



**T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**YÜKSEK
LİSANS
TEZİ**

**SOSYAL MEDYANIN KULLANICILAR ÜZERİNDE
SİYASİ BİLİNÇ OLUŞTURMA ETKİSİ**

REBWAR MARIF SALIH SALIH

RADYO TV VE SİNEMA ANABİLİM DALI

TEMMUZ 2018



**SOSYAL MEDYANIN KULLANICILAR ÜZERİNDE SİYASİ BİLİNÇ
OLUŞTURMA ETKİSİ**

Rebwar Marıf Salih SALIH

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
RADYO TV VE SİNEMA ANABİLİM DALI**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

TEMMUZ 2018

Rebwar Marif SALIH tarafında hazırlanan “Sosyal Medyanın Kullanıcılar Üzerinde Siyasi Bilinç Oluşturma Etkisi” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafında OY BİRLİĞİ ile Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Doç. Dr. FİLİZ ERDEMİR GÖZE

Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum.....

Başkan: Prof. Dr. M. Sezai TÜRK

Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum.....

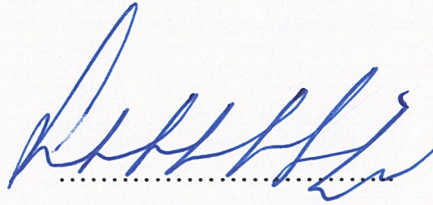
Üye: Dr. Öğr. Üyesi Nuray Hilal TUĞAN

Radyo Televizyon Anabilim Dalı, Başkent Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum.....

Tez Savunma Tarihi: 31/7/2018

Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.



Prof. Dr. Hilmi Usta

Prof. Dr. Saliha AĞAÇ

Enstitüsü E. Modörü

ETİK BEYAN

Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tezimde yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, .
- Bu tezde sunduğum çalışmanın olduğunu,

Bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.



Rebwar Marif Salih SALIH

31/07/2018

SOSYAL MEDYANIN KULLANICILAR ÜZERİNDE SİYASİ BİLİNÇ OLUŞTURMA ETKİSİ

(Yüksek Lisans Tezi)

Rebwar Marif Salih SALIH

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Temmuz 2018

ÖZET

İnsanlık tarihi boyunca hep var olan iletişim günümüzde yeni bir boyut kazanmıştır. Hızla değişen teknoloji, giderek artan istek ve ihtiyaçlar birtakım iletişim araçlarının gelişmesini sağlamıştır. Nitekim iletişim teknolojilerinin büyük bir gelişim gösterdiği 21. yüzyılda, yeni ve etkili iletişim araçlarından biri de sosyal paylaşım ağlarıdır. Bu ağlar insanlara, etkileşim, paylaşım ve tartışmanın esas olduğu, bireyi merkeze alan bir ortam sunmaktadır. Her geçen gün artan kullanıcı sayısı ile sosyal medya, günlük hayatın odak noktası haline gelmiştir. Bu yönüyle sosyal medyanın, hayatın tüm alanlarına temas eden köklü bir değişime yol açtığı; toplumların sosyal, kültürel ve ekonomik yapıları üzerinde doğrudan etkili sonuçlar doğurduğu gözlemlenmektedir. Bu değişimlerin etkisi sadece fertler ve toplumlar üzerinde değil, zamansal ve mekânsal sınırları aşarak küresel düzeyde de hissedilmektedir. Bu bilgilerden hareketle bu araştırma, birer Web-2.0 uygulaması ve sosyal medya mecrası olarak Twitter, Facebook ve Youtube'un, bireyin siyasal reaksiyonlarına ilişkin potansiyellerine odaklanacak ve sosyal medyanın siyasi bilinç üzerindeki etkisini ele alacaktır. Çalışmada, sosyal medyanın kamuoyu yaratma gücünün geleneksel medyadan daha fazla olduğu varsayımından hareket edilmektedir. Bu çerçevede araştırma, lisansüstü eğitimi alan üniversite öğrencisi sosyal medya kullanıcılarının, sosyal medya kullanma pratiklerini, alışkanlıklarını ve bu alışkanlıklarının kendilerini politik anlamda ne düzeyde etkilediğini ortaya koyabilmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç kapsamında Irak - Erbil Selahaddin Üniversitesi'nde lisans ve lisansüstü eğitimi alan, aktif sosyal medya kullanıcıları arasından 400 kişi seçilip anket uygulanmıştır. Anketten elde edilen verilerle nitel bir analiz gerçekleştirilmiştir. Bu analiz sonucunda, sosyal medyanın öğrenciler üzerinde siyasal tutum ve davranışların biçimlenmesinde doğrudan etkili olduğu saptanmıştır.

Bilim Kodu : 116509
Anahtar Kelimeler : Sosyal medya, Siyasi Bilinci
Sayfa Adedi : 174
Tez Danışmanı : Doç. Dr. FİLİZ ERDEMİR GÖZE

IT FORMS POLITICAL AWARENESS ON THE USERS OF SOCIAL MEDIA

(M. Sc. Thesis)

Rebwar Marif Salih SALIH

GAZİ UNIVERSITY

GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES

July 2018

ABSTRACT

The communication which has always existed throughout the history of humanity has gained a new dimension at the present time. Rapidly changing technology, ever-increasing demands and needs have provided the development of a number of communication tools. As a matter of fact, one of the new and effective means of communication in the 21st century during which communication technologies have shown great progress, is social networks. These networks offer an individual-centered environment in which interaction, sharing and discussion are essential to people. Social media has become the focus of daily life with the number of users which is increasing with each passing day. From this aspect, it could be observed that the social media has brought a radical change which has come into contact with all areas of life and had a direct effect upon the social, cultural and economic structures of the societies. The effects of these changes are felt not only on individuals and societies, but also on the global level exceeding temporal and spatial boundaries. Depending on the information stated above, this research will focus on the potentials of Twitter, Facebook and Youtube which are Web 2.0 applications and social media channels related to political reactions of the individuals and discuss the impact of social media on political consciousness. In the study, it has been assumed that the social media has more power to create public opinion than the traditional media. Within this framework, the research aims to reveal social media using practices and habits of the social media users who are university students receiving post-graduate education and to what extent these habits affect them politically. Within the scope of this purpose, 400 people were selected from active social media users who are receiving undergraduate and postgraduate education at Erbil Selahaddin University in Iraq and a questionnaire was applied to them. A qualitative analysis has been carried out with the data obtained from the questionnaire. As a result of this analysis, it has been found that social media has a direct influence on students with respect to formation of political attitudes and behaviors.

Science Code : 116509

Key Words : Social media, Political Conclusions

Page Number : 174

Supervisor : Assoc. Prof. Dr. FİLİZ ERDEMİR GÖZE

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans eğitimim süresince bana yardımcı olan, tez çalışmam boyunca benden desteklerini esirgemeyerek tezimi tamamlayabilmem için büyük emek veren kıymetli danışman hocam Doç. Dr. FİLİZ ERDEMİR GÖZE 'ye özel teşekkürlerimi borç bilirim.

Ayrıca beni bu günlere getiren, maddi-manevi hayatımın her aşamasında yanımda olan kıymetli aileme, bilhassa biricik anneme, yüksek lisans öğrenimim boyunca çalıştığım kurumda aynı ortamı paylaştığım, okul-iş saatlerim arasında bir denge oluşturmamı sağlayarak bu konuda beni destekleyen çalışma arkadaşlarıma ve çalışmalarına gösterdiği ilgi ile yüksek lisans tezimi yazmamda beni şevklendiren meslektaşım Medya Mohemmed'e teşekkürlerimi sunarım. Son olarak bu çalışmanın bu alanda bundan sonra yapılacak olan çalışmalar için kaynak niteliğinde olması dileğiyle emeği geçen herkese tekrar teşekkürler.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ÇİZELGELERİN LİSTESİ.....	ix
ŞEKİLLERİN LİSTESİ.....	xii
KISALTMALAR.....	xiv
1. GİRİŞ.....	1
2. İLETİŞİM TEKNOLOJİSİNİN VE SOSYAL MEDYANIN GELİŞİMİ	9
2.1. İnternet Ağının Gelişimi ve Özellikleri.....	13
2.2. Medya Araçlarında Etkileşim	17
2.3. Sosyal Medya Siteleri ve Kullanımları	18
2.4. Sosyal Medya Sitelerinin Ortaya Çıkışı	21
2.5. Başlıca Sosyal Medya Siteleri.....	26
2.5.1. Facebook	26
2.5.2. Twitter.....	34
2.5.3. Youtube.....	35
2.6. Sosyal Medyanın Özellikleri.....	37
2.7. Sosyal Medya'nın Toplumsal Hareketlerde Rolü	40
2.8. Sosyal Medya Ağlarının Avantajları ve Dezavantajları.....	42
3. SİYASAL BİLİNÇ VE SİYASAL BİLİNCİN OLUŞTURULMASINDA SOSYAL MEDYANIN ROLÜ	45
3.1. Siyasi Bilincin Önemi	48
3.2. Siyasi Bilincin Yorumlanmasında Teorik Eğilimler.....	49

Sayfa

3.3. Sosyal Medya Sitelerinin, Siyasi Bilincin Derinleşmesindeki Rolü	54
3.4. Sosyal Medya Sitelerinin Siyasî Bilinci Desteklemedeki Rolü	57
3.5. Siyasi Bilinci Etkileyen Faktörler	59
3.5.1. Aile.....	60
3.5.2. Okul.....	61
3.5.3. Üniversite	62
3.5.4. Siyasal Partiler	63
3.5.5. Baskı Grupları	64
3.5.6. Medya Araçları	65
3.6. Siyasal Kalkınmada Medyanın Rolü.....	67
4. SOSYAL MEDYANIN KULLANICILAR ÜZERİNDE SİYASİ BİLİNÇ OLİŞTURMA ETKİSİ: IRAK SELAHADDİN ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ	75
4.1. Demografik Bilgiler	76
4.2. Sosyal Medya Kullanım Bilgileri.....	78
4.3. Ölçek Analizi	86
4.4 Genel Değerlendirme	140
5. SONUÇLAR VE ÖNERİLER	149
5.1. Sonuçlar.....	149
5.2. Öneriler	151
KAYNAKLAR	153
EKLER.....	161
EK 1	162
EK 2	163
EK 3	164
EK 4	165
ÖZGEÇMİŞ	174

ÇİZELGELERİN LİSTESİ

Çizelge	Sayfa
Çizelge 4.1. Demografik Bilgilere ait sayı ve yüzde dağılımı.....	76
Çizelge 4.2. Sosyal Medya kullanımına ait sayı ve yüzde dağılımı	78
Çizelge 4.3. Sosyal Medya kullanımına ait sayı ve yüzde dağılımı	81
Çizelge 4.4. Sosyal Medya kullanımına ait sayı ve yüzde dağılımı	82
Çizelge 4.5. Ölçeğe dair önermelere verilen cevapların sayı ve yüzde dağılımı.....	86
Çizelge 4.6. Ölçeğe dair önermelere verilen cevapların sayı ve yüzde dağılımı.....	90
Çizelge 4.7. Demografik bilgiler bazında “Üniversite eğitimi, Sosyal medya ağlarını (F.T.Y) daha geniş anlamaya yardımcı olur” maddesi karşılaştırması	91
Çizelge 4.8. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağlarına (F.T.Y) dosya ve video yüklüyorum” maddesi karşılaştırması	92
Çizelge 4.9. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) aracılığı ile yorumlara katılıyorum” maddesi karşılaştırması.....	93
Çizelge 4.10. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) objektif ve güvenilir” maddesi karşılaştırması	94
Çizelge 4.11. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) gençlere ulaşmada ve onları dinlemede hızlı, aktif ve gerekli bir araçtır” maddesi karşılaştırması.....	95
Çizelge 4.12. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağlarının (F.T.Y) ayırt edici özelliği, denetime ve kısıtlamalara bağlı olmamasıdır” maddesi karşılaştırması	96
Çizelge 4.13. Demografik bilgiler bazında “Gençlerin, Sosyal medya ağlarına (F.T.Y) yönelmelerinin ana nedeni özgürlük alanını genişletmektir” maddesi karşılaştırması.....	97
Çizelge 4.14. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağlarının (F.T.Y) yaygınlaşmasının nedeni, ağlara eğitilmiş ve kültürlü gençlerin rağbet göstermesindendir” maddesi karşılaştırması	99
Çizelge 4.15. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) gençlerin düşünce ve vakitlerini ele geçirmiştir” maddesi karşılaştırması	100
Çizelge 4.16. Demografik bilgiler bazında “Siyasi kararları veren yetkililerin, halkla iletişim kurmalar için sosyal medya sayfaları (F.T.Y) oluşturmalarıdır” maddesi karşılaştırması.....	102

Çizelge	Sayfa
Çizelge 4.17. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) öz güven, özgürce görüşlerimi açıklamaya, iletişim ve diyalog kurma gibi bazı kişisel özelliklerimi geliştirdi” maddesi karşılaştırması.....	103
Çizelge 4.18. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) gündem konularını sunmak için en uygun yerdir” maddesi karşılaştırması.....	105
Çizelge 4.19. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) insan medeniyetini yükseltmede bir araç oldu” maddesi karşılaştırması	108
Çizelge 4.20. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) eleştiri yapma ve insanlar ile engel ve gözetim olmadan iletişim kurmamı sağladı” maddesi karşılaştırması	111
Çizelge 4.21. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) Fikir alışverişi ve kişisel diyalog geliştirilmesine ilişkin yaratıcı düşünce ve bilgi özgürlüğünü teşvik etmede rol oynadı” maddesi karşılaştırması.....	113
Çizelge 4.22. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) siyasetçiler ile iletişim kurmama yardımcı oldu” maddesi karşılaştırması	114
Çizelge 4.23. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y), belirli konular hakkında düşüncelerimi değiştirmeme katkıda bulundu” maddesi karşılaştırması.....	115
Çizelge 4.24. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) basit ve hızlı bilgilere ulaşmada önemli kaynaktır” maddesi karşılaştırması	116
Çizelge 4.25. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) söylentilerin kaynağıdır” maddesi karşılaştırması.....	118
Çizelge 4.26. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) belirli konular ile ilgili homojen toplumlar yaratabilir” maddesi karşılaştırması.....	120
Çizelge 4.27. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) çevremde oluşan olaylardan vicdanen etkilenmemde katkıda bulundu” maddesi karşılaştırması.....	121
Çizelge 4.28. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) ülkemi ilgilendiren siyasi konulara ilişkin sorumluluğumu derinleştirdi” maddesi karşılaştırması.....	122
Çizelge 4.29. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) kamuoyunu etkileyen başarılı bir iletişim aracıdır” maddesi karşılaştırması.....	123
Çizelge 4.30. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) ülkemde yaşanan siyasi durumun doğru yansımada katkıda bulunmuştur” maddesi karşılaştırması.....	124

Çizelge	Sayfa
Çizelge 4.31. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) Arap baharının gerçekleşmesinde en önemli araçlardan sayılmaktadır” maddesi karşılaştırması.....	125
Çizelge 4.32. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) pek çok yerel, Arap ve uluslararası konularda siyasi bilinci geliştirmiştir” maddesi karşılaştırması.....	126
Çizelge 4.33. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) bana bazı faaliyet ve iç siyaset ile ilgili görüşümü sunmamda katkıda bulunmuştur” maddesi karşılaştırması.....	128
Çizelge 4.34. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağlarında (F.T.Y) ilgimi çeken konular, Arap ülkelerinde yaşanan siyasi haberlerdir” maddesi karşılaştırması.....	129
Çizelge 4.35. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağlarında (F.T.Y) ilgimi çeken konular Irak hareketliliğiyle ilgili siyasi haberlerdir” maddesi karşılaştırması.....	130
Çizelge 4.36. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) reform ve kalkınma sürecini hızlandırmada önemli ve etkili bir rol oynuyor” maddesi karşılaştırması.....	131
Çizelge 4.37. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) belirli amaçlar oluşturma açısında güçlü araçlardır” maddesi karşılaştırması.....	132
Çizelge 4.38. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) vatanseverliğimi güçlendirmede katkıda bulundu” maddesi karşılaştırması.....	134
Çizelge 4.39. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) düşünce özgürlüğü ve fikirlerin sunması ve farklı fikirlerin kabul edilmesi açısından önemli bir yere sahiptir” maddesi karşılaştırması	136
Çizelge 4.40. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) vatandaş siyasi ile yetkililer arasında iletişim kurmasında olumlu katkıda bulunmaktadır” maddesi karşılaştırması	137
Çizelge 4.41. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) halk hareketlenmesi sonucu hükümetin siyasetini fiili bir şekilde değiştirmesine katkıda bulunmaktadır” maddesi karşılaştırması	138
Çizelge 4.42. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) genç grupları sayesinde, siyasi konular hakkında gençlik lobisi oluşturmaktadır” maddesi karşılaştırması	139
Çizelge 4.43. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağlarının (F.T.Y) halkla iletişim kurmasında daha etkili olması için bu ağları yönetmek üzere medya ve sosyoloji dalında uzmanların atanması gerekmektedir” maddesi karşılaştırması.....	140

ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 2.1. Facebook Kullanıcı Sayısı En Yüksek 25 Ülke (2017 Verileri) .	30
Şekil 4.1. Genel bazda cinsiyet ve ikamet yeri dağılımı.....	77
Şekil 4.2. Genel bazda eğitim durumu, fakülte dağılımı ve yaş aralığı dağılımı	77
Şekil 4.3. Cinsiyet bazında "Gençlerin, Sosyal medya ağlarına (F.T.Y) yönelmelerinin ana nedeni özgürlük alanını genişletmektir" maddesi karşılaştırılması.....	98
Şekil 4.4. Eğitim bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) gençlerin düşünce ve vakitlerini ele geçirmiştir" maddesi karşılaştırılması	101
Şekil 4.5. Yaş bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) gençlerin düşünce ve vakitlerini ele geçirmiştir" maddesi karşılaştırılması	101
Şekil 4.6. Cinsiyet bazında "Siyasi kararları veren yetkililerin, halkla iletişim kurmalar için sosyal medya sayfaları (F.T.Y) oluşturmalıdır." maddesi karşılaştırılması.....	103
Şekil 4.7. Cinsiyet bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) gündem konularını sunmak için en uygun yerdir" maddesi karşılaştırılması.....	106
Şekil 4.8. Yerleşim yeri bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) gündem konularını sunmak için en uygun yerdir" maddesi karşılaştırılması.....	106
Şekil 4.9. Yerleşim yeri bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) insan medeniyetini yükseltmede bir araç.....	108
Şekil 4.10. Fakülte bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) insan medeniyetini yükseltmede bir araç oldu" maddesi karşılaştırılması	109
Şekil 4.11. Yaş bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) insan medeniyetini yükseltmede bir araç oldu" maddesi karşılaştırılması	109
Şekil 4.12. Yerleşim yeri bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) eleştiri yapma ve insanlar ile engel ve gözetim olmadan iletişim kurmamı sağladı" maddesi karşılaştırılması.....	111
Şekil 4.13. Fakülte bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) eleştiri yapma ve insanlar ile engel ve gözetim olmadan iletişim kurmamı sağladı" maddesi karşılaştırılması.....	112
Şekil 4.14. Yaş bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) eleştiri yapma ve insanlar ile engel ve gözetim olmadan iletişim kurmamı sağladı" maddesi karşılaştırılması.....	112

Şekil 4.15. Yerleşim yeri bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) basit ve hızlı bilgilere ulaşmada önemli kaynaktır" maddesi karşılaştırılması	117
Şekil 4.16. Yerleşim yeri bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) söylentilerin kaynağıdır" maddesi karşılaştırılması	119
Şekil 4.17. Yaş bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) söylentilerin kaynağıdır" maddesi karşılaştırılması	119
Şekil 4.18. Eğitim bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) pek çok yerel, Arap ve uluslararası konularda siyasi bilinci geliştirmiştir" maddesi karşılaştırılması.....	127
Şekil 4.19. Cinsiyet bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) bana bazı faaliyet ve iç siyaset ile ilgili görüşümü sunmamda katkıda bulunmuştur." maddesi karşılaştırılması.....	129
Şekil 4.20. Cinsiyet bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) belirli amaçlar oluşturma açısından güçlü araçlardır." maddesi karşılaştırılması	132
Şekil 4.21. Cinsiyet bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) vatanseverliğimi güçlendirmede katkıda bulundu" maddesi karşılaştırılması.....	134
Şekil 4.22. Yerleşim yeri bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) vatanseverliğimi güçlendirmede katkıda bulundu" maddesi karşılaştırılması.....	135
Şekil 4.23. Yaş bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) vatanseverliğimi güçlendirmede katkıda bulundu" maddesi karşılaştırılması.....	135
Şekil 4.24. Cinsiyet bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) halk hareketlenmesi sonucu hükümetin siyasetini fiili bir şekilde değiştirmesine katkıda bulunmaktadır" maddesi karşılaştırılması	138

KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar	Açıklamalar
CERN:	Avrupa Nükleer Araştırma
RSS:	Gerçek Zamanlı Sendikasyon
WWW:	Word Wide Web
ABD:	Amerika Birleşik Devletleri
EWOM:	Elektronik Ağızdan Ağıza iletişim
SPSS:	Statistical Package Forthe Social Sciences
TV:	Televizyon
ULAKNET:	Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi
URL:	Uniform Resource Locator
YSK:	Yüksek Seçim Kurulu
CD:	Compact Disc
M.Ö:	Milattan Önce
STK:	Sivil Toplum Kuruluşları
IBM:	İnternational Business Machines
F.T.Y:	Facebook- Twitter- Youtube
Wi-fi	Kablosuz bağlantı alanı

1. GİRİŞ

Teknolojik yenilikler ile doğaya egemen olma savaşı veren insanoğlu, sürekli yeni teknolojiler keşfetme ve üretme çabası içerisinde. Teknoloji, insanı diğer canlılardan ayıran ve doğaya uyumunu sağlayan bir öğedir. Kanadalı iktisatçı Harold Innis'e göre, "Teknolojik araçların çoğu, insanın fiziksel yeteneklerini geliştirme çabası içindedir. İletişim teknolojisi; düşüncenin, bilincin, insanın nadir kavramsal yeteneklerinin uzantısıdır. Dolayısıyla geniş anlamda simgesel temsil biçimlerini içeren iletişim araçları, gerçek düşüncenin yani beynin uzantısıdır"¹.

Günümüzün en etkili ve en yaygın iletişim teknolojilerinden biri olan internet, teknik özellikleri aracılığıyla diğer iletişim teknolojilerinden ayrılarak, zaman ve mekân sınırlarını aşarak birebir ya da toplu olarak insanların iletişimine izin vermektedir.² İnternetin bu özelliği onu daha çok yeni toplumsal ilişkiler alanı olarak öne çıkarmaktadır. Dolayısıyla, günlük hayatta yaşamış olduğumuz birçok ilişki biçimi internet sayesinde farklı bir boyuta taşınmaktadır ve sanal mekân, sanal gerçeklik, sanal cemaatler ve kimlikler gibi yeni kavramlar hayatımıza girmektedir. İnternet teknolojisi ile oluşan sanal dünya, beden, mekân ve zaman sınırlarından bağımsız bir alan kurgusu üzerine inşa edilmiştir.³

Benedikt, sanal mekânın da fiziksel mekânda olduğu gibi bir tarza, kimliğe, mimariye ve çalışma gerçekliğine sahip olduğunu söylemektedir. Bu ortamda insanlar bilgiyi doğrudan arayabilir, yönlendirebilir, yaratabilir, kontrol edebilir, eğlenebilir ya da kendini eğitebilir, arkadaşlık ya da dayanışma arayabilir, egemenlik kazanıp egemenliği kaybedebilir. Gerçekte olacağı gibi yaşayıp ölebilir⁴. Böylelikle internet fiziksel mekân ve toplumsal ilişkilerle olan paralelliği sayesinde, sanal topluluklar ve kimlikler oluşturabilmektedir.

¹ Korkmaz Alemdar ve İrfan Erdoğan, İletişim ve Toplum, Bilgi Yayınları, Ankara, 1990 s 153 (page7)

² Timisi N.(2003). Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi. Ankara. 23.

³ Alemdaroğlu, A., Demirtaş, N. (2004). Mynet'te erkeklik halleri. Toplum ve Bilim, 101.

⁴ Güzel, M. (2006). Küreselleşme, internet ve gençlik kültürü. Küresel İletişim Dergisi, 7.

Poster, interneti bir iletişim aracı olmanın ötesinde bir toplumsal mekân olarak ifade eder ve “bu mekân yeni toplumsal ilişki biçimlerinin yaratılmasında aracıdır” der⁵. Bu anlamda bilgisayar şebekeleri insanın iletişimde bulunabilme mekânlarına bir yenisini eklemiştir.

Mcluhan’ın “evrensel köy” benzetmesiyle işaret ettiği, birbirinden giderek daha fazla haberdar olan bir dünya düzenine denk düşen küreselleşme, “küresel ölçekte işleyen ve sınırları aşarak toplumları ve kurumları yeni zaman-mekân bileşimlerinde dâhil edip bağlayarak, gerçekte ve deneyimde dünyayı birbirine daha bağlı duruma getiren süreçler” şeklinde tanımlanabilir.⁶ İnternet bu anlamda dünyayı küresel bir köy haline dönüştürmektedir.

İletişim teknolojilerinin büyük bir gelişim gösterdiği 21.yüzyılda, internetin Web-2,0 uygulamasıyla beraber daha da dikkat çekici bir hale gelen dijitalleşme olgusu, bir toplumsal değişim faktörü olarak sosyal medya alanını meşgul etmektedir. Günümüz sosyal medyası ve iletişim araçlarında meydana gelen bu değişim, günlük hayatın her alanına temas ederek, köklü bir gelişmeye yol açmaktadır. Bu durumun toplumların ekonomik ve sosyokültürel yapıları üzerinde de etkili sonuçlar doğurduğu görülmektedir. Sözü geçen değişimlerin etkisi sadece fertler ve toplumlar üzerinde değil, zamansal ve mekânsal sınırları aşarak küresel düzeyde de hissedilmektedir. Öyle ki; iletişim teknolojilerinde başı çeken sosyal medya çeşitli amaçlarla hükümetler, resmi ve gayri resmi kuruluşlarca bile kullanılmaya başlanmıştır.

Sosyal medya; topluluk merkezli web sitelerinde tecrübe, bakış açısı ve bilgilerin paylaşılması amacıyla oluşturulmuş Web 2,0 teknolojilerinin ve kullanıcı tabanlı içeriğin doğal bir sonucu olarak ortaya çıkmış en etkili kitle iletişim aracıdır. Web 1,0’ın statik, program tabanlı ve tek kişilik üreticiliği karşısında Web 2,0’ın dinamik, kullanıcılara içerik yaratma imkânı veren ve sosyal tabanlı olması durumu, sosyal medyanın ortaya çıkmasında önemli bir yer tutmaktadır.⁷

Sosyal medya ağlarının toplum üzerindeki etkisi siyasetçiler tarafından da fark edilmektedir ve birçok ülkede siyasetçiler topluma seslenmek ve toplumla iletişime geçmek, belirli bir amacı topluma sunmak için sosyal medya ağlarını kullanmaktadır. Bu

⁵ Güzel, M. (2006). Küreselleşme, internet ve gençlik kültürü. Küresel İletişim Dergisi, 14.

⁶ Larrain, J. (1995). İdeoloji ve kültürel kimlik. (Çev. N. Domaniç). İstanbul: Sarmal Yayınevi., 207.

⁷ Bozart,J.,2010, Social Media For Trainers, San Francisco: Pfeiffer Publish, s.11.

sayede siyasi içerikler, analiz ve yorum yöntemiyle halka hızlı ve pratik bir şekilde aktarılabilir. Aktarılan bu görüşler, yine aynı hız ve pratiklikte geri alınabilir. Bunlara ek olarak özellikle son dönemlerde sosyal medyanın kamuoyunun siyasi bilincinin oluşturulmasında ya da siyasi bilincinin şekillenmesinde önemli bir yeri olduğu yadsınmaz.

Siyasal bilinç, “siyasal bilgi aracılığıyla yaygın ideolojiyi tahlil edebilme yetisi” olarak tanımlanmakta ve toplumsal olarak kabul görmüş, belli önkoşullara bağlı olarak geçerliliği yaygın bir biçimde kabul edilen düşüncelerin, aslında sorgulamaya tabi tutulabilir düşünceler olduğu farkındalığına dayanmaktadır. Siyasal bilgi, siyasi iktidarın doğasını, yönetim şekillerini, türlerini ve siyasal partilerin yapısını anlamak demektir. Sosyal medya siyasal bilinç üzerinde önemli derecede etkiler gösterebilir. Bir sosyal medya kullanıcısı için, entelektüel bir kişinin edindiği siyasal tutumdan etkilenme, uluslararası siyasal ilişkileri anlayabilme ve sonuç olarak bunların somutlaştırılması, etkin bir şekilde davranışa dönüştürülmesi mümkündür. Sosyal medyanın siyasi bilinç oluşturmadaki bu yönü, son dönemlerde daha çok toplumsal hareketler düzeyinde kendini göstermektedir.

Bu bağlamda sosyal medyanın bilinçsel derinleşmedeki ve toplumsal hareketlerdeki rolü ele alındığında, akla ilk gelen Arap baharı olmaktadır. Bu süreçte sosyal medyanın Arap bölgelerinde, gençler arasında doğrudan örgütlenme, siyasi bilinç oluşturma ve kendilerini ifade edebilme aracı olarak kullanıldığı gözlemlenmiştir. 18 Aralık 2010 itibarıyla ortaya çıkan bu toplumsal hareketler, tamamen sosyal medya tabanlıdır ve azımsanmayacak ölçüde de medya iletişim ağlarından destek almıştır. İspanya’da yaşanan “İndignados” hareketi de Occupy Wall Street ve Arap Baharı eylemleri gibi sosyal medya tabanlı toplumsal hareketlere iyi birer örnektir. Bahsi geçen toplumsal olaylarda sosyal medyanın kamuoyu yaratma gücü gözlemlenebilir ölçüdedir.⁸

Occupy Wall Street, Arap Baharı ve İspanya’daki Öfkeli Hareketinin (“İndignados”) ortaya çıkma aşamasında protestocular tarafından sosyal medyada kamusal bir alan inşa edilmiş, mekânsal sınırlar ortadan kaldırılmış ve bunların sonucunda uluslararası siyaseti etkileyen önemli gelişmeler yaşanmıştır. Böylesine büyük toplumsal hareketlerin

⁸ Karakulakoğlu, S. Ve Uğurlu, Ö.,2015, Twitter: İletişim çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar, s.105.

merkezinde yer alan sosyal medya ağlarının siyasi etkileşim ve bilinç üzerindeki rolünü akademik anlamda incelemek son derece önemli ve gereklidir.

Bu bilgilerden hareketle çalışmanın varsayımları şu şekildedir:

1. Sosyal medya kullanıcıları için, sosyal medya ortamında var olan gündem, kamuoyu gündemidir.
2. Sosyal medya siyasal tutum ve davranışların biçimlenmesinde doğrudan etkilidir.
3. Sosyal ağlarda üyelikleri bulunan kullanıcılar, siyasal içerikli mesajların yayılmasında aktiftirler ve kamuoyu gündemini etkilerler.
4. Kullanıcıların sosyal medyada karşılaştıkları siyasi içerikli paylaşımlar onların siyasal tercihlerini etkiler.

Bu varsayımlar çerçevesinde araştırma, birer Web-2.0 uygulaması ve sosyal medya mecrası olarak Twitter, Facebook ve Youtube'un, bireyin siyasal reaksiyonlarına ilişkin potansiyellerine odaklanmakta ve sosyal medyanın siyasi bilinç üzerindeki etkisini ele almaktadır. Sosyal medyanın kamuoyu yaratma gücünün geleneksel medyadan daha fazla olduğu yönündeki görüşler göz önünde bulundurularak, sosyal medyanın, bireylerin siyasal bilinçlerini derinleştirip derinleştirmedeği bu çalışmada tartışılmaktadır. Araştırma, "Erbil Salahaddin Üniversitesi"nde lisans ve lisansüstü eğitim alan üniversite öğrencisi sosyal medya kullanıcılarının, sosyal medya kullanma pratiklerini, alışkanlıklarını ve bu alışkanlıklarının kendilerini politik anlamda ne düzeyde etkilediğini ortaya koyabilmeyi amaçlamaktadır.

Bir iletişim araç ve yöntemi olarak kullanılan sosyal medya; siyasi faaliyetlerin, demokratik olarak ilerlemesine elverişli uygun ortam koşulları oluşturmaktadır. Bu sayede yeni siyasal, düşünsel ve kültürel açılımların farklı fikirlerin çatışması ile ortaya çıkması sağlanmakta ve var olan bilinç bulanıklıkları ortadan kaldırılmaktadır. Bu olgu, ülkelerin demokrasi anlayışına ve demokrasinin uygulanma biçimine göre değişir. Sosyal medya ağları incelenirken toplumun ahlak, kültür, tarih ve din alanındaki kodları, değer yargıları göz önünde bulundurulmalıdır.

Bu bilgiler ışığında çalışmada betimleyici analizin yanı sıra veri toplama tekniği olarak anketten yararlanılmıştır. Bu nedenle tezde nicel ve nitel analiz bir arada kullanılmıştır.

Lisans ve lisansüstü eğitim alan “Erbil Salahaddin Üniversitesi” öğrencileri arasından sosyal medya kullanıcılığına dikkat edilerek seçilen kuadrat grubun sosyal medya kullanma pratikleri, alışkanlıkları ve bu alışkanlıkların kendilerini politik anlamda ne düzeyde etkilediği ortaya konularak kitlesel veri elde edilmesi planlanmıştır ve bu doğrultuda Twitter, Facebook ve Youtube gibi bilinen sosyal medya uygulamalarında üretilen içeriklerin, birey veya bireyler üzerinde siyasal anlamda ne yönde bir etki gösterdiği incelenmiştir. Bu amaçla 400 öğrenciye anket uygulanmıştır.

Çalışma kapsamında sadece Irak -Erbil Salahaddin Üniversitesi’ndeki aktif sosyal medya kullanıcılarının arasından temsilen 400 lisans ve lisansüstü öğrencisi seçilerek anket gerçekleştirilmiştir. Diğer üniversiteler kapsam dışı bırakılmıştır. Ayrıca araştırmada sosyal medya ağları olan Twitter, Facebook ve Youtube’dan yararlanılması ve bu üç sosyal medya ağının dışındaki sosyal medya ağlarının da konu kapsamına alınmaması tez sınırlarının netleştirilmesine yardımcı olmuştur. Zira hızlı bir şekilde ortaya çıkan ve çeşitlenen sosyal medya uygulamalarından, günümüzde en yaygın kullanılan ve en bilinenleri olan Twitter, Facebook ve YouTube tercih edilmiş ve böylece sosyal medya mecraları sınırlandırılmıştır.

