irak, D., & Yazıcıoğlu, O. (2012). Türkiye ve Sosyal Medya. Okuyan Us. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iausos/issue/71519/1122204>
- İşlek, S. (2021). Siyasal Katılım ve Seçmen Davranışları: Türkiye Örneği. *Siyasal Bilgiler Dergisi*, 4(1), 55–68.
- Karaca, M. F. (2024). 2023 Cumhurbaşkanlığı seçiminde sosyal medya kullanımı: Instagram ve X üzerine bir inceleme. *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi (INIJOSS)*, 13(1), 136–175.
- Karakaya, S. (2020). Dijital çağda siyasal iletişim: Sosyal medyanın dönüştürücü etkisi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi (ASOS Journal)*, 8(101), 110–122.

Kalaycı, H. (2021). Siyasal iletişimde sosyal medya stratejileri. Ankara: Siyasal Kitabevi. <https://siyasal.com.tr/kitap/siyasal-iletisimde-sosyal-medya-stratejileri/>

Kalaycıoğlu, E. (1983a). Karşılaştırmalı siyasal katılma: Siyasal eylemin kökenleri üzerine bir inceleme. İstanbul üniversitesi siyasal bilimler fakültesi.

Kalaycıoğlu, E. (1983b). Karşılaştırmalı Siyasal Katılma: Siyasal Eylemin Kökenleri Üzerine Bir İnceleme. İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

Kalaycıoğlu, E. (1983c). Karşılaştırmalı siyasal katılma: Siyasal eylemin kökenleri üzerine bir inceleme (s. 10). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi.

Bu çalışmada, siyasal katılım; bireylerin otonom tercihlerle siyasal karar mercileri etkilemeye yönelik eylemleri olarak tanımlanmaktadır

Kalaycıoğlu, E. (2006a). Türkiye'de Sosyal Yapı ve Siyasal Katılım. İstanbul: TÜSES Yayınları. https://tuses.org.tr/wp-content/uploads/2021/01/Kalaycioglu_Turkiyede_Sosyal_Yapi_Siyasal_Katilim.pdf

Kalaycıoğlu, E. (2006b). Türkiye'de Sosyal Yapı ve Siyasal Katılım. İstanbul: TÜSES Yayınları. https://tuses.org.tr/wp-content/uploads/2021/01/Kalaycioglu_Turkiyede_Sosyal_Yapi_Siyasal_Katilim.pdf

Kalaycıoğlu, E. (2006c). Türkiye'de Sosyal Yapı ve Siyasal Katılım. İstanbul: TÜSES Yayınları. https://tuses.org.tr/wp-content/uploads/2021/01/Kalaycioglu_Turkiyede_Sosyal_Yapi_Siyasal_Katilim.pdf

Kalaycıoğlu, E. (2006ç). Türkiye'de Sosyal Yapı ve Siyasal Katılım. İstanbul: TÜSES Yayınları.

[https://tuses.org.tr/wp-](https://tuses.org.tr/wp-content/uploads/2021/01/Kalaycioglu_Turkiyede_Sosyal_Yapi_Siyasal_Katilim.pdf)

[content/uploads/2021/01/Kalaycioglu_Turkiyede_Sosyal_Yapi_Siyasal_Katilim.pdf](https://tuses.org.tr/wp-content/uploads/2021/01/Kalaycioglu_Turkiyede_Sosyal_Yapi_Siyasal_Katilim.pdf)

Kalaycıoğlu, E. (2006d). Türkiye’de Sosyal Yapı ve Siyasal Katılım. İstanbul: TÜSES Yayınları.

[https://tuses.org.tr/wp-](https://tuses.org.tr/wp-content/uploads/2021/01/Kalaycioglu_Turkiyede_Sosyal_Yapi_Siyasal_Katilim.pdf)

[content/uploads/2021/01/Kalaycioglu_Turkiyede_Sosyal_Yapi_Siyasal_Katilim.pdf](https://tuses.org.tr/wp-content/uploads/2021/01/Kalaycioglu_Turkiyede_Sosyal_Yapi_Siyasal_Katilim.pdf)

Kalaycıoğlu, E. (2006e). Türkiye’de Sosyal Yapı ve Siyasal Katılım. İstanbul: TÜSES Yayınları.