Günümüzde internet kullanımına yönelik çok sayıda araştırma yapılmış ve bu araştırmalar sosyal ağların kullanımı, sosyal medya ve sosyal medyanın etkileri, sosyal medya bağımlılığı sosyal medya kullanım alışkanlıkları üzerinde yoğunlaşmıştır. Sosyal medya ve etkileri üzerine yapılan araştırmaların çoğu ortaöğretim ve üniversite öğrencilerine yönelik çalışılmış ve öğrencilerin tamamının internet kullandığı, sosyal ağlara ilgilerinin fazla olduğu ortaya konulmuştur⁹. Araştırma kapsamında yürütülen anket çalışmalarında ise daha detaya inilerek katılımcıların bilgi edinme ve bilgi paylaşımı konusunda sosyal platformları sıklıkla kullandığı ve yaklaşık yarısının sosyal platformda hareket ederken mahremiyet kavramını referans almadığı ortaya konulmuştur.¹⁰ Öğrencilerin sosyalleşmekten anladığının sosyal medyada zaman geçirmek olduğu ifade edilmiştir.

Çalışmaların bulgularına göre, öğrencilerin sosyal medyaya yönelik tutumlarının kısmen olumlu olduğu, erkeklerin kızlara göre sosyal medyaya yönelik daha olumlu tutuma sahip

⁹ Vural, Z. B. A., ve Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: ege Üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. Journal of Yaşar University.

¹⁰ Yıldız Kakırman, A. (2012). Sosyal paylaşım sitelerinin dijital yerlilerin bilgi edinme ve mahremiyet anlayışına etkisi. Bilgi Dünyası.

oldukları, ortaokul ile lisede öğrenim gören öğrencilerin sosyal medyaya yönelik tutumları arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür.¹¹ Sonuçta sosyal medya kullanımını etkileyen faktörün sosyalleşme olarak ifade edildiği saptanmıştır. Ele alınan konular dâhilinde bu çalışmaları ve daha birçok araştırmayı örnek vermek mümkündür.¹² Ancak görüldüğü üzere aktif medya kullanıcısı olan öğrencilerin sosyal medya aracılığıyla siyasi bilinçlerinin derinliği, yönelimi, etkilenimleri ve düşüncelerinin ortaya koyulduğu bir çalışma yapılmamıştır ya da bu konuda az sayıda dolaylı çalışma bulunmaktadır. Sosyal medyanın öğrencilerin siyasi bilinçlerine etkisi ve düşüncelerinin yönlendirilmesinin seyri açısından bu çalışma tespit edici ve güçlü analizleri ile alanındaki eksikliği giderecek ve literatüre katkı sağlayacaktır.

Bu araştırma, üniversite öğrencilerinin politik karar verme sürecinde, gündem konularına gösterdikleri tepkilerde sosyal medyanın gücünü görmek açısından önem arz etmektedir. Tüm bunların yanında bu araştırma sosyal medyanın provokasyonlar için son derece elverişli bir mekân ve gerçeğin kolayca manipüle edilebileceği bir mecra olduğu biçimindeki yaygın düşüncüyü de sınayabilecek verilere sahiptir ve yine bu çalışma sosyal medyanın güçlü ve zayıf yönlerini daha iyi görmemize, bireyler ve toplumlar için oluşturduğu fırsatları ve tehditleri kavramamıza, fırsatları kullanıp, tehditler için çözümler bulmamıza yardımcı olacaktır.

Bu bilgiler çerçevesinde tez üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm “İletişim Teknolojisinin ve Sosyal Medyanın Gelişimi” başlığını taşımaktadır ve bu bölümde sosyal medya siteleri ve kullanımları konu kapsamına dâhil edilerek araştırılmıştır. Bu kapsamda sırasıyla; sosyal iletişim sitelerinin ortaya çıkışı, sosyal iletişim sitelerinin özellikleri, başlıca sosyal iletişim siteleri ve sosyal iletişim sitelerinin olumlu ve olumsuz yönleri adı altında dört ana başlık altında bilgiler verilmiştir.

İkinci bölümde “Siyasal Bilinç ve Siyasal Bilincin Oluşturulmasında Sosyal Medyanın Rolü” başlığı altında; siyasal bilinç ve siyasal bilincin derinleştirilmesinde sosyal iletişim sitelerinin rolü açıklanmış ve sırasıyla; siyasal bilincin ortaya çıkışı, siyasal bilincin

¹¹ Akçay, H. (2011). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında sosyal medya kullanımı: Gümüşhane Üniversitesi üzerine bir araştırma. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi.

¹² Koçer, M. (2012). Erciyes üniversitesi öğrencilerinin internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıkları. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi.

önemi, siyasal bilincin yorumlanmasındaki bakış açıları ve siyasal bilincin derinleşmesinde sosyal iletişim sitelerinin rolü adı altında dört ana başlık oluşturulmuştur.

Üçüncü bölüm çalışmanın uygulama kısmını içermektedir ve “Sosyal Medyanın Kullanıcılar Üzerinde Siyasi Bilinç Oluşturma Etkisi: Irak Selahaddin Üniversitesi Örneği” başlığını taşımaktadır. Bu bölümde, çalışmanın amacına yönelik olarak yapılan anket araştırmasının tablolar halinde düzenlenmiş sonuçları yer almakta ve ayrıca sayısal verilerin nitel analizleri bulunmaktadır.





2. İLETİŞİM TEKNOLOJİSİNİN VE SOSYAL MEDYANIN GELİŞİMİ

Teknolojik yeniliklerle doğaya egemen olma savaşı veren insanoğlu, sürekli yeni teknolojiler keşfetme ve üretme uğraşı içindedir. Varoluşundan bu yana varlığını sürdürebilme mücadelesinde, doğayı teknik dönüşüme uğratmak için başta doğanın kendisi olmak üzere birçok araç kullanma gereksinimi duyan insanoğlu, ürettiği bu araçlarla doğayla mücadelesinde başarıya ulaşmıştır.¹³ İnsanın insanca özelliklerinden biri de tekniktir. İlgüdülerinin eksikliğini nasıl zekasıyla gideriyorsa, organlarının eksikliğini de teknikle giderir. Teknoloji insani öteki canlılardan ayran ve doğaya uyumunu sağlayan bir ögedir. Toplum kavramının geleneksel olarak yalnızca bireylerin bir toplamını değil, aynı zamanda aralarındaki ilişkileri de anlatmak üzere kullanılması gibi, teknolojiye, hem bir toplum tarafından kullanılan alet ve makineleri, hem de bunların kullanımları sonucu ortaya çıkan aralarındaki ilişkileri kapsayan soyut bir kavram olarak tanımlanacaktır.¹⁴

Kanadalı iktisatçı Harold Innis'e göre, "Teknolojik araçların çoğu insanın fiziksel yeteneklerini geliştirmek çabası içindedir. İletişim teknolojisi; düşüncenin, bilincin, insanın nadir kavramsal yeteneklerinin uzantısıdır. Dolayısıyla geniş anlamda simgesel temsil biçimlerini içeren iletişim araçları, gerçek düşüncenin, beynin uzantısıdır."¹⁵

Bir dijital iletişim teknolojisi olan sosyal medya ağları ile politik iletişim alanları ve bu alanlar paralelinde politik iletişim ilişkisini değerlendirmenin öncesinde, yeni iletişim teknolojilerinin, toplumsal yapı ve koşullar üzerinde etkilerini sorun edinen daha geniş bir düşünce perspektifi ile bakıp, ele alınan ilişkinin arka planını ortaya koymak gereksinimi bulunmaktadır. Böylesi bir girişimin ise bilgi enformasyon toplumu kuramının, düşünce ikliminde karşılık bulduğu görülmektedir. Merkezine iletişim teknolojisi olarak bilgisayar ve onu toplumsal ilişkileri biçimlendirici bir konuma yükselten interneti yerleştiren yaklaşım, iletişim teknolojileri ve toplum diyalogunu bütüncül bir bakış ile sorgulamaktadır. Son üç yüz yıldır etkilerini sürdüren sanayi uygarlığı ve sanayi toplumundan sonra, içinde bulunulan 21. yüzyılda, yeni bir uygarlık ve toplumsal yapı dönemine girildiğine ilişkin bir düşünce canlanarak dünya geneline yayılmıştır. Bu yeni

¹³ Özçağlayan M.(1998). *Yeni iletişim Teknolojileri ve Değınim*. Alfa Yayıncılık, 4.

¹⁴ Dickson D.(1992). *Alternatif Teknoloji*,(çev. Nezih Erdoğan). Ayrıntı Yayınları, 28-29.

¹⁵ Alemdar K. Ve Erdoğan İ.(1990). *İletişim ve Toplum*. Bilgi Yayınları, 153.

toplum için değişik adlar önerilmekte olup, bunlardan başlıcaları; endüstri sonrası toplum, post modern toplum, bilgi toplumu ve enformasyon toplumdur.¹⁶ 1970’li yıllarda Daniel Bell’in “endüstri (ya da sanayi) sonrası toplum” kavramı bilgi ve iletişim teknolojileri ile evirilmiş yeni toplumu tanımlamak için özellikle ABD’de yaygın bir kabul görmüştür.¹⁷ Bilgi toplumuna ulaşmak amacıyla bir kalkınma planı hazırlayan ilk ülke Japonya’da ise bu planın hazırlanmasına önemli katkılarda bulunmuş Yoneji Masuda sanayi toplumunun yerini alan bu yeni toplumun Japonya’da “bilgi- enformasyon toplumu” olarak anılmasına öncülük etmiş, daha sonra bilgi toplumuyla ilgili görüşlerini “Sanayi Sonrası Toplum Olarak Bilgi Toplumu”¹⁸ adlı çalışmasında toplumsal yaşamın birçok alanına dönük saptamalar ile detaylandırmıştır.

İkel insanlar kendi kodlarıyla, zaman zaman bir ağacın dalını kırarak, bazen bir kayanın üzerine çentikler atarak, düşmanın burada olduğunu, bir av hayvanının şuradan geçtiğini birbirlerine anlatmışlardır. Fakat genel olarak yazının icadından önce bilgi aktarımının tek yolu sözdür. Örnek olarak M.Ö. 490 yılında Yunanlıların galip geldiği bir Pers-Yunan savaşından sonra, galibiyeti halka anlatmakla görevlendirilen bir haberci, Atina’ya kadar koşup, haberi ulaştırdıktan sonra bitkinlikten ölür. İnka imparatoru bu tekniği daha da geliştirir. Birbirini takip eden çeşitli konak noktaları arasında sürekli koşan haberciler, bir konak noktasından aldıkları haberi diğer konak noktasına aktarmak üzere koşup, oradaki haberciye anlatmakta, bu defa haberi alan öteki haberci bir başka konak noktasına doğru koşmaya başlamaktaydı. Böylece haberlerin ağızdan ağza imparatorluk boyunca dolaşması sağlanmaktadır.¹⁹ Yazının keşfi ile haberleşmeyi kolaylaştıran bir diğer gelişme, çeşitli hayvanların ehlileştirilmesi oldu. Bu iki gelişme aynı dönemlere denk gelir ve bu durum bilinen iletişim tekniklerini değiştirmeye başlar. Atlar saatte 25 km, develer çölde 80 km hıza ulaşınca iletişim hızı gittikçe artar ve bilgi aktarımı kolaylaşır.²⁰ Pers Ahameniş imparatorluğu döneminde, resmi posta merkezlerinin ilk izlerine rastlanmaktadır. At ve deve dışında, Perslerin eğittikleri posta güvercinleri iletişimi çok daha hızlandırır. Ancak daha sonra güvercinler düşmanların şahinleri tarafından

¹⁶ Uluç, G.(2008). *Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı, Olanaklar- Sorunlar- Tartışmalar* (İkinci Baskı). İstanbul: Anahtar Kitaplar, 135.

¹⁷ Martin W. J.(1988). *Association for Management*. London, 43 Bozkurt V.(1996). (akt.), *Enformasyon Toplumu ve Türkiye*. İstanbul: Sistem Yayıncılık, 31.

¹⁸ Masuda Y.(1985). *The Information Society as Post- Industrial Society, World Futures Society*. Bethesda: Maryland

¹⁹ Mattelart A. (2001). *İletişimin Dünyasallaşması* (Çev. Yücel H.). İstanbul: İletişim, 14.

²⁰ Jeanney J. N.(1998). *Medya Tarihi* (çev. Esra Atuk). İstanbul: YKY,21.

yakalanmaya başlar, bu yüzden yazılı metinlerde şifreleme yöntemleri geliştirilmeye başlanır.

13. yüzyılın kültürel ve ekonomik açlığı sebebiyle gerçek anlamda evrensel bilgilendirme dönemi başlangıç evresindedir denilebilir. Günün haberleri pazarlarda, agorada, camilerde, ilan edilmeye başlanmıştır. Bu dönemde bir çeşit resmî gazete işlek yerlerin duvarlarına asılarak Romalılara okutulurdu. Bu sistemle 16. yüzyıla kadar bugünkü gazetelerin atası olan el yazması haberlerin dolaşımında olduğunu görülür.²¹ Daha sonra iletişim dünyasının altını üstüne getiren, devrim niteliğinde bir gelişme yaşanmıştır. 1438 yılında matbaa Gutenberg tarafından keşfedilmiş böylece Batı dünyası için basılı haber dönemi başlamıştır. Bir müddet sonra devreye süreli yayınlar girmiş artık bir meslek olarak haberciden ayrılan gazeteci, okuyucusuna vaat ettiği enformasyonları belirli periyotlarla vermeye başlamıştır. Bilinen anlamda süreli yayıncılığın başlangıcı ise 1605 yılına denk gelmektedir. 1605'te Hollanda'da Nievwe Tydinghen adıyla çıkan gazeteyi sonraki yıllarda Amsterdam, Köln, Berlin, Basel, Strasburg gibi kentlerde çıkan türevleri takip etmiştir. Böylece haftalık yayınlanan gazeteler hızla çoğalmıştır. Henüz yeni ortaya çıkan bu medya hükümetleri endişelendirmeye başlamıştır. Bu nedenle krallar onu kendi tekellerine almak istemişlerdir. Fransız Devrimi'ne kadar olan süreçte, İngilizler bu konuda hep örnek alınmıştır. İngiltere'de Tudorlar Meclisi 1686 yılında basın sansürlerini konu alan ilk düzenlemeyi yapmıştır.²² 18. yüzyılda, Aydınlanma Çağı ile beraber felsefi düşünce biçimlerinde gerçekleşen olağanüstü dönüşüm, gazetelerin olağandışı bir atılım yapmasına ve Avrupalı elitlerin vazgeçilmez haline gelmesine sebep olmuştur. "4. güç" kavramı ilk kez bu yüzyılın sonunda İngiliz politika yazarı Burke tarafından kullanılmıştır.²³

Avrupa'da, tarih boyunca genel haberleşme alanında gelişmeler ön planı çıkmıştır. Nitekim modern iletişim ve basın teknolojisi, 1824 yılında, elektromanyetik sinyallerin buluşuna tanıklık etmiş ve telefon ağının icadı, Londra'daki borsanın Paris'teki benzeri Fergman Philippe ile bağlantı kurmasını sağlamıştır. Telefonun icadı yaygın kabule göre Graham Bell'e atfedilmesine rağmen ilk telefon 1861 yılında yapılmıştır. Diğer taraftan yaygın kabule göre telsiz radyo 1884 yılında İtalyan Marconi tarafından icat edilirken, ilk haberleşme teşkilatı ise 1835 yılında Carmenez Reuter ve Bernand Rölfi tarafından

²¹ Mattelart ,a.g.e., s.16.

²² Jeanney,a.g.e. ,s.24.

²³ Jeanney,a.g.e. ,s.66.

kurulmuştur. Ayrıca 1888 yılında Thomas Edison'un telgrafı icat etmesi, modern elektronik haberleşme çağının başlangıcı olarak kayıtlara geçmiştir.²⁴

İlk sessiz sinema 1894 yılında ortaya çıktı. 1895 yılında ilk telsiz verici ve alıcı bu gelişmeleri takip etti. 20. yüzyılın başında radyonun icat edilmesi, 1920 yılında da kullanılmaya başlamasıyla modern iletişim teknolojisi yaygınlaşmaya başladı. Bu gelişmeler, meydana gelen haberlerin saati saatine hızlı bir şekilde aktarılması için o dönemde gazetelerin dağıtımında önemlidir.²⁵

Teknolojik gelişmelerle birlikte televizyon cihazları ve transistörler ilk olarak Amerika'da yaygınlaşmaya başladı. Televizyonun icadı (siyah-beyaz) 1923 yılında gerçekleşti. Sonrasında ise 1945 yılında renkli televizyon geliştirildi. 1956 yılında, dünyanın ilk koaksiyel televizyon kablosu Atlantik'i geçti. 1957 yılındaki son gelişme ise Sovyetler Birliği'nin uzaya uydu fırlatmasıydı. Bu gelişmeyi, aynı yüzyılda seksenli yılların ortalarına kadar bir takım teknolojik gelişmeler izledi. Altmışlı yılların başından bu yana Amerikan Ordusu'nun kullanımı için iç şebeke halinde olan internet, halkın kullanımına açıldı. Sonrasında tüm dengeleri altüst edecek nitelikte birçok buluşlar ve icatlar gerçekleşti. İletişim devrimi yaşandı. Uyduların iletişimde kullanılmasıyla birlikte faks, hücresel telefon ve diğer iletişim araçları kullanılarak iletişim araçlarında kaliteli taşıyıcılar çeşitlenmiş oldu.²⁶

İletişim teknolojilerinde yaşanan büyük gelişmeler sayılamayacak kadar çoktur. Ancak bu durum, bireysel ve toplumsal düzeyde yenilikler de meydana getirmiştir. Bu teknolojilerin; eğitim, dokümantasyon, ticaret, sağlık ve diğer muhtelif alanlarda birtakım fonksiyonlar üstlendiği göz ardı edilemez. Bu fonksiyonların en önemlileri şunlardır:

Bilgisayar, CD (Compact Disc) ve elektronik kayıt/çekim cihazlarını temsil eden iletişim teknolojisi, iletişim alanında ve entelektüel üretim dokümantasyonunda büyük bir rol oynamıştır.²⁷

²⁴ Hüseyin Ş.(2011). *Yeni Medya Alternatif Medyası (Etkileşim sonrası dönemde yeni teknolojiler)*. Kahire: DAR FİKİE VE FEN Matbaa, Yayıncılık ve Dağıtım, 31.

²⁵ Düleyim, A.(2012). *Basın Araçları ve Çocuk*. Ürdün, 258.

²⁶ Düleyim, a.g.e., s. 235-238.

²⁷ Castells M.(2005). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür- Birinci Cilt: Ağ Toplumunun Yükselişi* (Çev: Kılıç E.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 58.

Modern iletişim ve basın teknolojisi, büyüklüğüyle ön plana çıkan çeşitli bilgilerin sunumunda birçok sisteme fark atmaktadır. Çünkü dijital iletişim ve bilişim patlaması, dijital iletişimin yararlandığı iletişim ve bilişim teknolojisindeki gelişim için bir netice olarak ortaya çıkmıştır. Bu durum, bilgi devriminden yararlanmayı genelleştirmeyi sağlamış ve bilgi paylaşımında iletişimin, bilişim teknolojisinin ön plana çıkmasının bir neticesi olarak tüm alanları kapsamına katkı sağlamıştır. Bunların en önemlisi ise; depolama kapasitesidir.²⁸

Dijital iletişim teknolojisi, kimilerine göre kurtarmış ve kişiyi uzun saatler boyunca gerçek hayattaki iletişimden uzak tutarak, kişisel bilgisayar ile uzun süre vakit geçirmesini sağlamıştır. Bu iletişim esnasında yapılan konuşmalarla birbirlerini tanımayan insanlar arasında diyaloglar ve birbirlerine elektronik posta göndermeleri gibi etkinlikler ortaya çıkmıştır. Böylece farklı kültürlerdeki kişilerle yeni arkadaşlıklar kurmak gibi olgular ortaya çıkmıştır. Sanal toplum olarak isimlendirilen bu etkileşimin neticesinde kişiler sanal ortamda bir araya gelmektedirler ve böylece gerçek toplumlardaki etnik ve cinsiyet ayrımı bu ortamlarda ortadan kalkmaktadır.²⁹

2.1. İnternet Ağının Gelişimi ve Özellikleri

İnternet fikri ilk olarak 1960'larda yani soğuk savaş döneminin en gerilimli döneminde, Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nden bilimsel ve teknolojik yönden geri kalmak istemeyen Amerika Birleşik Devleti (ABD) hükümeti tarafından ortaya atıldı. Bunun üzerine 1962 yılında bir grup bilgisayar bilimci tarafından Intergalactic Computer Network adlı bir proje şirketi bu fikir için tasarım ve gerekli altyapı çalışmalarına başladı ve toplum hayatının önemli bir parçası olan internetin ilk adımları atılmış oldu. Daha sonraki yıllarda ard arda bilgisayar teknolojilerinin geliştirilmesinin ardından internet ile ABD'nin en önemli üniversiteleri ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network) adı verilen bir ağ ile birbirine bağlandı.³⁰ ARPANET gittikçe gelişerek küresel çapta işleyen bir sistem haline getirildi ve dünyanın dört bir yanındaki üniversiteler ve kurumları birbirine bağlamaya başladı. Başlangıçta işleyişi pek de güvenilir olmayan ağ protokolleriyle çalışan ARPANET 1973-1983 yılları arasında ABD'li bilim adamları Robert Ka ve Vinton Cerf tarafından teknik açıdan daha güvenilir bir sistem haline getirildi.

²⁸ Castells, A.G.E., s. 58.

²⁹ Castells, A.G.E., s. 59.

³⁰ İnternet: (May,2015) <http://www.nkfu.com/internetin-tarihsel-gelisimi/>, erişim tarihi: 8 Mayıs 2015.

ARPANET, soğuk savaş döneminin bitimine kadar başarılı bir şekilde hizmet verdi ve 28 Şubat 1990'da dönemin ABD hükümetinin bir kararıyla resmen kapatılarak yerini günümüz internetine devretti. 90'li yıllarda İngiliz fizikçi ve bilgisayar bilimci Tim Berners-Lee'nin World Wide Web (www) protokolünü geliştirmesiyle hepimizin bildiği ikinci internet dönemi başladı.³¹

İnternet ağı; bilimsel, tıbbi, kültürel, sosyolojik ve ekonomik alanlar gibi yaşamın farklı alanlarında küresel bilgilerin hızlı bir şekilde yer değiştirmesi amacıyla bilgisayarların birbirine bağlanabildiği devasa bir ağıdır. İnternet ağı, dünyanın birbirine bağlanmasında kullanılan araçtır. Bu ağ sayesinde dünya, artık insanların farklı kültürlerle, gelenek ve göreneklerle tanışabildiği küçük bir köy haline gelmiştir.³²

İnternet ağının gelişimi, aslında basit bir şekilde ortaya çıkmıştır; internetin gelişimi, askeri amaçlarla, 60'lı yıllarda gizli bir şekilde bir Amerikalı tarafından geliştirilen bilişimsel iletişim sisteminden ibaret olan internetin gelişimine dayanmaktadır. Nitekim bu ağın kurulmasındaki en önemli neden; nükleer savaşların çıkması halinde özel olaylardan etkilenmeyen internet üzerinden askeri üslerin aralarında bilgi paylaşımının sağlanması hedefidir. Bu düşünce aslında akıllara gayet basit bir şekilde gelmiştir. Bu sistemde bir ağın veya birden fazla ağın çökmesi durumunda sistemin mekanizması, elektronik ağ üzerinden işlemlerin sürdürülmesine olanak sağlamaktadır. İnternet ağı ile ilgili ilk deneme Amerika'da 1969 yılında gerçekleştirilmiştir. Nitekim Savunma Bakanlığı'nın bilgisayarları birbirine bağlanmış ve o dönemde bu deney başarı ile tamamlanmıştır.³³

20. yüzyılın 80'li yıllarında internet kullanım meselesi büyük bir sıçrayış yaşadı. Hatta bilgisayarlar arasındaki veri alışverişi ve ağlar arasındaki bağlantıda, gerekli verilerin taşınması için kontrol protokolü kullanılmaya başlanmıştır. Gelişmelerle birlikte yerel, bölgesel ve uluslararası düzeyde dünyanın her bir tarafından milyonlarca bilgisayar bu devasa ağın içerisinde yer aldı. Bu yeni sistem, resimli verilerin ve video filmlerinin internet üzerinden kontrol edilmesine olanak tanıdı. Böylece kullanıcılar, elektronik posta göndermek, dosyaların taşınması, haberlere ve elektronik kütüphaneye ulaşım, gazete

³¹ İnternet: (May, 2015) <http://www.nkfu.com/internetin-tarihsel-gelisimi/>, erişim tarihi: 8 Mayıs 2015.

³² Basım N.(2002). "*Aa Bilgisayarlar Aralarında Konuşuyor*", *İnternet Çağında Gazetecilik* (Haz: Yedig S., Akman H.). İstanbul: Metis Yayınları, 13.

³³ Timisi N.(2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi, 122-138.

okumak, resim ve benzeri birçok materyale ulaşmak konusunda bu ağlardan birçok hizmet aldı.³⁴

Elektronik/dijital güncellemelerin gelişmesine ve bu gelişmelerin sunduğu imkânlarla istinaden dijital iletişim sistemi birçok farklılığı beraberinde getirmiştir. Nitekim dijital iletişim şekilleri/türleri standart özelliklere sahip bir paket kurmuştur. Bu ödüller şu şekilde sıralanabilir:

Etkileşim: İki yönlü iletişim mekanizması olarak tanımlanabilir. Etkileşimde taraflar iletişim işlemindeki rollerini ortaya koyarlar ve her bir taraf kendisine uygun zamanda, mekânda, uygun gördüğü dereceyle iletişim sürecini etkilemede özgürdür. Nitekim bu özellik çeşitli basın gereçleri arasından kişinin seçimlerini yapması gerek reddetmesi gerek kabul etmesine binaen artık yeterli düzeyde değildir. Kişi, tüm iletişim işleminde-unsurları ve sonuçları dâhil olmak üzere – etkin bir ortak haline geldi.³⁵

Çeşitlilik: İletişim alanında dijital güncellemelerin gelişimi, çeşitlenmesi ve bunlara ilave olarak depolama kapasitesinin artmasıyla birlikte iletişim içerikleri büyümüştür. İletişim ihtiyaçlarına uygun bir şekilde iletişim işleminin fonksiyonunu yerine getirmesi amacıyla daha büyük seçenekler sunan, iletişim işlemleri elemanları çeşitlendirilmiştir.³⁶

Mükemmellik: Kullanıcının karşılaştığı basın malzemeleri içerisinde; depolama, yazdırma, CD’ler üzerine kaydetme ve bu bilgileri elektronik posta yoluyla başka kişilere gönderme işlemleri gibi istediği her türlü işlemi yapabilmesi için sunulan birtakım olanaklar vardır.³⁷

Anlık (Eş Zamanlı): Gönderici, mesajını gönderebilir ve bu mesajı kendi sitesinde yayımlayabilir. Böylece internet ağına bağlı olduğu sürece dünyada herhangi bir yerde eş zamanlı olarak bu bilgilere ulaşabilir. Şöyle ki Avustralya’da bulunan bir bilgisayara

³⁴ Timisi, a.g.e., s. 122-138.

³⁵ Törenli N.(2005). *Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi: Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 115-116.

³⁶ Schnapper D.(2005). *Sosyoloji Düşüncesinin Özünde Öteki İle İlişki* (Çev: Sönmezay A.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 25.

³⁷ Basım, a.g.e., s. 14.

bağlanmak ile aynı şehirde bulunan bir bilgisayara bağlanmak arasında pek bir fark yoktur. Hatta bazen aynı şehirdeki bilgisayara bağlanmak daha fazla vakit alabilir.³⁸

Koşulsuz Olarak Düşüncelerin İfade Edilmesi: İnternet, demokrasinin gerçekleşmesinde yeni bir dünya anlamına gelmektedir. Nitekim interneti kullanman ve ziyaret etmiş olduğun siteler, bir bakıma açık bir parlamento niteliğindedir ve orada görüşünü istediğin şekilde ifade edebilir. Kullanıcılar kararların alınmasına ve yeni kararlar oluşturulmasına ortak olabilir.³⁹

İnternet, dünyanın her tarafında geniş bir şekilde yaygınlaşmıştır. İnternet, hayatın birçok alanında önemli ve faydalı araç olarak görülmektedir. İnternetin başlıca faydalarından bazıları aşağıda ele alınmıştır.⁴⁰

Dünyayı Saran / Çevreleyen Ağ (World Wide Web): Dünyayı çevreleyen internet ağı, birtakım veriler ve bilgiler sunar. Diğer iletişim hizmetlerinden farklı olarak bazı sayfalara sahiptir ve bu sayfalarla bilgiye kolay bir şekilde ulaşım sağlanır. Ayrıca kullanıcı bunları kolayca anlar; bunların yanı sıra daha önce bahsi geçen hizmetlerin çoğuna da bağlanabilir.⁴¹

Kısacası 20. ve 21. yüzyılın en önemli iletişim araçlarından biri sayılan internet ağı, iletişim işlemlerini kaliteli bir şekilde aktarabilmekte ve böylece tüm fonksiyonları, özellikleri ve nitelikleri toplayabilmektedir. İnsanlarla iletişim kurmak, toplumsal hayata katılmak gibi işlemlerden başlayarak, birçok mesele hakkında kamuoyuna yönelik görüş bildirmeye, yorum yapmaya kadar birtakım işlemlerin yapılmasına olanak tanır. Böylece kişi, toplumsal olaylara karşı daha etkin ve ilgili hale gelmiş olur.

Elektronik Yayıncılık:

Elektronik Posta: Elektronik yayıncılık, internet kullanarak bilgisayar vasıtasıyla mesajların ve belgelerin karşılıklı olarak aktarımı için geliştirilmiş bir teknolojidir.

³⁸ Castells, a.g.e., s. 58.

³⁹ Castells, a.g.e., s. 58.

⁴⁰ Döleym, a.g.e., s 183.

⁴¹ Döleym, a.g.e., s 183.

Haber Portalları (USENET): Haber portalları, ortak ilgi ve çıkara sahip kişilerin bir araya geldiği küresel bir ağıdır.⁴²

Dosya Aktarım Protokolü (FTP): Bu sistem, dosya kabulü ve gönderimi için (resim, yazı, video ve benzeri veriler) geliştirilmiş bir iletişim aracıdır.⁴³

İnternetin Sunduğu Diğer Hizmetler Şunlardır; İletişim Hizmetleri, Elektronik Ticaret, Eğlence, Eğitim.

Son olarak geçtiğimiz dönem içerisinde internet ağlarının kullandığı en önemli fonksiyonlar şunlardır; Sosyal Medya Ağları, yaygın olarak Facebook, Twitter ve YouTube siyaset ve propaganda platformu olarak kullanılır.⁴⁴

Geleneksel basın araçları, kendilerine sunulan internet sitelerini kullanarak medya mesajlarını ve içeriklerini bu sitelerde yayımlar. Bu siteler, basın materyallerinin yayını ve dağıtımı için kullanılan bir kanal niteliğindedir. Ayrıca geleneksel kanallar da bu alanda varlığını sürdürürler.⁴⁵

2.2. Medya Araçlarında Etkileşim

Kişi medya ortamına katılabilir ve bu ortama, muhtelif cihazlarla etkileşim halinde etki edebilir. İçerik oluşturma ve sunma konusunda mevcut bağlantıya katılabilir. Kişinin belirli özelliklere sahip içeriğe olan ihtiyacını karşılaması için bu içeriğin ön plana çıktığı çeşitli platformlarda özgür bir şekilde dolaşabilir. Etkileşimin teknik desteği çerçevesinde Fieldman, bu etkileşimin iletişim yolları dışında farklı bir anlayışı olduğunu ve binlerce resim, video, yazı, ses dosyaları içerisinde bilgilerin tek kaynağı olan elektronik veri tabanında dolaşmak anlamına geldiğini ifade etmektedir.⁴⁶

⁴² Timisi, a.g.e., s. 122-138.

⁴³ Timisi, a.g.e., s. 122-138.

⁴⁴ Timisi, a.g.e., s. 122-138.

⁴⁵ İşleyen E.(2002). *“Milliyet Nasıl Hazırlanıyor?”*, *İnternet Çağında Gazetecilik* (Haz: Yedig S., Akman H.) İstanbul: Metis Yayınları, 73-74.

⁴⁶ Düleyi, a.g.e., s179.

Sosyal medya siteleri bir diğer adıyla ikinci kuşak siteler, WEB 2,0 içerisinde kategorize edilmektedir. Çünkü grup oluşturma düşüncesi, kullanıcının internet üzerinde ortak ilgi alanı olan kişilerin birbirleriyle tanışabilmesi, ilgi duyduğu alanlarda daha fazla internet sitesi tanınması, ailesiyle, arkadaşlarıyla ve iş arkadaşlarıyla resimler, anılar ve belgeler paylaşabilmesi düşüncesinden hareketle çıkmıştır. Teknoloji ve iletişim alanında dünyanın tanıklık etmiş olduğu bu gelişim ile birlikte sosyal medya siteleri yaygınlık kazanmış ve bu siteler toplum ve özellikle de gençler arasında popüler olmuştur.

İletişim; kişilerin ve toplumların modern iletişim teknolojisinin, özellikle internet kullanımının gelişmesi ile güçlü bir şekilde bağlantılıdır. Bu durum ise internet üzerinde bağlantı sisteminin sunmuş olduğu hizmetlere ve bu hizmetlerin hedeflediği amaçlara bağlıdır. Nitekim internetin kullanıcılara sunduğu üç temel hizmet vardır. Bunlar:

İletişim: İletişim, kişiden kişiye farklı şekillerle kurulabilir; bir kişinin bir gruba ya da farklı gruplara bağlanması farklı şekillerde meydana gelebilir. Bu hususta; araştırma amaçları ve kişisel amaçlar önemlidir. Grup halinde bağlanma, sohbet veya tartışma gibi bağlantı şekillerinde gerçekleşir.

Etkileşim: Kişiler, eğlenmek, eğitim, çoğunlukla da kültürlenmek amacıyla bir şekilde topluma uyum sağlamak için internet kullanımına yönelmektedirler.

Dijital basın ve bilgi: Kişiler, insanın etkinlik ve bilgi alanındaki faaliyetlerindeki boşluğu doldurmak için, bilgileri yaymak ve bilgileri yeniden hatırlamak amacıyla internet kullanırlar.⁴⁷

2.3. Sosyal Medya Siteleri ve Kullanımları

Sosyal medya; yeni iş biçimlerini, sosyal yapıları ve teknoloji sunumlarını teşvik etmek amacıyla, insanlar, içerik ve veri arasındaki etkileşimi kolaylaştıran teknoloji ve uygulamalar düzenidir.⁴⁸ Sosyal medya olarak tanımlanan ve geleneksel medya

⁴⁷ Döleym, a.g.e., s 192.