[https://tuses.org.tr/wp-](https://tuses.org.tr/wp-content/uploads/2021/01/Kalaycioglu_Turkiyede_Sosyal_Yapi_Siyasal_Katilim.pdf)

[content/uploads/2021/01/Kalaycioglu_Turkiyede_Sosyal_Yapi_Siyasal_Katilim.pdf](https://tuses.org.tr/wp-content/uploads/2021/01/Kalaycioglu_Turkiyede_Sosyal_Yapi_Siyasal_Katilim.pdf)

Kalaycıoğlu, E. (2006f). Türkiye’de Sosyal Yapı ve Siyasal Katılım. İstanbul: TÜSES Yayınları. <https://openaccess.marmara.edu.tr/handle/11424/620>

Kalaycıoğlu, E. (2006g). Türkiye’de Sosyal Yapı ve Siyasal Katılım. İstanbul: TÜSES Yayınları. <https://openaccess.marmara.edu.tr/handle/11424/620>

Kalaycıoğlu, E. (2020ğ). Sosyal medya çağında seçim güvenliği ve dezenformasyon. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 75(2), 45-60. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sbfd>

Kandiyoti, D. (2000). Kadın ve Toplumsal Değişim. İstanbul: Metis Yayınları.

Kandiyoti, D. (2000a). Ataerkillik: Kuram ve Türkiye Uygulaması. İstanbul: Metis Yayınları.

Kandiyoti, D. (2000b). Kadın ve Toplumsal Değişim. İstanbul: Metis Yayınları.

Kapani, M. (1997). Siyaset Bilimine Giriş. Bilgi Yayınevi.

Kapani, M. (1998). Politika Bilimine Giriş. Ankara: İmge Kitabevi. Kapani, siyasal katılımı, bireylerin siyasi sisteme yönelik tutum, davranış ve konumlarını belirleyen bir kavram olarak ele almıştır

- Kaptan, A. (2021). Dezenformasyonla Mücadelede Bilgi Doğrulama Sistemlerinin Rolü. Medya ve Toplum, 3(1), 89-100. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1929129> (s. 92)
- Karagöz, M. (2019). Dijital çağda seçmen davranışları ve sosyal medya etkisi. İstanbul: Beta Yayınları. <https://www.betayayincilik.com/dijital-cagda-secmen-davranislari>
- Karakoç, E. (2008). Siyasal Katılımın Sosyo-Ekonomik Belirleyicileri: Avrupa ve Türkiye Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme. Uluslararası İlişkiler Dergisi, 5(20), 91-114.
- Kaya, M. (2020). Türkiye’de Seçim Sistemi ve Siyasal Katılım Üzerine Bir Değerlendirme. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 75(1), 31–45.
- Kaya, M., & Demirci, Z. (2020a). Tavşanlı’da Siyasal Katılım Eğilimleri. Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 39(2), 109–122.
- Kaya, M., & Demirci, Z. (2020b). Tavşanlı’da Siyasal Katılım Eğilimleri. Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 39(2), 109–122.
- Kaya, M., & Demirci, Z. (2020c). Tavşanlı’da Siyasal Katılım Eğilimleri. Uludağ Üniversitesi İİBF Dergisi, 39(2), 109–122.
- Kaya, R. (2020). Roma’da Vatandaşlık ve Siyasi Haklar. Akademik Tarih Dergisi, 4(1), 41–55. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akademiktarih/issue/53577/696779>
- Kocahan, M., & Yurttagüler, L. (2020). *Yeni medya ve siyasal katılım: Gençlerin dijital siyasal pratikleri*. İstanbul: Heinrich Böll Stiftung Derneği Türkiye Temsilciliği.
- Korkmaz, H. (2021). 2018 Seçimlerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Seçmen Davranışları. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9(35), 33-49. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/asos>
- Korkmaz, Z. (2022). Sosyal medyada nefret söylemi ve demokratik süreçler üzerindeki etkisi. Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 11(2), 31–45. <https://doi.org/10.17484/sobiad.112233>