⁴⁸ İyiler Z.(2009). *Elektronik Ticaret ve Pazarlama-İhracatta İnternet Zamanı*. Ankara: Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi, 9.

uygulamalarından farklı olarak sıradan bireylerin aktif katılımını sağlayan bu iletişim ortamında, her şey çok daha farklı ve hızlı bir biçimde gerçekleşmektedir.⁴⁹

Günümüzde sosyal medyasının, Web 2.0 anlamında da zaman zaman kullanıldığı görülmektedir.⁵⁰ Sosyal medya; topluluk merkezli Web sitelerinde tecrübe, bakış açısı ve bilgilerin paylaşılması ile ilgilidir, Web 2.0 teknolojilerinin ve kullanıcı tabanlı içeriğin doğal bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Web 1.0'ın statik, program tabanlı ve tek kişilik üreticiliği karşısında Web 2.0'ın dinamik, kullanıcılara içerik yaratma imkânı veren ve sosyal tabanlı olması durumu, sosyal medyanın ortaya çıkmasında önemli bir yer tutmaktadır.⁵¹ Web 2.0'dan önceki dönemde medya, birkaç büyük medya grubunun tekelinde olan ve tek yönlü bir iletişim aracı olarak hayatımızda yer almaktaydı. Geleneksel medya dönemi, Web 2.0. teknolojilerinin hayatımıza girmesi ve her internet kullanıcısının aynı zamanda birer içerik üreticisi konumuna gelmesiyle son bulmuştur. Günümüzde Web 2.0. sayesinde her birey, daha önce yayın tekelini elinde bulunduran gruplardan tamamen bağımsız bir şekilde, özgürce kendi içeriğini oluşturabilmekte, bu içeriği istediği şekilde yayınlatabilmekte ve aynı zamanda istediği kişilerle paylaşabilmektedir.⁵²

Sosyal medya, en basit tanımıyla; Web 2.0 teknolojilerinin kullanıldığı iletişim ortamlarıdır. Konuşmalar, bağlantılar ve katılımlardan kaynaklanan Web 2.0 durakları, iletişim araçları, siteleri ve çevrimiçi yayınlar⁵³ olarak da tanımlanan sosyal medya; insanların sosyalleşmek amacıyla kullandıkları medya türüdür.⁵⁴

Sosyal medya ve Web 2.0 kavramları birbirleriyle ilişkili olmakla birlikte birbirlerinden ayrı iki kavramdır. Çok fazla birbirlerinin yerine kullanılan ve bu nedenle çok karıştırılan bu kavramlar, temel noktalarda birbirlerinden farklılık göstermektedirler. Web 2.0 bir uygulamalar platformu iken, sosyal medya ise bu altyapıları kullanan iletişim araçlarının

⁴⁹ Talimciler A.(2013). *Sosyal Medya Aracılığıyla Değişen Futbolun Yeni Dünyası, Yeni Medya Üzerine... Yeni İletişim Teknolojileri*. (ed. Demir M.). Konya: Literatürk Yayınları, İnceleme-Araştırma 46, 15-35.

⁵⁰ İyiler, a.g.e., s.9.

⁵¹ Bozarth J.(2010). *Social Media For Trainers*. San Francisco: Pfeiffer Publish, 11.

⁵² Kahraman M.(2013). *Sosyal Medya 101 2.0, Pazarlamacılar İçin Sosyal Medyaya Giriş, 2.b.* İstanbul: MediaCat Kitapları, Kapital Medya Yayınları, 19-20.

⁵³ Gunelius S(2011). *30 Minute Social Media Marketing*. New York: McGraw Hill, 10.

⁵⁴ Safko L.(2010). *The Social Media Bible*. New Jersey: John Wiley and Sons, 3.

bütününe verilen addır.⁵⁵ Web 2.0 sosyal medyanın teknik boyutu olarak öne çıkar ve çevrimiçi servisleri ve teknolojileri muhteva eden, sosyal aktivite ve medya yaklaşımı içermesine gerek duyulmayan bir kavramdır.⁵⁶

Diğer bir tanıma göre ise sosyal medya; birbirinden bağımsız olarak gelişmiş ve kullanıcıların kendi içeriklerini yansıtabilmelerini ve başkalarıyla paylaşımlarını sağlayan çevrimiçi uygulamalardır.⁵⁷

İletişim teknolojisinde meydana gelen gelişmeler, insanların gündelik hayatlarındaki ilişkilerinde büyük değişikliklere yol açmıştır. Bu değişim gerçek hayattan sanal ortama doğru, sosyal medya siteleri (sosyal medya) üzerinden gerçekleşmektedir. Bu bölümde bu sitelerin kuruluşu, olumlu ve olumsuz yönlerine ilave olarak başlıca sosyal medya sitelerine değinilecektir.

Sosyal medya sitesi, kişinin kendisine özel sayfasını oluşturmaya imkan tanıyan elektronik ağ sistemidir. Elektronik sistem vesilesiyle kişi, başka kişilerle iletişime geçebilir. Onların paylaşımlarını görebilir ve kendisi de arkadaşlarıyla paylaşımda bulunabilir. Bu elektronik ağ üzerinden üniversiteden veya liseden arkadaşlarına ulaşp onları arkadaş listesine ekleyebilir.⁵⁸

Lon Safko sosyal medya sitesini şöyle tanımlamaktadır; Kişiler, kurumlar veya topluluklar tarafından oluşturulan elektronik sosyal bileşimdir. Temel oluşum parçasına (örneğin bir kişi) NODE adı verilir. Bu sistem, belirli bir ekibin teşvik edilmesi veya dünyadaki herhangi bir şirketin gelişmesi ya da bir ülkenin uyruğunu alması gibi farklı ilişki türlerinin birbiriyle bağlanması demektir. Bu ilişkiler, kişinin bağlı olduğu sosyal durum, inanç yapısı veya içinde bulunduğu kesimin yapısı gibi çok derin seviyelere ulaşabilir.⁵⁹

⁵⁵ Yayla K.(2010). İnternet Pazarlamasında Yeni Eğilimler: Çevrim İçi Sosyal Ağların Üniversite Öğrencilerinin Satın Alma Davranışlarına Etkisi. Manisa: (CBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), 549.

⁵⁶ Lietsala K. ve Sirkkunan E.(2008). Social Media: Introduction to The Tools and Processes of Participatory Economy, Tampere. Finlandiya: Tampere University Press, 18.

⁵⁷ GülsoyT.(2009). *Etkileşimli Medya ve Pazarlama Terimler Sözlüğü*, (ed. Baruh L. ve Yüksel M.) *Değişen İletişim Ortamında Etkileşimli Pazarlama*. İstanbul : Doğan Kitap, 223-251-245.

⁵⁸ Timisi, a.g.e., s 80.

⁵⁹ Safko, a.g.e., s.3.

Ahmet Talimciler ise sosyal medya sitelerini şöyle tanımlanmaktadır; Birbirine bağlı web sayfaları grubudur ve aynı sunucu üzerinden depolanır. Web siteleri internet üzerinden ziyaret edilebilir. Web sitelerinin farklı amaçları vardır; ürün reklamları, ürün satışı gibi. Bunların yanı sıra sohbet (chat) amaçlı siteler de bulunur veya web kullanıcılarının aralarında bir konu üzerinde fikir alışverişi yapmalarını ve tartışmalarını sağlayan elektronik formlar bulunur. Yine sadece yazıların yayınlandığı siteler de mevcuttur. Yazar bu siteler üzerinden yazmak istediğini yazar ve yayınlar. Ziyaretçilerin ise yazılanlara yanıt verme olanağı bulunur.⁶⁰

Diğer taraftan Hibe Muhammed Al Khalife de şöyle bir tanımda bulunmaktadır; Sosyal ağ siteleri; web sayfalarından oluşur ve internet üzerinden online katılan üyeler arasındaki etkileşimin sağlandığı elektronik platformlardır. Burada amaç üyeler arasında iletişimin sağlanmasıdır. Farklı veriler bu alanlarda üyeler arasında paylaşılabilir; anlık iletiler, video, sohbet, karşılıklı dosya ve belge paylaşımı, sohbet grupları, elektronik posta ve yazılar... Dünya çapında fiilen faaliyette olan binlerce sosyal ağ sitesi mevcuttur. Bu sitelerin bazıları birçok alana hitap ederken, bazıları ise belirli bir alana ya da belirli bir coğrafi bölgeye hizmet verir. Bu sosyal ağ sitelerinin bazısının kullanımı çok basitken, bazısının kullanımı ise modern teknoloji ve yaratıcı beceri gerektirmektedir.⁶¹

2.4. Sosyal Medya Sitelerinin Ortaya Çıkışı

Sosyal medya siteleri ilk defa Amerika Birleşik Devletleri'nde bazı öğrencilerin kendi aralarında iletişim kurabilmesi amacıyla geliştirilmiştir. İlk sosyal medya sitesi 1995 yılında Amerika'da classmates.com adıyla kullanılmaya başlanmıştır. Bu internet sitesi Amerikan toplumunu eyaletlere, her bir eyaleti bölgelere ve her bir bölgeyi ise okullara ayırarak tasnif etmiş, devamında bu bölgelerde yaşayan herkesin bu siteye abone olmasını sağlayarak, siteyi kullanan bireylerin hem kendi bölgelerinde ki öğrenciler hem de diğer bölgelerden öğrenciler ile kolay ve hızlı bir biçimde iletişime geçip haberleşmesini sağlamıştır.⁶² Devamında 1997 yılının sonbahar mevsimi SixDegrees.com adında başka bir sosyal medya sitesinin başarılı girişimini izledi. Bu site kişilerin akademik, etnik ve dini kimliklerine bakılmaksızın, kişiler arasında doğrudan linkler (bağlantılar) paylaşmak

⁶⁰ Talimciler, a.g.e., s.15-35.

⁶¹ Muhammed A. H. H.(2009). *Sosyal Medya Siteleri Nedir?*, 19, <http://www.alyaseer.net/vb/showthread.php?t=17775>.

⁶² Safko, a.g.e., s.161.

üzerine yoğunlaştı. Bu girişim sınırsız sosyal medya âlemine açılımın bir başlangıcıydı. Bu sitenin kullanıcılarına sunduğu hizmetlerden en önemlisi; kişisel dosya oluşturarak bu dosyaları listedeki arkadaşlara özel mesajlar olarak gönderebilme özelliği idi. Maalesef site, sunulan hizmetleri finanse edemediği için kapatıldı.

1997 – 1999 yılları arasında bir grup sosyal medya sitesi ortaya çıktı. Bu siteler Asyalı Amerikalıların sitesi Asianavenue.com ya da siyahi insanların sitesi Blackplanet.com gibi belirli gruplara özel sosyal medya siteleri idi. 1999 – 2000 yılları arasında ise büyük bir başarı sağlayamayan bir takım sosyal medya siteleri daha ortaya çıktı. İlk zamanlarda bu sitelerin teknolojisi, birinci aşama web tekniklerine dayanmaktaydı.⁶³

Birinci Aşama: Bu aşama, sosyal ağların kuruluş aşaması olarak nitelendirilebilir. Birinci jenerasyon web 1 ile birlikte ortaya çıkmıştır. Bu aşama, sosyal medya sitelerinin ortaya çıkışına tanık olmuştur.⁶⁴

Ayrıca bu aşama Live Journal, Kore’de kurulan 1999 Cyworld ve iş adamlarının ticari işleri kolaylaştırma amacı taşıyan Ryze sitesi gibi bir takım meşhur sitelerin ortaya çıktığı aşamadır. Bu aşamada sosyal medya sitelerinin sunmuş olduğu en önemli hizmetler, kısa mesaj, arkadaşlara gönderilen mesaj gibi hizmetlerdir. Günümüzde mevcut sosyal medya sitelerinin sunduğu bazı hizmetleri o dönemde sunmuş olmasına rağmen bu siteler, kurumlarına yeterince kâr getiremedi ve çok tutunamadı.⁶⁵

İkinci Aşama: Bu aşama, sosyal medya sitelerinin tamamlanma aşaması olarak nitelendirilebilir. İkinci aşamanın tarihi web 2’nin ortaya çıkmasıyla başlamıştır. Burada amaç ağ hizmetlerinin geliştirilmesidir. Bu aşamanın tarihi, friendster.com adlı sosyal medya sitesinin ortaya çıktığı tarihtir. Bu site, farklı kesimlerden insanların tanışmaları ve arkadaşlık kurmaları amacıyla kurulmuştur. İlk ortaya çıktığı dönemlerde bu site müthiş bir şöhret kazanmıştır. Aynı yılın ikinci yarısında, Fransa’da, yazı yazma platformu olarak Skyrock.com adında bir site ortaya çıkmıştır. Bu site ikinci jenerasyon web tekniklerinin ortaya çıkmasıyla sosyal medya ağına dönüştürülmüştür.

⁶³ Safko, a.g.e., s.161.

⁶⁴ Zeki V. R. (2012). *Sosyal Ağlar Teorisi*. Irak, 5.

⁶⁵ Muhammed, a.g.e.,s21,

2003 yılının başlarında, meşhur sosyal medya sitesi Myspace.com kuruldu. Bu site, açık sosyal medya sitelerinin ilklerinden ve dünya çapında en çok tanınanlarından biriydi. Aynı zaman dilimine LinkedIn.com sitesi gibi sosyal medya siteleri kurulmaya başlandı. Bu sitelerin çoğu, açık sunuculu ve dünya çapında tanınan sosyal medya siteleridir.⁶⁶ Örneğin LinkedIn sitesi 2003 yılının Mayıs ayının beşinde faaliyete geçmiş, 2012 Aralık ayı sonunda kullanıcı sayısı 250 milyona ulaşmıştır.

Sosyal medya ağlar içinde en bilinen Facebook.com bu dönemlerde kurulmuştur. Bu site resmi olarak 4 Şubat 2004 yılında faaliyet geçti. Ayrıca bu iletişim sitesi, yerel nitelikten küresel niteliğe gelişene kadar diğer sosyal medya siteleriyle aynı oranda gelişim sağlamıştır.⁶⁷

Sosyal ağların gelişim evrelerinin ikinci aşamasında, kullanıcılar tarafından küresel ağ sitelerine büyük bir ilginin var olduğu fark edilmektedir. Aşağıdaki tabloda verilen bazı bilgiler bu düşüncüyü doğrulamaktadır.

Yıl	Aktif Kullanıcı	Sosyal Ağ Sitesi	Numara
2017	1 Milyar 962 Milyon	Facebook	1
2017	1 Milyar 587 Milyon	Twitter	2
2017	1 Milyar 500 Milyon	YouTube	3

Bu bilgiler gösteriyor ki, sosyal ağların ikinci dalgası, dünya çapında etkileşimin cazip hale gelmesine katkı sağlamıştır.⁶⁸ Sosyal ağ siteleri, küresel ve yerel düzeyde iletişim sağlama aracıdır. Nitekim sosyal ağların kurulması küresel ve yerel düzeyde olur ve yerel alanda değişiklikler meydana getirir. Bu değişiklikler kısaca şöyledir:

. Sosyolojik Değişimler: Ağların sosyolojik değişimleri, arkadaşlık oluşturulması ve grup üyeliği şeklinde iki eksen etrafında ele alınabilir. Sosyal ağlar; arkadaşlık kurmayı kolaylaştırmış gerek reel gerekse de sanal arkadaşlıkları bir arada toplamıştır. Arkadaşlık kurmayla ilgili genel varsayım, ilgi alanlarının ortak olmasıdır. Sosyal ağlar, bilgi veri tabanları üzerinde ilgi ortaklığı olan kişileri birleştirmeyi başarmıştır. Bu arkadaşlıkların etkinleştirilmesine olanak sağlamıştır. Bunun yanı sıra bu sosyal ağlar sadece yerel bazı

⁶⁶ Muhammed, a.g.e., s.21,

⁶⁷ Talimciler, a.g.e., s.18.

⁶⁸İnternet: (May, 2015) <http://www.seokursu.com.tr/sosyal-medya-siteleri/>, 30.5.2017

değil küresel bazlı iletişim fırsatları sunarak, değişik coğrafya ve kültürlerden insanların arkadaşlık kurmalarına yardımcı olmaktadır.

Sosyal ağların ilgi alanları aynı olan insanları bir araya getirdiği belirtilmişti. Aynı ilgi alanlarını paylaşan bireylerin oluşturduğu, grup adı verilen topluluklar, bireylere yerel ve küresel düzeyde katılım olanağı tanır.

Yerel düzeyde kurulan gruplara Facebook adlı iletişim ağının, Mısır'da yaygınlaşması örnek olarak gösterilebilir. Mısırlı etnik yapılar için, yerel grup niteliği taşıyan sosyal medya gruplarında paylaşımlar yapılmaktadır. Sosyal ağlar üzerinde ülke çapında vilayetlere ait gruplar, Facebook üzerinden grupları bulunan okullar da bulunmaktadır. Yine Mısır'daki üniversitelerin ve fakültelerin oluşturduğu gruplar bölgesel iletişimde sosyal ağlar üzerinden kurulan gruplara örnek olarak verilebilir.

İlgi alanları ortak olan arkadaşların oluşturduğu birtakım gruplar da vardır. Bu noktada varılmak istenen hedef, sosyal ağların küresel olmasıdır. Bu gruplar hem yerel hem de küresel olarak her zaman iletişim halinde olabilmektedirler.⁶⁹

Siyasi Değişkenler: Kişilerin sosyal ağlar üzerinde oluşturdukları siyasi gruplara üye olmaları, onlara siyasi etkinliklerde bulunma olanağı tanımaktadır. Sosyal ağlar iki dünya, reel ve sanal dünya, arasında siyasi etkileşime katkı sağlamaktadır. Siyasal meseleler, sosyal ağlara göre değişkenlik gösteren bir hale gelmiştir. Sosyal ağlar, siyasi açıdan önemli platformlardır ve bu durum 3 ana başlık üzerinden ele alınabilir: Kamuoyunun yönlendirilmesi, vatandaşlık meselelerinin konuşulması ve sivil toplum kuruluşlarının rolünün etkinleştirilmesi.⁷⁰

Kamuoyunun Harekete Geçirilmesi: Sosyal ağlarda yaygın olan gruplar, kamuoyunun bazı siyasi meselelere karşı ilgi duyup harekete geçmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu duruma örnekler vermek gerekirse ilk örnek toplumsal protestolarla ilgili olacaktır; Sosyal medya ağları, protestolar, gösteriler ve grevler ile ilgili paylaşım yapmak için açık

⁶⁹ Zeki, a.g.e., S. 7.