- Koçak, H. (2022a). Sosyal Medyada Siyasal Katılım: Etkileşim, Görünürlük ve Gençlik. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 56, 71–90.
- Koçak, H. (2022b). Sosyal Medyada Siyasal Katılım: Etkileşim, Görünürlük ve Gençlik. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 56, 71–90.
- Koçak, H. (2022c). Sosyal Medyada Siyasal Katılım: Etkileşim, Görünürlük ve Gençlik. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 56, 71–90.
- Koçak, H. (2022ç). Sosyal Medyada Siyasal Katılım: Etkileşim, Görünürlük ve Gençlik. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 56, 71–90.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/ikuarke/issue/72335/1141006>
- Koçak, H. (2022d). Sosyal Medyada Siyasal Katılım: Etkileşim, Görünürlük ve Gençlik. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 56, 71–90.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/ikuarke/issue/72335/1141006>
- Koçak, H. (2022e). Sosyal Medyada Siyasal Katılım: Gençlerin Etkileşimsel Katılım Biçimleri. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 56, 71–90.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/ikuarke/issue/72335/1141006>
- Kurt, A., & Öztürk, M. (2022). Genç Seçmenlerin Sosyal Medya Kullanımının Siyasal Katılıma Etkisi: Isparta Örneği. Isparta Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 3(1), 208–223.
- Kuyucu, M. (2015a). Sosyal Medyada Mahremiyet ve Etik. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 24, 75–92.
- Kuyucu, M. (2015b). Sosyal Medyada Mahremiyet ve Etik. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 24, 75–92.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/akil/issue/28891/309147>
- Kuyucu, M. (2015c). Sosyal Medyada Mahremiyet ve Etik: Sosyal Paylaşım Ağlarının Mahremiyet İhlalleri Üzerine Bir İnceleme. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 24, 75–92.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/akil/issue/28891/309147>
- Kuyucu, M. (2015ç). Sosyal Medyada Mahremiyet ve Etik: Sosyal Paylaşım Ağlarının Mahremiyet İhlalleri Üzerine Bir İnceleme. Akdeniz Üniversitesi

- İletişim Fakültesi Dergisi, 24, 75–92.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/akil/issue/28891/309147>
- Kuyucu, M. (2015d). Sosyal Medyada Mahremiyet ve Etik: Sosyal Paylaşım Ağlarının Mahremiyet İhlalleri Üzerine Bir İnceleme. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 24, 75–92.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/akil/issue/28891/309147>
- Kuyucu, M. (2015e). Sosyal Medyada Mahremiyet ve Etik: Sosyal Paylaşım Ağlarının Mahremiyet İhlalleri Üzerine Bir İnceleme. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 24, 75–92.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/akil/issue/28891/309147>
- Kuyucu, M. (2015f). Sosyal Medyada Mahremiyet: Türkiye’deki Twitter Kullanıcılarının Mahremiyet Anlayışı. Sosyalleşen Olgular” Sosyal Medya Araştırmaları, 2, 21-54.
- Kuşçu, D. (2020a). Dijital Aktivizm ve Siyasal Katılım Arasındaki İlişki. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 8(2), 112–125.
- Kuşçu, D. (2020b). Dijital Aktivizm ve Siyasal Katılım Arasındaki İlişki. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 8(2), 112–125.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/e-gifder/issue/58102/795774>
- Köker, E. (1995a). Demokrasi: Tartışmaları ve Teorileri. Ankara: Dost Kitabevi.
- Köker, E. (1995b). Demokrasi: Tartışmaları ve Teorileri. Ankara: Dost Kitabevi.
- Köker, E. (1995c). Demokrasi: Tartışmaları ve Teorileri. Ankara: Dost Kitabevi.
- Köker, E. (1995ç). Demokrasi: Tartışmaları ve Teorileri. Ankara: Dost Kitabevi.
- Kırık, A. M. (2013a). Gelişen web teknolojileri ve sosyal medya bağımlılığı. Sosyal Medya Araştırmaları, 1, 77-101.
- Kırık, A. M. (2013b). Yeni Medya ve Etkileşimli İletişim. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 36, 127–150.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/ikuarke/issue/17982/188583>

- Kırık, A. M. (2013c). Yeni Medya ve Etkileşimli İletişim. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 36, 127–150. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ikuarke/issue/17982/188583>
- Kışlalı, A. T. (2002). Kemalizm, Laiklik ve Demokrasi. İmge Kitabevi.
- Loader, B. D., & Mercea, D. (2011). Networking democracy? Social media innovations and participatory politics. Information, Communication & Society, 14(6), 757–769. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.592648>
- Neval, D. (2020). Facebook reklamcılığı ve seçim stratejileri. İstanbul: Derin Yayınları. <https://derinyayinevi.com/facebook-reklamciligi-ve-secim-stratejileri/>
- Neval, Ö. (2020). Bütünleşik Pazarlama İletişiminde Instagram Fenomenlerinin Satın Almaya Etkisi (No. 1). <https://search.trdizin.gov.tr/en/yayin/detay/381809>
- Nişanyan, S. (2021a). Nişanyan Sözlük: Katılım [Çağdaş Türkçe etimoloji]. İstanbul: Liber Plus.
- Nişanyan, S. (2021b). Nişanyan Sözlük: Siyasa [Çağdaş Türkçe etimoloji]. İstanbul: Liber Plus.
- Okuroğlu, M., & Dağtaş, E. (2021). Seçim Kampanyalarında Sosyal Medya Stratejileri: 2019 İstanbul Seçimi Örneği. Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 10(1), 377–390. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1811896>
- TARMER - Toplumsal Araştırmalar Merkezi. (2023). Seçim Kampanyalarında Sosyal Medya Kullanımı ve Etik Sorumluluk Raporu. TARMER Yayınları, 1(1), 12–26. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/3023443>
- Olkun, E. O., Yüksel, E., & Akdemir, G. Y. (2018). Sosyal medya ve siyasal katılım: 2017 referandumunda bir saha araştırması. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 11(60), 991–1000. <https://doi.org/10.17719/jisr.2018.2850>
- Öksüz, E. (2011a). Feodal Düzen ve Sosyal Değişmeler. Istanbul Journal of Sociological Studies, 18, Article 18.

- Öksüz, H. (2011b). Feodalizmde Siyasal Yapı. Sosyal Bilimler Dergisi, 8(1), 81–92.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/sbd/issue/24112/255789>
- Öksüz, H. (2011b). Feodalizmde Siyasal Yapı. Sosyal Bilimler Dergisi, 8(1), 81–92.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/sbd/issue/24112/255789>
- Öksüz, H. (2011c). Feodalizmde Siyasal Yapı. Sosyal Bilimler Dergisi, 8(1), 81–92.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/sbd/issue/24112/255789>
- Öztürk, H. (2021a). Siyasal İletişimde Sosyal Medya: Seçmen Analitiği ve Kampanya Stratejileri. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(3), 125–140.
- Öztürk, H. (2021b). Siyasal İletişimde Sosyal Medya: Seçmen Analitiği ve Kampanya Stratejileri. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(3), 125–140.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/yyusbed/issue/63406/924172>
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2018). The Implied Truth Effect: Attaching Warnings to a Subset of Fake News Stories Increases Perceived Accuracy of Stories Without Warnings. Management Science, 66(11), 4944–4957.
<https://doi.org/10.1287/mnsc.2019.3478>
- Sarı, T. (2014). Sosyal Medya ve Siyasal Katılım. Selçuk İletişim, 8(4), 5–18.
<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/383058>
- Sayimer, İ. (2025). Türkiye’de seçmenlerin yeni medya ortamlarında siyasal katılım pratikleri. [Yayınlanmamış saha araştırması].
- Selvi, M. (2020). Sosyal medya ve Z kuşağı siyasal katılım davranışı ilişkisi [Tez, Anadolu Üniversitesi].
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=yIaU9gHLY4-qwBMGUzjfqa&no=bedVc7p7tNzUcks2gHkauA>
- Sezgin, H. (2019). Kriz iletişimi ve dijital medya: Teorik ve pratik yaklaşımlar. İstanbul: Beta Yayınları. Google Books
- Silsüpür, B. (2021). Dijital Çağda Siyasal Katılım ve Dezenformasyon. Yeni Medya Araştırmaları Dergisi, 5(2), 89–97.