⁷⁰ Zeki, a.g.e., S. 8.

bir alan halindedir. Bu durumun en iyi kanıtı, sanal ortamdaki üyeleriyle yaptığı etkinlikleri sanal ortamdan reel ortama taşıyan 6 Eylül Gençlik Hareketi'dir.⁷¹

İkinci örnek, tüketiciye daha kolay ulaşmayı hedefleyen ürün reklamları ile ilgilidir. Sosyal medya ağları, ürün reklamları ve ürünlerle ilgili programların sunulduğu yeni bir iletişim alanı haline gelmiştir. Bu durumun en güzel kanıtı ise Facebook sitesi üzerinden, daha fazla kullanıcıya ulaşmak için oluşturulan ürün reklamlarının yayınladığı gruplardır. Bu gruplar, kamuoyu oluşturarak, bu yönde ilgisi olan – hedef kitle konumundaki – kişileri bu gruplara toplamaktadır.

Sosyal medya ağları, siyasi etkinliklerin yapıldığı geniş bir platformdur.⁷² Bu ağlar küreseldir ve birçok sosyal medya ağı, aynı ilgi alanlarına sahip insanların arasında sosyal iletişimi sağlamak amacıyla kurulmuştur. Bu platformda yerel ve küresel siyasi konular tartışılabilir. Zamanla sosyal medya ağlarının ikinci dalgasının ortaya çıkmasıyla beraber, siyasi konular üzerinde tartışma durumu, bu ağlar üzerinden siyasi etkinlikler, propagandalar yapmaya kadar ilerlemiş, sosyal medya ağları ülkelerin siyasi ve politik hayatlarında etkin bir konuma gelmiştir.⁷³

Sanal Vatandaşlığın Doğuşu: Sosyal ağlar, internet üzerinden vatandaşlık meselelerinin konuşulabileceği bir alan sunmaktadır. Bu alanlara 'Virtual Citizenship' adı verilir. Vatandaşlık meselesinden söz ederken bu durumun politik boyutuna da değinmek gerekir. Siyasi ve sosyal görevler ve haklar, sınırlı boyutlarda kaldığında, sanal vatandaşlığın kültürel bir yansıması olarak kendini göstermektedir.⁷⁴ Ancak sanal vatandaşlık oldukça zordur ve siyasi düzeyde kabul edilmesi pek de mümkün görülmemektedir. Örneğin milliyetçilik temeli üzerine kurulu bir devletin, karşılaşmış olduğu bu konudaki meseleler ve sorunlar, siyasi hakların kısıtlanmasına ve Arap toplumlarında reel olarak meydana gelen olaylara ilişkin güvensizliğe yol açmaktadır.⁷⁵ Siyasal haklarını talep etmek için sosyal medya aracılığıyla, sanal toplumun ortaya çıktığını görüyoruz. Bunun yanı sıra sanal ortamda vatandaşlık haklarına ilişkin etkinlikler yapılmaktadır. Sanal vatandaşlık meseleleri küresel bazda ortaya çıktığı kabul edilerek, yerel bazda istenmediği gerçeği göz

⁷¹ Zeki, a.g.e., S. 7.

⁷² Zeki, a.g.e., S. 8.

⁷³ Zeki, a.g.e., S. 6.

⁷⁴ Zeki, a.g.e., S. 9.

⁷⁵ Zeki, a.g.e., S. 8.

önüne alınarak, vatandaşlığın yorumlanması ve incelenmesi için yeni bir platform olan sanal toplumdan gerçek hayata doğru kaydırıldığı görülmektedir.⁷⁶

Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolünün Etkinleştirilmesi: Sosyal medya ağlarının uluslararası düzeyde sivil toplumun rolünü daha fazla etkinleştirmede katkı sağladığı görülmektedir. Sivil toplum kuruluşları, buna örnek olarak siyasi partiler, ulusal düzeyde sosyal medya ağları üzerindeki sanal toplumda kendilerine ait kurallar belirlemişlerdir. Programlarını ve benimsemiş oldukları siyasetlerini, bu ağlar üzerinden duyurmaktadırlar. Bazı dernekler ve özel kuruluşlar, fertler arasındaki iletişimi artırmak amacıyla bu ağlardan faydalanırlar. Ayrıca kendi üyelerini, yapmış oldukları programlara ve projelere davet ederler.⁷⁷

2.5. Başlıca Sosyal Medya Siteleri

Sosyal medya siteleri, tüm kullanıcıların içerikleri birbirleriyle paylaştıkları internet üzerindeki programlar ve gereçler grubundan ibarettir. Ayrıca kullanıcılar internet üzerinde grupların karşılıklı sohbet ve etkinliklerini kolaylaştıran basın gereci üzerinde düşüncelerini, fikirlerini, deneyimlerini ve görüşlerini paylaşabilirler.⁷⁸

Sosyal medyada bilgi içeriğinin bir ürünü olarak olabildiğince daha fazla bilgiyi yaymak ve sunmak demek bilgisayar, telefon gibi yeni nesil iletişim araçlarının kullanılması demektir. Kişiler eskiden olduğu gibi kâğıt üzerine basılmış bilgileri yaymak yerine yeni nesil teknolojik aletleri kullanarak bu işlemi gerçekleştirirler.

2.5.1. Facebook

Dünya çapında yeni arkadaşlıklar kurmak ve çalışma arkadaşları tanımak veya web ağı üzerinden farklı gruplara katılmak amacıyla, internet ağı üzerinde sosyal iletişim ağları olarak bilinen bir internet sitesidir. Katılımcılar bir veya birden fazla ağa bağlanabilirler. Örneğin; okullara, iş yerlerine, coğrafi bölgelere veya sosyal gruplara bağlanabilirler.⁷⁹ Bu

⁷⁶ Zeki, a.g.e., S. 7.

⁷⁷ Zeki, a.g.e., S. 10

⁷⁸ Akyol C., Aydın F., Debbağ G., Öztürk S., Karademir T., Kemeriz Z.(2012). *Sosyal Ağlar*(Ed. A. Alper). Ankara: Pelikan Yayıncılık, 5-6.

⁷⁹ İnternet: (February, 2017) Wikipedia, "Facebook", <http://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook>, Erişim Tarihi: 13.02.2017

ağlar kullanıcılara aynı ağ üzerindeki üyelerle iletişim kurma olanağı sağlar. Ayrıca kullanıcılar sayfalarına arkadaşlar ekleyebilirler ve yine bu ağ eklenen kullanıcıların, kişilerin şahsi sayfalarını ziyaret etme olanağı tanır. 2006 yılının Eylül ayından bu yana Mark Zuckerberg sitesinin kapılarını kullanmak isteyen herkese açmıştır.⁸⁰

Dünya çapında ünlü dijital sözlük Wikipedia Facebook hakkında şöyle bir tanımlama yapmaktadır; Facebook sitesi, belirli bir üniversitede veya bir gruptaki kişilerin, resimlerini ve bilgilerini içeren dijital bir defterden ibarettir ve isminden de anlaşılacağı üzere bu fikirden hareketle ismi konulmuştur. Doğrudan sosyal hizmetler için kurulmuş bir ağıdır. Bu yöntem, kişilerin birbirlerini özellikle yabancı üniversitelerdeki kişilerin birbirlerini tanıması için çok yaygın bir yöntemdir. Nitekim üniversitedeki kişiler aynı fakültede bulunan öğrenciler hakkında daha fazla bilgi edinmek için bu defterleri karıştırırlar.⁸¹ Bu site 2004 yılının şubat ayında Harvard Üniversitesi'nde öğrenci olan Mark Zuckerberg tarafından kurulmuştur.⁸² Kendisi internete tutkunluğu ile bilinen bir kişilikti ve amacı Harvard Üniversitesi'ndeki tüm arkadaşlarını bir araya toplayan bir site tasarlamaktı. Böylece öğrenciler aralarında tecrübelerini, deneyimlerini, resimlerini ve görüşlerini paylaşabilir ve onlara daha kolay bir şekilde erişebilirdi. Ancak bu ağ genişleyerek Boston Üniversitesi ve bu bölgede bulunan Stanford Üniversitesi'ne kadar ulaşınca Harvard Üniversitesi öğrencileri arasında büyük bir ilgi gördü.⁸³ Böylece site büyük bir ün kazanmış oldu. Bu durum Zuckerberg'ı diğer üniversite öğrencilerini ve okullardaki diğer öğrencileri kapsamaları için, siteye giriş yapma hakkı olan kişilerin tabanını genişletmeye teşvik eden bir faktördür. Böylece lise öğrencileri üniversite hayatını tanıyabileceklerdi. Bu şekilde Facebook sitesi iki yıl süreyle sadece üniversite öğrencileri ve lise öğrencileri ile sınırlı kaldı.⁸⁴

Alhudaif, Facebook sitesinin yükseliş tarihini belirlemek için çalıştı, Araştırmalarına göre sitenin kullanıcı sayısının, site ortaya çıktıktan kısa bir süre sonra, 2006 yılının Eylül

⁸⁰ İnternet: (February, 2015) Wikipedia, a.g.e.: 13.02.2017

⁸¹ İnternet: (February, 2015) Wikipedia, a.g.e.: 13.02.2017

⁸² İnternet: (February, 2015) Wikipedia, a.g.e.: 13.02.2017

⁸³ İnternet: (February, 2015) Wikipedia, a.g.e.: 13.02.2017

⁸⁴ İnternet: (February, 2015) Wikipedia, a.g.e.: 13.02.2017

ayından 2007 yılının eylül ayına kadar olan bir yıllık kısa bir sürede, dünya çapında 64 milyona ulaştığı sonucuna vardı.⁸⁵

2012 yılının Nisan ayında istatistik bilgilerine göre Facebook kullanıcılarının sayısı yaklaşık 901 milyona ulaşırken, 2011 yılının sonunda 800 milyon olarak sayılmıştı.⁸⁶

El-Arabiya.net sitesinin 26 Temmuz 2013 tarihinde yayınlanmış haberinde, yapılan en son istatistiklere göre Mark Zuckerberg kullanıcıların 1 milyar sınırını aştığını ve aylık etkin kullanıcı sayısının ise 1.15 milyara ulaştığını duyurdu.⁸⁷

İnfo-grafik raporlarıyla Arap baharı olaylarından sonra, Arap bölgelerinde gözlemlenen yeni istatistiklere göre Facebook hakkındaki en son çalışma, Ortadoğu ve Kuzey Afrika'da 2012 yılında yapılmıştır. İnternet sitesi, 2012 yılının Kasım ayının sonunda siteye istinaden tüm bilgileri toplamış ve Arap bölgesinde 2012 yılının başından itibaren kullanıcı sayısının büyük bir oranda arttığı gözlemlenmiştir. Bu oran yaklaşık olarak 10.000.000 yeni kullanıcıya tekabül etmektedir. Bu ülkeler içerisinde Facebook kullanıcı sayısının en çok arttığı ülke Katar olmuştur. Bu oran %115 olarak kaydedilmiştir. Bunun ardından ise katılımcı oranı olarak %86 yükselişle Libya, %81 artışla Irak gelmektedir.⁸⁸

Suudi Arabistan'a gelince, Suudi Arabistan Facebook kullanan ikinci en büyük Arap ülkesidir. Suudi Arabistan'dan sonra Mısır gelmektedir. Suudi Arabistan Krallığında kullanıcı sayısı 5,9 milyondur. Bu da nüfusun yüzde 22,2'sine tekabül etmektedir. Mısır'da ise kullanıcı sayısı 5,2 milyondur, bu ise nüfusun yüzde 20'sine tekabül etmektedir. Sitenin kullanıcı sayısı, 2012 Eylül tarihinde yapılan araştırma sonuçlarından itibaren bu makalenin yazıldığı süreye kadar 5,7 milyon kullanıcıya ulaşmıştır. Ancak son 2 ay içerisinde kullanıcı sayısı artmaya devam etmiş ve yaklaşık yarım milyon kullanıcı daha bu kervana eklenmiştir.⁸⁹

⁸⁵ Alhudaif A.(2010). "*Facebook sosyal web sitesinin medya rolü üzerine bir belgesel çalışması*. Siteye giriş tarihi 14.8.2013 ve <http://alhudaif.blogspot.com> üzerinde mevcuttur.

⁸⁶ Teknoloji Dünyası (2012). http://www.computer-wd.com/2012/04/blog-post_26.html, 25.9.2013

⁸⁷ Teknoloji Dünyası, a.g.e., 25.9.2013

⁸⁸ Teknoloji Dünyası, a.g.e., 25.9.2013

⁸⁹ Teknoloji Dünyası a.g.e., 15.9.2013

Facebook'un yaş kategorisine göre kullanımı ise şöyledir; 18-24 arası yaş grubu, diğer yaş guruplarına göre Facebook'u en fazla kullanan gruptur. Oranı ise %30'dur. Daha sonra ise %32 oranla 25-24 yaş grubu gelir. Kullanıcıların %65 erkek, %35 ise kadındır.⁹⁰

Pingdom sitesinin yapmış olduğu yeni istatistiklere göre ve bu istatistiğin sonucuna binaen her saniyede 8, her dakikada 474, her saatte 28476 ve her gün ise 683.443 kişi Facebook'a üye olmaktadır. Dünya nüfusunun yaklaşık 7 milyar olduğunu ve internet kullanıcılarının sayısının ise 2,3 milyar olduğunu düşünürsek, internet kullanıcı sayısı dünya nüfusunun %32,7'ne tekabül etmektedir.⁹¹ Yapılan açıklamaya göre en meşhur sosyal iletişim sitesi olan Facebook, dünyada aylık 836,7 milyon ziyaretçi ile en fazla ziyaret edilen internet sitesi olmuştur.⁹²

Türkiye'yi de içine alan “We are Social'ın” 2016 İnternet ve Sosyal Medya Kullanıcı İstatistikleri adlı raporuna göre; Türkiye'deki 36 milyon aktif mobil kullanıcılarının kullandığı sosyal ağ ve mesajlaşma uygulamaları arasından en çok tercih edileni %32 ile Facebook'tur. Bunun yanı sıra Facebook Messenger'da %20 ile üçüncü sırada yer almaktadır. Rapordaki Facebook kullanıcılarının yaş aralıklarına bakıldığında 13-19 yaşları arasındaki öğrenci kitlesinin kullanım oranı %78 gibi yüksek bir değere sahipken 60 yaş ve üstündekilerde bu oranın %3 ile en az değeri verdiği bilinmektedir. En yüksek ve en az değeri veren kullanıcı kitlesinin yaş aralıklarından sonra geriye kalan kullanıcı yaş aralıkları ise şöyledir: 13-19 yaş arası %19, 20-29 yaş arası %36, 30-39 yaş arası %23, 40-49 yaş arası %12, 50-59 yaş arası %5 olarak belirtilmiştir.⁹³

⁹⁰ Teknoloji Dünyası, a.g.e., 25.9.2013

⁹¹ Teknoloji Dünyası, a.g.e., 25.9.2013

⁹² Arageek (2013). **Teknoloji**. <http://www.arageek.com/2013/02/08/top-20-websites-most-visited.html>, 1.11.2013

⁹³İnternet: (April,2016) “Dijital in We Are Social” Web:<https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2016>,(25.04.2016)

Sıra	Ülke	Toplam	Kadın	Erkek	K %	E %	K/E	Kul/Nüf
1	ABD	194.000.000	103.000.000	89.000.000	53,09	45,88	1,16	62,69
2	Hindistan	135.000.000	33.000.000	102.000.000	24,44	75,56	0,32	11,37
3	Brezilya	102.000.000	55.000.000	47.000.000	53,92	46,08	1,17	51,70
4	Endonezya	77.000.000	33.000.000	45.000.000	42,86	58,44	0,73	33,23
5	Meksika	60.000.000	30.000.000	30.000.000	50,00	50,00	1,00	54,76
6	Filipinler	47.000.000	25.000.000	22.000.000	53,19	46,81	1,14	50,05
7	Türkiye	42.000.000	15.000.000	26.000.000	35,71	61,90	0,58	57,84
8	İngiltere	38.000.000	19.000.000	18.000.000	50,00	47,37	1,06	61,53
9	Tayland	37.000.000	19.000.000	19.000.000	51,35	51,35	1,00	57,51
10	Vietnam	35.000.000	16.000.000	19.000.000	45,71	54,29	0,84	39,65
11	Fransa	31.000.000	16.000.000	15.000.000	51,61	48,39	1,07	49,40
12	Almanya	29.000.000	14.000.000	15.000.000	48,28	51,72	0,93	35,43
13	İtalya	28.000.000	13.000.000	15.000.000	46,43	53,57	0,87	46,68
14	Arjantin	27.000.000	14.000.000	13.000.000	51,85	48,15	1,08	66,30
15	Mısır	27.000.000	9.700.000	18.000.000	35,93	66,67	0,54	34,76
16	Japonya	25.000.000	12.000.000	13.000.000	48,00	52,00	0,92	19,49
17	Kolombiya	24.000.000	12.000.000	12.000.000	50,00	50,00	1,00	52,78
18	Pakistan	23.000.000	5.500.000	17.000.000	23,91	73,91	0,32	14,80
19	İspanya	22.000.000	11.000.000	11.000.000	50,00	50,00	1,00	46,60
20	Kanada	21.000.000	11.000.000	9.300.000	52,38	44,29	1,18	64,00