- Sitembölükbaşı, D. dr şaban. (2007). KADINLARIN SİYASAL HAYATA ETKİN KATILIMININ BİR ARACI OLARAK SEÇİMLERDE KOTA UYGULAMALARI. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 12(1)
- Sunar, G., & Diker, E. (2021). Sosyal Medya Algoritmaları ve Politik Kutuplaşma. Siyasal İletişim Dergisi, 8(2), 203-218. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sid/issue/64577/964021> (s. 213)
- Sözen, B. (2022). Dijital çağda ekatılım aktivitelerinin siyasi boyutlarına genel bir bakış. AUAd, 8(2), 151–170.
- Şen, İ. E. (2019a). Z Kuşağının Sosyal Medya Kullanımı ve Siyasal Katılımı. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19(3), 63–75.
- Şen, İ. E. (2019b). Z Kuşağının Sosyal Medya Kullanımı ve Siyasal Katılımı. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19(3), 63–75. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ausbd/issue/49778/662889>
- Şen, İ. E. (2019b). Z Kuşağının Sosyal Medya Kullanımı ve Siyasal Katılımı. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19(3), 63–75. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ausbd/issue/49778/662889>
- Şen, İ. E. (2019c). Z Kuşağının Sosyal Medya Kullanımı ve Siyasal Katılımı. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19(3), 63–75. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ausbd/issue/49778/662889>
- Şen, İ. E. (2019ç). Z Kuşağının Sosyal Medya Kullanımı ve Siyasal Katılımı. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19(3), 63–75. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ausbd/issue/49778/662889>
- Şen, İ. E. (2019d). Z Kuşağının Sosyal Medya Kullanımı ve Siyasal Katılımı. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19(3), 63–75. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ausbd/issue/49778/662889>
- Şen, İ. E. (2019e). Z Kuşağının Sosyal Medya Kullanımı ve Siyasal Katılımı. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19(3), 63–75. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ausbd/issue/49778/662889>

- Şen, İ. E. (2019f). Z Kuşağının Sosyal Medya Kullanımı ve Siyasal Katılımı. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19(3), 63–75. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ausbd/issue/49778/662889>
- Şen, İ. E. (2019g). Z Kuşağının Sosyal Medya Kullanımı ve Siyasal Katılımı. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19(3), 63–75. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ausbd/issue/49778/662889>
- Şen, İ. E. (2019ğ). Z Kuşağının Sosyal Medya Kullanımı ve Siyasal Katılımı. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19(3), 63–75. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ausbd/issue/49778/662889>
- Şen, İ. E. (2019h). Z Kuşağının Sosyal Medya Kullanımı ve Siyasal Katılımı. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19(3), 63–75. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ausbd/issue/49778/662889>
- Şen, İ. E. (2019o). Z Kuşağının Sosyal Medya Kullanımı ve Siyasal Katılımı. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19(3), 63–75. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ausbd/issue/49778/662889>
- Şen, İ. E. (2019ö). Z Kuşağının Sosyal Medya Kullanımı ve Siyasal Katılımı. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19(3), 63–75. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ausbd/issue/49778/662889>
- Şen, İ. E. (2019p). Z Kuşağının Sosyal Medya Kullanımı ve Siyasal Katılımı. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19(3), 63–75. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ausbd/issue/49778/662889>
- Şener, S., & Yiğit, B. N. (2021a). Sosyal medyanın gençlerin düşünce ve değerlerine etkisi. *APJIR – Applied Journal of Interdisciplinary Research*, 5(3), 529–553.
- Şener, S., & Yiğit, B. N. (2021b). Sosyal medyanın gençlerin düşünce ve değerlerine etkisi. *APJIR – Applied Journal of Interdisciplinary Research*, 5(3), 529–553.
- Şener, S., & Yiğit, B. N. (2021c). Sosyal medyanın gençlerin düşünce ve değerlerine etkisi. *APJIR – Applied Journal of Interdisciplinary Research*, 5(3), 529–553.
- Şener, S., & Yiğit, B. N. (2021d). Sosyal medyanın gençlerin düşünce ve değerlerine etkisi. *APJIR – Applied Journal of Interdisciplinary Research*, 5(3), 529–553.

- Şentürk, Ö. (2013). Türkiye'de gençlerin siyasete ilgisi ve siyasete katılımı (Doktora tezi, Selçuk Üniversitesi). Selçuk Üniversitesi Açık Erişim Arşivi.
- Şimşek, İ., & Güler, Ş. (2022). Seçmenlerin empatik ve özgeci tutumlarının e-katılım davranışları üzerindeki rolü: Isparta örneği. Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 12(4), 45–62.
- Taydaş, M. (2021). Katılımcı Yerel Yönetimler ve Dijital Dönüşüm. Kırklareli Üniversitesi İİBF Dergisi, 10(1), 129–141. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kariyer/issue/63346/917444>
- Taydaş, M. (2021a). Katılımcı Yerel Yönetimler ve Demokratik Dönüşüm. Kırklareli Üniversitesi İİBF Dergisi, 10(1), 129–141. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kariyer/issue/63346/917444>
- Taydaş, M. (2021b). Katılımcı Yerel Yönetimler ve Demokratik Dönüşüm. Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 10(1), 129–141. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kariyer/issue/63346/917444>
- Taydaş, M. (2021c). Katılımcı Yerel Yönetimler ve Dijital Dönüşüm. Kırklareli Üniversitesi İİBF Dergisi, 10(1), 129–141. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kariyer/issue/63346/917444>
- Topuz, H. (2021). Sosyal medya, siyasal katılım ve bilgi kirliliği. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, (52), 73-88. <https://doi.org/10.47134/ikad.2021.5>
- Tufekci, Z. (2017). Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest. Yale University Press.
- Tunç, A. (2021). Sosyal medyada siyasal manipölasyon teknikleri ve etik sorunlar. Yeni Medya ve İletişim Dergisi, 4(1), 70-80. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ymid>
- Turan, İ. (2007a). Demokrasi Teorileri ve Türkiye Uygulaması. İstanbul: Beta Yayınları.
- Turan, İ. (2007b). Demokrasi Teorileri ve Türkiye Uygulaması. İstanbul: Beta Yayınları.