Şekil 2.1. Facebook Kullanıcı Sayısı En Yüksek 25 Ülke (2017 Verileri) .⁹⁴

Kullanım oranı yüksek olan Facebook sosyal ağına kayıtlı kullanıcı sayısı en yüksek olan ülke Amerika Birleşik Devletlerdir. Türkiye bu değerlendirmede 7. sırada yer almaktadır. Dünya genelinde ise Facebook'un yüksek bir kullanıcı sayısına ulaştığı görülmektedir. Sadece Türkiye'de 42 milyonluk kullanıcı sayısı bulunan Facebook, ülke nüfusunun yarısından fazlasının kullandığı bir sosyal ağ halini almıştır. Ülkemizdeki Erkek kullanıcı kitlesi kadınlara oranla daha yüksek sayıdadır.⁹⁵

Uluslararası düzeydeki internet siteleri kategorisinde Alexa sınıflandırılmasına göre Facebook; Yahoo, Google ve YouTube'dan sonra dördüncü sırada gelmektedir. Facebook sitesinin, siyaset, sosyal ve kültür alanına etkisi yüzünden birçok eleştiriye maruz kaldığı hatta Myanmar ve İran gibi bazı ülkelerde yasaklandığı bilinmektedir. İsrail'de ise İsrail ordusu bu siteye üye olmak konusunda bazı kısıtlamalar koymuştur. Bu kısıtlamalar ameliyat odalarının, hava üslerinin ve İsrailli dalgıçların kendi sayfalarına koydukları resimlerden sonra gelmiştir. Ayrıca medya raporlarına göre kendi şahsi listelerine bir

⁹⁴ İnternet: (February,2017) “Dijital in We Are Social” Web:<http://www.boomsocial.com/Facebook/Ulkeler>, (25.02.2017)

⁹⁵ İnternet: (February, 2015) Web:<http://www.boomsocial.com/Facebook/Ulkeler>, (25.02.2017)

uygulama ekleyerek kullanıcıların şahsi bilgilerini sızdırma imkânı olduğu da belirtilmiştir.⁹⁶

Facebook gibi sosyal medya siteleri ve bu sitelerde kurulan gruplar, platformlar, yazılan yazılar, büyük bir ilgiyle takip edilmekte ve toplumdaki farklı sistemler arasındaki ilişki ortaya çıkartmaktadır.⁹⁷ Ayrıca sistem içerisindeki kişiler arasında oluşturulan grup iletişimi için yeni boyutlar eklenmiştir. Bunun yanı sıra bu sosyal paylaşım siteleri daha fazla hak, hukuk ve özgürlük talebinde bulunmak ve insanların kendi görüşlerini ve inançlarını özgür bir şekilde ifade edebilmelerini sağlamak amacıyla, siyasi rejimler üzerinde baskı kurmak için coğrafi ve inanç yönünden farklı toplulukları bir arada tutmak için kullanılmıştır.⁹⁸

Facebook'u benzer sosyal medya ağlarından ayıran en mühim özelliği kullanıcıların profillerine bedava olarak ekleyebildikleri uygulamalardır.⁹⁹ Bu uygulamalar genellikle Facebook dışındaki yazılım geliştiricilerle oluşturulan, belli işlevlere sahip küçük web yazılımlarıdır. Bu yazılımlar kullanıcıların arkadaşları ile daha fazla iletişim kurabilmelerini sağlamak ve Facebook'la uyumlu bir şekilde çalışması ile uygulamalara farklı bir boyut kazandırmaktadır.¹⁰⁰

Sosyal ağlar içinde en fazla kullanıcısı olan Facebook'a karşı ilginin nedenleri kısaca şunlardır:

- Kolay ve basit dizayna sahiptir.
- Geniş demografik katılımcıya sahiptir.
- Aktivite odaklıdır.¹⁰¹
- Fotoğraf paylaşımı, etkinlik düzenlemesi, iş ağlarına ulaşmayı sağlama vb. bütünleşik bir yapıya sahiptir.

⁹⁶ Alhudaif A. (2010).": *Facebook sosyal web sitesinin medya rolü üzerine bir belgesel çalışması*. Siteye giriş tarihi 14.8.2013 ve <http://alhudaif.blogspot.com> üzerinde mevcuttur.

⁹⁷ Demirel F.(2017). *Sosyal Ağlardaki Hayatımız ve Facebook*. <http://www.webrazzi.com/2011/06/16/sosyal-aglar-facebook> , Erişim Tarihi: 14.02.2017

⁹⁸ Demirel, a.g.e. : 14.02.2017

⁹⁹ Argın F. S. (2013). *Ortaokul ve Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının İncelenmesi (Çekmeköy Örneği)*. Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 45.

¹⁰⁰ Argın, a.g.e.. S.45

¹⁰¹ Company N.(2009). *"Global Faces and Networked Places A Nielsen report on Social Networking"s New Global Footprint"*. http://blog.nielsen.com/nielsenwire/wpcontent/uploads/2009/03/nielsen_globalfaces_mar09. pdf (14.02.2017).

- Yaratıcı özellikleri ve açık mimarisiyle ziyaretçi yönetiminde ağızdan ağza iletişimi oluşturabilmektedir.
- Güvenlik konusunda üyelerin kendi kişisel bilgilerinin gösterimini sınırlandırabilmesine imkân sağlar.
- Özgür medyaya büyük miktarda destek vererek, diğer paylaşım siteleriyle iç içe kullanım imkânı sağlamaktadır.¹⁰²

Ayrıca yaygın olarak kullanılan Facebook'un, kullanıcılarca kullanım amaçları farklılık göstermekle birlikte genel amaçlar şu başlıklar altında toplanabilir:

- Arkadaş edinme hedefli kullanım
- Denetim ve gözetim hedefli kullanım
- Video, fotoğraf, müzik, resim, fikir paylaşımı hedefli kullanım
- Ticaret hedefli kullanım
- Cinsellik hedefli kullanım
- Örgütlenme hedefli kullanım
- İhbar hedefli kullanım
- Oyun oynama hedefli kullanım
- Politik hedefli kullanım.¹⁰³

Facebook bir sosyal medya ağında bulunması gereken temel özelliklere sahiptir. Bir e-posta adresi ile kullanılabilen Facebook'un temel Özellikleri şu alt başlıklar altında incelenebilir;

Facebook Duvar (Facebook Wall): Kullanıcıların profil sayfasında yer alır, kullanıcıların burada durum, video, fotoğraf gibi paylaşımları arkadaşları tarafından görülebilir.¹⁰⁴

Zaman Tüneli: Kullanıcının profilini kullanmaya başladığı andan beri yaptığı paylaşımlarını, hareketlerini tarihsel akış içerisinde kaydeden ve kullanıcının arkadaşlarının takip edebildiği alandır.

¹⁰² Company, a.g.e.,(14.02.2017).

¹⁰³ Mutlu Binark vd., "Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: Görülüyorum Öyleyse Varım", İstanbul: Kalkedon, 2009, s.46.

¹⁰⁴ İnternet: (February, 2015) Facebook, "Site Yardımı", <https://www.facebook.com/help/>, (15.02.2017).

Gruplar: Facebook kullanıcılarına, grup kurma ve yönetme hakkı tanır. Kurulan bu grupların üyeleri ortak paylaşım yapabilir ve etkinliklere katılabilir.¹⁰⁵

Sayfalar: Facebook kullanıcılarına, sayfa kurma ve yönetme özelliği sunar. Bu sayfalarda ortak akıl, fikir, ürün vb. paylaşımlar yapılabilir. Takipçiler paylaşılan video etkinlik, fotoğraf, albüm, tartışma, yazı, not, duyuru gibi iletilere yorum yapma, paylaşma ve beğenme özelliklerini kullanabilirler.¹⁰⁶

Paylaşım: Facebook ana sayfasında, zaman tüneli ve grup sayfalarında yapılan video, yazı, haber, yorum, etkinlik, duyuru, tartışma, albüm, fotoğraf gibi iletilere paylaşım denir. Bu paylaşımlar kullanıcılar tarafından beğenilme, yorum yapılabilme ve paylaşılma gibi özelliklere sahiptir.¹⁰⁷

Yorum: Kullanıcı Facebook'ta yapılan paylaşımlara olumlu ya da olumsuz ifade belirtebilir. Yorumu yapmak için paylaşımların altında bulunan yorum kısmına tıklamak, iletiyi yazmaya yeterlidir.¹⁰⁸

Beğenme: Facebook kullanıcılarına, sosyal medyada yapılan bir paylaşımı beğenme ya da farklı duygu emojilerini belirtme özelliği sunar kullanıcı ifadesini belirtmek için paylaşımın altındaki beğen butonundan emojisini seçmelidir.¹⁰⁹

Mesajlaşma: Bu özellik sayesinde kullanıcı arkadaşlarına Messenger üzerinden anlık ileti, fotoğraf gönderebilmekte, görüntülü ve sesli arama yapabilmektedir.¹¹⁰

Etiketleme: Kullanıcının bulunduğu konumu harita üzerinden belirterek ya da bulunduğu mekan duvarında paylaşmasıdır. Kullanıcı arkadaşlarını etiketleyebilir ve paylaşımın gizlilik kısıtlamasını belirleyebilmektedir.¹¹¹

Dürtme: Kullanıcı bir arkadaşının ilgisini çekmek ya da selam vermek için dürtme yapar, bu özellik bildirim olarak dürtülen kullanıcıya ulaşır.¹¹²

¹⁰⁵ İnternet: (February, 2015) Facebook, "Site Yardımı", <https://www.facebook.com/help/>, (15.02.2017).

¹⁰⁶ İnternet: (February, 2015) Facebook, "Site Yardımı", <https://www.facebook.com/help/>, (15.02.2017).

¹⁰⁷ İnternet: (February, 2015) Facebook, "Site Yardımı", <https://www.facebook.com/help/>, (15.02.2017).

¹⁰⁸ İnternet: (February, 2015) Facebook, "Site Yardımı", <https://www.facebook.com/help/>, (15.02.2017).

¹⁰⁹ İnternet: (February, 2015) Facebook, "Site Yardımı", <https://www.facebook.com/help/>, (15.02.2017).

¹¹⁰ İnternet: (February, 2015) Facebook, "Site Yardımı", <https://www.facebook.com/help/>, (15.02.2017).

¹¹¹ İnternet: (February, 2015) Facebook, "Site Yardımı", <https://www.facebook.com/help/>, (15.02.2017).

Haber Kaynağı: Kullanıcının ana sayfasında yer alan arkadaşlarından, takip ettiği sayfa ve gruplardan aldığı, güncel haberlerin yayınlandığı haber listesidir. Haber kaynağı ayrıca paylaşılan durum güncellemeleri, fotoğraflar, videolar, bağlantılar, uygulama hareketlerini de içerir.¹¹³

2.5.2. Twitter

Twitter, 2006 yılında Jack Dorsey, Biz Stone ve Noah Glass isimli 3 kişi tarafından kurulan bir programdır. Sonrasında 2006 yılının temmuz ayında piyasaya sürülmüştür.¹¹⁴

Twitter şöyle tanımlanabilir: “Kullanıcılarına yazı yazma imkânı sunan, bir seferde maksimum 140 karakterden oluşan “tweets” adı verilen metinleri yayınlama imkânı tanıyan bir sosyal medya sitesidir. Bu mesaj doğrudan Twitter sitesi üzerinden gönderilebildiği gibi SMS yoluyla ya da anlık konuşma programları üzerinden de gönderilebilir. Bu konuşmalar, kullanıcının sayfasında ortaya çıkar ve kullanıcının arkadaşları tarafından özel sayfalarında okunabilir ya da şahsi kullanıcıların sayfaları üzerinden ziyaret edilebilir.¹¹⁵ Ayrıca elektronik posta yoluyla cevap verilebilir. Bu ise RRS sistemi veya SMS sistemi üzerinden olur, bu sistem uluslararası rakama ilave olarak Amerika Birleşik Devletleri, Kanada ve Hindistan gibi ülkelerde dört hizmet numarası kullanılarak gerçekleştirilir. Böylece kullanıcılar bir araya toplanır. Bileşik Krallık ’da ise ileti kullanıcının kendisine gönderilir.¹¹⁶

2010 yılının Eylül ayında yapılan son istatistiklere göre siteye kayıtlı kullanıcı sayısı 160 milyon kişi iken 2012 yılında Twitter sitesine kayıtlı kullanıcı sayısının 200 milyon sınırına ulaştığı açıklanmıştır. Fransız şirket SEMIOCAST ‘ın yayınlamış olduğu bir araştırmaya göre Twitter kullanıcılarının sayısının 2012 yılının haziran ayında 500 milyondan fazla kullanıcıya ulaştığı söylenmiştir. Ayrıca bir günde 340 milyonun üzerinde tweet atılmakta olduğu belirtilmiştir.¹¹⁷

¹¹² İnternet: (February, 2015) Facebook, “Site Yardımı”, <https://www.facebook.com/help/>, (15.02.2017).

¹¹³ İnternet: (February, 2015) Facebook, “Site Yardımı”, <https://www.facebook.com/help/>, (15.02.2017).

¹¹⁴ Wikipedia, “Microblogging”, <http://en.wikipedia.org/wiki/Microblogging>, Erişim tarihi: 11.02.17

¹¹⁵ Dombaç A.(2014). *Sosyal medya TV reyting ölçümlerinin analizi. Twitter örneği*. İstanbul, 57.

¹¹⁶ Vip4Soft, Görülen.

Tarih, <http://www.vip4soft.com/news/%D8%AA%D9%88%D9%8A%D8%AA%D8%B1>, 20.11.2011

¹¹⁷ Teknoloji Dünyası (2012). http://www.computer-wd.com/2012/04/blog-post_26.html, 25.9.2013

Şirket yaptığı araştırmada, Twitter sitesini en fazla kullanan ülkenin, 140 milyon kullanıcıyla Amerika olduğunu, arkasından sırayla Brezilya, Japonya ve İngiltere'nin geldiğini belirtmiştir.¹¹⁸ Ayrıca şirket, 2012 yılının haziran ayında yayımlanan tweetlerin sayısının bir milyardan fazla bir sayıya ulaştığını ifade etmiştir. Diğer taraftan şirket en fazla tweet atan şehirlerin listesini de sunmuştur. Bu listeye göre Riyad şehri (Suudi Arabistan Krallığı'nın Başkenti) onuncu sıradadır, listenin başında Endonezya'nın başkenti Jakarta, sonra Tokyo, sonra ise Londra gelmektedir.¹¹⁹

Son olarak araştırma Twitter'da Arap kullanıcı sayısının büyük bir oranda arttığını, Suudi Arabistan tarafından kullanımda, %93 oranında artış olduğunu ve toplam Arap kullanıcı sayısının 2,9 milyondan fazla kullanıcıya ulaştığını belirtmiştir.¹²⁰

28 Ocak 2011 tarihinde, Twitter sitesi üzerinden atılan tweetlerin ülkelere göre dolaşım hacmi hakkında bir araştırma yapılmıştır. Araştırmaya göre Amerika birinci sırada yer alırken, sırayla Mısır, İngiltere, Suudi Arabistan ve beşinci sırada ise Birleşik Arap Emirlikleri gelmektedir.

Twitter, son yıllarda yaygınlaşan bir sosyal medya sitesidir. Birçok ülkede özellikle de Ortadoğu'da – Mısır ve Tunus'taki- siyasi olaylarda büyük bir rol oynamıştır.¹²¹ Twitter, bu ülkelerdeki sokak olaylarının yaygınlaşmasında birinci derece faktör olarak kabul edilir. Bu ülkelerdeki siyasi rejimlerin değişiminde bu internet sitesinin büyük bir etkisi vardır. Son yıllarda bu tür sosyal medya sitelerinin özellikle üç tanesi ön plana çıkmaktadır. Bu siteler; Facebook, Twitter ve YouTube siteleridir. Twitter sitesinin adı "tweet" yani "ötmek" sözcüğünden türetilmiştir ve logosu ise serçe resmidir. Bu site, kullanıcılarına kısa ölçüde yazı yazma imkânı sunmaktadır.¹²²

2.5.3. Youtube

İnternet ağı üzerinde yer alan elektronik bir sitedir. Bu sitenin ortaya çıkış fikri, internet ağı üzerine video bölümleri içeren dosyaların eklenebilmesi düşüncesinden gelmektedir

¹¹⁸ Teknoloji Dünyası (2012). http://www.computer-wd.com/2012/04/blog-post_26.html, 25.9.2013

¹¹⁹ Teknoloji Dünyası (2012). http://www.computer-wd.com/2012/04/blog-post_26.html, 25.9.2013

¹²⁰ Teknoloji Dünyası, 2012, http://www.computer-wd.com/2012/04/blog-post_26.html, 25.9.2013

¹²¹ Geylani S. R.(2014). Arap Baharı, Toplumsal Hareketler ve Sosyal Medya: Tunus ve Mısır örneği. İstanbul: Yüksek Lisans Tezi, 30

¹²² Geylani, a.g.e., S 30

ve hiçbir maddi maliyet olmaksızın dünya çapında milyonlarca kullanıcıya hizmet vermektedir.¹²³

Bu sitenin ortaya çıkışına gelince; site bir arkadaş sohbetinde üç arkadaş tarafından kurulmuştur. Bu kişiler kendi aralarında bazı videolar çekmiştir ve çektikleri bu kayıtları arkadaşlarıyla paylaşmak için de uygun bir yöntem düşünmeye başlamışlardır.¹²⁴ Ancak elektronik postanın büyük hacimli dosyaları gönderememesiyle beraber, mevcutta olan çözümler ile istediklerini yapamayacakları kanısına vardıklarında, video filmlerinin bir siteye eklenmesi fikrini ortaya atıp, sitenin oluşmasını sağlamışlardır.¹²⁵

2011 yılında Facebook kullanıcıları da Arap ülkelerinde meydana gelen son ayaklanma olaylarında YouTube sitesinden faydalandılar; Ortadoğu’da – tüm Arap ülkelerinde – kalabalıkların gösterilerini içeren videoları Youtube üzerinden paylaştılar. Sonra bu videoların linklerini Facebook üzerinden sundular. YouTube, önemli sosyal iletişim ağlarından biri kabul edilmektedir.¹²⁶

Bu sitenin teşkil etmiş olduğu tehlikenin boyutu hakkında konuşmak gerekirse; birçok ülke YouTube hizmetine yasak koymuştur. 3 Aralık 2006 tarihinde İran’da, YouTube sitesi “ahlaksızlık” olarak nitelendikten sonra yasaklandı.¹²⁷ Fas’ta ise 25 Mayıs 2007 tarihinde Fas İletişim Şirketi Youtube sitesini yasakladı. Beş gün sonra Şirketin “Teknik bir hata” açıklamasından sonra yasak kaldırıldı. Türkiye’de ise 6 Mart 2007 tarihinde Mustafa Kemal Atatürk’e hakaret içeren videoların yayınlamasının akabinde YouTube sitesi yasaklanmıştır.¹²⁸

YouTube sitesi üzerinde yayınlanan içeriklere yönelik bir kontrol mekanizması yoktur. Dahası tüm içerikler, halkların ve toplumların değerleriyle ve adetleriyle uyuşmamaktadır. Site, kötü içerikli videolar ve yasaklanmış siyasi materyallerin yayınlandığı videoları da içermektedir.¹²⁹ Büyük ülkelerin siyasilerinin, hükümetlerinin ve başkanlarının videoları gibi. Bu tür videolara en meşhur örnek, Muntazar Zeydi adlı Irak’lı gazetecinin Amerikan

¹²³ Aksu S. (2013). Lüks Markaların Sosyal Medya Kullanımı: Facebook Üzerine Bir İnceleme. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Yüksek Lisans Tezi, 64.