- Turan, İ. (2007c). *Demokrasi Teorileri ve Türkiye Uygulaması*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Turan, İ. (2007ç). *Demokrasi Teorileri ve Türkiye Uygulaması*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Turan, İ. (2007d). *Demokrasi Teorileri ve Türkiye Uygulaması*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Türkmen, H. (2020). Genç Seçmenlerin Medya Okuryazarlığı ve Sosyal Medya Kullanımı. *Sosyal Politika ve Çalışma Hayatı Dergisi*, 3(1), 33-49. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/spchd/issue/56452/758406> (s. 38)
- Tütünsatar, A., & Okcu, M. (2020). Sosyal medya siyasal katılım ilişkisi: Uygulamalar ve olaylar üzerinden değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (36), 66–93.
- Tütünsatar, A., & Okcu, M. (2020). Sosyal Medya ve Siyasal Katılım İlişkisi. *SDÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (36), 66–93.
- Uslu, A., Yüce, M. & Dursun, T. (2016). Katılımcı Yerel Demokrasi ve Seçilmiş Belediye Yöneticilerinin Katılıma Bakışı: Düzce Örneği. *İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 1–21. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iausb/issue/27407/288348>
- Uslu, M. (2017a). Siyasal katılımın yeni biçimi olarak dijital katılım: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 12(2), 159–177.
- Uslu, M. (2017b). Siyasal katılımın yeni biçimi olarak dijital katılım: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 12(2), 159–177.
- Uysal, B. (1984). *Siyasal Katılma ve Katılma Davranışına Ailenin Etkisi: İki Çimento Fabrikası Örneğinde Bir Deneme*. TODAİE Yayınları.
- Varlık, F., & Erendag Sümer, F. (2022). Sosyal Medyanın Siyasal Katılım Davranışına Etkisi: X, Y ve Z Kuşakları Üzerine Bir İnceleme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 10(2), 984–1018.

- Vergin, N. (2001). *Siyaset ve toplum: Siyasal sosyolojiye giriş*. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tg/issue/21935/235176>Yalçın, F. (2021). Türkiye'de Sosyal Medya Yasası ve Seçim Güvenliği. *Kamu Hukuku Dergisi*, 4(1), 123-135. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/khd/issue/66120/1001748> (s. 127)
- Yağmur, H. (2015). Sosyal medyanın siyaset ve kamuoyunu yönlendirmedeki rolü
- Yağmur, H. (2015). Sosyal medyanın siyaset ve kamuoyunu yönlendirmedeki rolü. <https://hdl.handle.net/20.500.12395/3655> Yetkin, B. (2020). Yeni Popülizm ve Yeni Medya: Siyasal İletişim ve Sosyal Medya Çerçevesinde Bir Tartışma. https://avesis.akdeniz.edu.tr/yayin/e5f47d00-4736-448a-ad50-40bbb99fd2f0/current-debates-on-social-sciences-4-multidisciplinary-studies?utm_source=chatgpt.com
- Yaşar, İ. H. (2021). Siyasal ifade amaçlı sosyal medya kullanım düzeyinin siyasal ilgi ve katılım üzerinde rolü: Sosyal medya platformları bağlamında bir saha araştırması. *OPUS–Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17(34), 1173–1203. <https://doi.org/10.26466/opus.816083>
- Yetkin, M. (2020). Siyasal iletişimde sosyal medya: Gençlerin oy verme davranışına etkisi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi (ASOS Journal)*, 8(105), 296–308.
- Yolçu, N. (2017). *Siyasal katılım düzeyi ve siyasal toplumsallaşma araçlarına yönelik güven ölçümü: Kocaeli ili üzerine ampirik bir çalışma*. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(1), 40–58.
- Yüksel, A. (2020). Siyasal iletişimde sosyal medya stratejileri: 2018 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde Twitter'ın kullanımı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 23(1), 87–96.
- Yıldırım, S. (2020). Dijital çağda bilgi edinme davranışları: Filtre balonu ve yankı odası etkisi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (34), 85–100.

- Yıldırım, M., & Karan, M. (2020). Sosyal medya algoritmaları ve yankı odası etkisi. *İnternet ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 90-100.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/intad>
- Yıldız, A. (2019a). Siyasal Katılım ve Demokrasi İlişkisi: Türkiye Örneği. *Siyasal Bilgiler Dergisi*, 4(2), 60–72.
- Yıldız, A. (2019b). Siyasal Katılım ve Demokrasi İlişkisi: Türkiye Örneği. *Siyasal Bilgiler Dergisi*, 4(2), 60–72.
- Yıldız, A. (2019c). Siyasal Katılım ve Demokrasi İlişkisi: Türkiye Örneği. *Siyasal Bilgiler Dergisi*, 4(2), 60–72.
- Yıldız, A. (2019ç). Siyasal Katılım ve Demokrasi İlişkisi: Türkiye Örneği. *Siyasal Bilgiler Dergisi*, 4(2), 60–72.
- Yıldız, R. (2021a). Ailelerde Sosyal Medya Kullanımı ve Dijital Ebeveynlik. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 89–105.
- Yıldız, R. (2021b). Ailelerde Sosyal Medya Kullanımı ve Dijital Ebeveynlik. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 89–105.
- Yıldız, R. (2021c). Ailelerde Sosyal Medya Kullanımı ve Dijital Ebeveynlik. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 89–105.
- Yılmaz, A. (2014). ABD'de Sivil Haklar Hareketi ve Siyasal Katılım. *Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 11(44), 115–128.
- Yılmaz, H., & Yılmaz, R. (2020). 2019 yerel seçim sürecinde sosyal medyada sergilenen siyasal davranışların bireylerin iç siyasal etkinlik düzeyleriyle ilişkisi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(5), 1–14.
- Yılmaz, H. (2023a). Yerel Yönetimler ve Demokratikleşme: Türkiye Örneği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(3), 229–243.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/ausbd/issue/78865/1242659>
- Yılmaz, H. (2024a). Yerel Yönetimlerde Siyasal Katılıma Yön Veren Faktörler ve Belediye Seçmen İlişkisi: Beşikdüzü Belediyesi Araştırması. *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 33(2), Article 2.

Yılmaz, H. (2024b). Katılımcı Demokrasi ve Yerel Siyaset: Kuramdan Uygulamaya. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Yılmaz, H. (2024b). Yerel Yönetimlerde Siyasal Katılıma Yön Veren Faktörler ve Belediye Seçmen İlişkisi: Beşikdüzü Belediyesi Araştırması. Çağdaş Yerel Yönetimler, 33(2), Article 2.

Yılmaz, S. (2021). Türkiye’de Kadınların Siyasal Katılımı: Sorunlar ve Çözüm Önerileri. Kadın Çalışmaları Dergisi, 3(1), 29–41.

Yılmaz, S. (2021a). Türkiye’de Kadınların Siyasal Katılımı: Sorunlar ve Çözüm Önerileri. Kadın Çalışmaları Dergisi, 3(1), 29–41.

Yılmaz, S. (2021b). Türkiye’de Kadınların Siyasal Katılımı: Sorunlar ve Çözüm Önerileri. Kadın Çalışmaları Dergisi, 3(1), 29–41.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı ve Soyadı : Ahmet Murat Baykara

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi : SDÜ Radyo, Televizyon ve Sinema

Yüksek Lisans Öğrenimi : SDÜ Gazetecilik Anabilim Dalı

Yabancı Dil(ler) ve Düzeyi

1.İngilizce A2

2. Almanca A1

İş Deneyimi

1. A Haber- Haber Kameramanlığı

2. Isparta Belediyesi Basın Müdürlüğü

Bilimsel Yayınlar ve Çalışmalar

1.

2.

3.

4.

5.