¹²⁴ YouTube’nin Tarihi,2009, <http://ejabat.google.com/ejabat/thread?tid=0849c4a3ef9d3742>, 15.10.2013

¹²⁵ YouTube’nin Tarihi,2009, <http://ejabat.google.com/ejabat/thread?tid=0849c4a3ef9d3742>, 15.10.2013

¹²⁶ Geylani, a.g.e., S 30.

¹²⁷ Al-Biltahi (2013). 8343.htm-<http://nai77.blogspot.com/2013/04/bloghtm>, 15.10.2013

¹²⁸ Al-Biltahi (2013). 8343.htm-<http://nai77.blogspot.com/2013/04/bloghtm>, 15.10.2013

¹²⁹ Hüseyin Ş.(2011). *Yeni Medya Alternatif Medyası (Etkileşim sonrası dönemde yeni teknolojiler)*. Kahire, Dar fikre ve FEN Matbaa, Yayıncılık ve Dağıtım, 216.

Birleşik Devletleri Başkanı George Bush'a ayakkabı attığını gösteren videodur. Irak bu olayı kınamıştır.¹³⁰

2.6. Sosyal Medyanın Özellikleri

Sosyal medya, internet teknolojisi ve yeni medyayla beslenmekte ve bireyselliği ön plana çıkarmaktadır. Geri beslemenin hızlı bir şekilde yaşandığı ve alıcı ile verici arasındaki ayırımı ortadan kaldıran sosyal medyanın özellikleri aşağıdaki gibi sıralanabilir: ¹³¹

Etkileşim: Sosyal medyanın kullanıcılarına sunduğu en temel özelliklerin başında etkileşim gelmektedir.¹³² Sosyal medyada etki ve tepki aynı anda karşılıklı olarak gerçekleşmektedir. Dolayısıyla sosyal medya tek yönlü değil, çift yönlü bir işleyiş özelliğine sahiptir.¹³³ Etkileşim aracılığıyla alıcı ile kaynak arasındaki ayırım giderek ortadan kalkmaktadır.¹³⁴ Geleneksel medyada ise kaynak ya da gönderici tarafından kitlelere gönderilen iletiye verilen tepki konusunda genelde geri dönüş olmamaktadır ya da çeşitli etki ölçüm teknikleriyle tepki hakkında bir fikir edinilmeye çalışılmaktadır.¹³⁵

Eşzamanlılık (Asenkronizasyon): Sosyal medyada zaman sorunu yoktur. Kullanıcılar paylaşılan bir içeriğe veya yapılan bir yoruma istedikleri zaman karşılık verebilmektedirler. Geleneksel medya olarak tanımlanan iletişim araçlarındaysa bu özellik olsa bile anlık değildir.

Kitleselleştirme: Sosyal paylaşım ağları içerisinde yer alan kullanıcılar gerek birbirlerine birebir mesaj gönderebilmekte gerekse de kitle halinde iletişim kurabilmektedirler. Bu nedenle sosyal medya aynı zamanda kitleselleştiricidir.¹³⁶

Kendini Tanıtma: Bu özellik sosyal medya ağlarına giriş için ilk adımdır. Öncelikle kişisel bilgilerin bulunduğu sayfa oluşturulur, kullanıcının koymuş olduğu ve geliştirmiş

¹³⁰ Hüseyin, a.g.e., s 216.

¹³¹ <http://www.sosyalmedyacci.com/2012/01/sosyal-imleme-nedirsosyal-imleme-ve-sosyal-medya.html> , (Erişim Tarihi: 19.03.2014).

¹³² Kırık A.K.(2012). Arap Baharı Bağlamı'nda Sosyal Medya-Birey Etkileşimi ve Toplumsal Dönüşüm, **21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum Dergisi** 3. Sayı ,93.

¹³³ Güngör N.(2013). *İletişim Kuramları ve Yaklaşımları. 2.b.* Ankara: Siyasal Kitabevi, 369.

¹³⁴ Kırık, a.g.e., s.93.

¹³⁵ Güngör, a.g.e., s369.

¹³⁶ Kırık, a.g.e., s.93.

olduğu bu sayfa sayesinde kişi; yazı, resim, ses, yorum, video, müzik ve benzeri gereçlerle kendini tanıtır.¹³⁷

Sanal Toplum Oluşturmak: Sosyal medya siteleri fertlere aralarında ortak ilgi alanlarına göre paylaşım ve içerik aktarabilecekleri arkadaşlıklar kurma imkanı tanır.¹³⁸

Bu sistem internet uygulamalarının başlangıcından bu yana var olan sanal toplumun somutlaşmasına yardımcı olur ve katkı sağlar. Sosyal medya siteleri iletişimi destekler, bu siteleri kullanan kişiler sevdikleri kitaplar hakkında birbirleri ile iletişime geçip kitapları okumak ve diğer hizmetlerden yararlanmak için oluşturulan gruplara üye olunmasının yanı sıra, resim gibi sembollerle durumlarını arkadaşlarına haber verebilirler.¹³⁹

Etkileşim: Sosyal medya ağları, ortaya çıktıklarından bu yana insanlar arasındaki etkileşimi sağlamış ve siyaset, müzik gibi ortak alana ilgi duyan ortak çıkarlar üzerinden kişileri bir araya getirmeyi hedeflemiştir.¹⁴⁰ Eski medyanın aksine bir buluşma platformu olarak görülebilir.

Parçalama: Bu kavramla mesajların küçük homojen topluluklara ve kişilere uygunluğunu ölçebilme özelliği kastedilmektedir. Aksi takdirde mesajlar geniş ve kalabalık gruplara göre hazırlanmış standart mesajlar olmaktan öteye geçemez.

Hareket ve esneklik: Bilgilerin, kişisel bilgisayara, cep telefonuna ve taşınabilir kameraya aktarılması mümkündür

Aktarabilme özelliği: Bu sistem, işitsel işaretleri yazılı veya resimli farklı yöntemlere dönüştürme imkanı sunmaktadır.

Ulaştırabilir özelliği: Üretici firmaya bakılmaksızın farklı sistemlere sahip cihazların ortadan kaldırılması demektir.¹⁴¹

¹³⁷ Kırık, a.g.e., s.93.

¹³⁸ Kırık, a.g.e., s.93.

¹³⁹ Güngör, a.g.e., s.369.

¹⁴⁰ Alhudaif A.(2010). *Facebook sosyal web sitesinin medya rolü üzerine bir belgesel çalışması*. Siteye giriş tarihi 14.8.2013 ve <http://alhudaif.blogspot.com> üzerinde mevcuttur.

¹⁴¹ Güngör, a.g.e., s.369.

Medya, boşlukta herhangi bir faaliyette bulunmaz, aksine gerek yerel veya ulusal gerekse de bölgesel veya küresel alanda; ekonomik, siyasal ve kültürel faaliyetlerini sürdürür. “Alternatif Medya” olarak sosyal medya sitelerinin önemini kavrayabilmemiz için bu alternatif medyayı, kimliği ve faaliyetleri adına teorik ve düşünsel bir dayanak sağlayan, siyasal ve demokratik teorilerle ortaya koymamız gerekir. Bu durum bazı yaklaşımların farklı boyutlarda yeniden gözden geçirilmesini gerektirirken aynı zamanda iletişim teknolojisindeki gelişimlerle ilgili yönlerin incelenmesini de gerektirir. Ayrıca sosyolojik, siyasal ve diğer alanlara ait çalışmalar ve araştırmalarda ele alınmalıdır. Böylece sosyal medyanın özelliklerini anlamak için bir başlangıç yapılmış olur.¹⁴²

Mevcut katılımcı demokrasi modelleri, gerçek vatandaşların demokrasiye aktif katılımının önemini vurgular ve bu nedenle vatandaşların iktidardan, seçkinlerden ve demokratik kurumlardan temsil yoluyla radikal olarak ayrılmasını eleştirmektedir. Ulusal düzeyde temsili kurumların varlığı demokrasi için yeterli değildir. Bu derecede demokrasi faaliyetlerine, insanlar tarafından maksimum katılımın sağlanması amacıyla gerekli psikolojik tutum ve nitelikleri geliştirmek için, diğer alanlarda toplumsal yetiştirme faaliyetleri ya da sosyal eğitim uygulanmalıdır.¹⁴³

Sosyal medya ve uygulamaları kavramı hakkında medyanın endoskopi yönleri ortaya atılmaktadır. Kamuoyuna, kurumlardan iletişim araçlarına ve uygulamalarına kadar iletişimde ki aşama yansıtıyor mu? Bazıları yeni medya şekillerinin ortaya çıkmasını fark ederken, sosyal medyaya yönelik eleştiriler, yeni medyanın radikal teorik modeline erişimi hakkında yapılan değerlendirmeler, ana akım medyaya yöneltile türden eleştiriler değildir. Sosyal medya çıktı ve deneyimleriyle geleneksel resmi medyaya alternatif olarak ortaya çıkmıştır. Bazı eleştirmenler bu medyanın, ana akım medya imparatorluğu karşısında alternatifler sunma yeteneğine bağlı olarak yargılama mekanizmasını çalıştıracak şekilde işlev gerçekleştirdiğini söylemektedir.¹⁴⁴

Alternatif medyanın egemen kitlesel kültüre karşı bir hareket olduğu yönündeki kısıtlaması teorik bir konudur. Yeni medya, yaygın olanlarla çatışan, alternatif bir iletişim kültürü için üretilmektedir. Üstelik kuramsal yaklaşımların kesişme noktası arasında yer

¹⁴² İmad A.(2015). *Moderniteden Küreselleşmeye Kültür Sosyolojisi, Kavramlar ve Sorunlar*. Beyrut: Arap Birliği Çalışmaları Merkezi, s.34-38.

¹⁴³ İmad, a.g.e., s.34-38.

¹⁴⁴ Yazarlar Grubu (2007) Kültürel Kalkınma (İlk Arap Raporu), Beyrut: Arap Düşünce Vakfı, s.44.

alması, toplumsal bağlamın dışındaki marjinalleşmiş doğasından ve var olan bilgi sistemine bir alternatif olmasındaki benzersizliğinden gelir. Bu nedenle bazı yaklaşımlar sivil toplumun bir parçası olarak toplum hizmeti, sosyal paylaşım siteleri, vatandaş iletişim ve diğer tanımlamalar üzerine odaklanmıştır. Ortak uygulama ve uygulama kiti ile ilgili uygulama grupları; ilgili kişiler arasında karşılıklı etkileşimin olduğu ortak bir girişim ve paylaşım kaynaklarından ibaret bir havuzdur.¹⁴⁵

Wenger ve arkadaşları, "Toplulukları / grupları, bir hedefi ve birtakım sorunları paylaşan ve bu alandaki bilgi ve tecrübelerini sürekli etkileşime girerek derinleştiren bir grup insan" olarak nitelendirmektedirler. İletişim teknolojilerinin günlük yaşam üzerindeki etkisinin analizi, toplulukların yalnızca belirli coğrafi bölgelerde değil, sanal topluluklar olarak adlandırılan siber alanda oluştuğunu ortaya koymuştur.¹⁴⁶

2.7. Sosyal Medya'nın Toplumsal Hareketlerde Rolü

Günümüzde toplumlar iletişimde kendisine sunulan teknolojik yeniliklerle ilerlemektedir. Geleneksel iletişim biçimleri değişerek yerini internet üzerinden sosyal ağlara bırakmıştır.

Sosyal ağlar ilk olarak bireylerin kendisini sosyal medya aracılığıyla ifade etmesine iletişim kurmasına olanak sağlar, kişilerin birbirleriyle kurdukları iletişim büyüdükçe sosyal medya toplulukları da büyür. Milyonlarca kullanıcısı olan Facebook, Twitter, Youtube, Blogger, Instagram gibi ağlar toplulukların algısını oluşturma, ilgi ve tepkisini yönlendirebilme gücüne sahiptir. Yani son on senede bilgisayar ve bilhassa dokunmatik telefonların yaygınlık kazandığı sosyal medya, artık arkadaş bulma, ilgi alanlarına yönelme vb. amaçlarını aşmış siyasi ve stratejik hedeflerin yönlerinin belirlenmeye başlandığı, muhalif kitlelerin güçlendiği, küreselleşmenin güçlü bir enstrümanı haline gelmiştir.¹⁴⁷

Sosyal medya yalnızca gelişmiş batı ülkelerinde değil, demokrasinin en az olduğu coğrafyalarda da geniş bir kullanıcı kitlesine sahip olmaya başlamıştır. Bunun en büyük

¹⁴⁵ Radhi Z. "Arap dünyasında Sosyal Ağ Sitelerinin Kullanımı", Milli Eğitim Dergisi, Amman: Özel Amman Üniversitesi, 15.

¹⁴⁶ Dr. Sadık A.M. (2011). *Yeni Medya: Teorik Bilgiler ve Genel Özellikler Hakkında Bir Çalışma*, Arap Portalı: Medya Bilimi ve İletişim.

¹⁴⁷ Topak S.T.(2014). Sivil Toplum Kuruluşları ve Sosyal Medya Bağlamında "Renkli Devrimler" ve "Arap Baharı" Süreçlerinin Karşılaştırmalı Analizi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İBBF Dergisi*, 9(3), 233-254.

sebebi sosyal medyanın demokrasi adına kitleleri harekete geçirmede ne kadar elverişli olduğunun anlaşılmasıdır. En yakın ve somut örnek olarak Arap baharı sürecini gösterebiliriz. Sovyetlerin yıkılışından sonra bağımsız ülkeler üzerinde yapılan Renkli Devrimler STK'ların yoğun çabalarla başarıya ulaştırılabildiği bilinse de artık değişen şartlarda STK rolünü sosyal medyaya bırakmıştır.¹⁴⁸

Arap baharında bir kıvılcımla başlayan protestolar, sosyal medya paylaşımları sayesinde binlerce insanın tepkisini çekmiştir. Halk, sosyal medya aracılığıyla iletişim kurup örgütlenmiş hatta ülkede demokrasi adına devrim yapıp yöneticilerini değiştirecek boyutta sarsıcı bir güç haline gelmiştir. Tunus'tan sonra Mısır'da alevlenen protestolarda, 25 Ocak 2011'de Facebook, Twitter vb. sosyal medya araçları üzerinden örgütlenen gençler Kahire'de sokaklara dökülmüştür.¹⁴⁹ Tahrir meydanına toplanan binlerce insan 30 yıldır iktidarda olan Başkan Mübarek'i istifa etmek zorunda bırakmıştır. Kuzey Afrika hattı üzerinde birçok Arap ülkesinde etkili olan Arap baharında, sosyal medya kullanımı artmış ve halk internet üzerinden organize olarak ayaklanma sırasında maruz kaldıkları şiddetin, mağduriyetin görüntülerini medyada duyurarak hem yardım istemiş hem de uluslararası kamuoyuna sesini duyurabilmiştir.¹⁵⁰

Bu yakın süreçten sonra bugüne ve ülkemize dönersek; son birkaç yılda kullanıcısı her gün artan WhatsApp üzerinden, normal kullanımı dışında gazete, internet sitesi, bilhassa TV üzerinden oluşturulan "WhatsApp İhbar Hattı " ile vatandaşın herhangi bir nedenle ihbar etmek istediği durum, olay ve şikayetleri toplumla paylaşabilmektedir. Bu son derece önemli bir yeniliktir.¹⁵¹ Özellikle televizyonda hızlı bir ilerleme kaydeden bu hatlar, ana haberlerde çıkan mağduriyet, şikâyet, ağırlıkta olmak üzere toplumun birçok sorununu yine topluma ulaştırmada önemli bir araçtır.¹⁵² WhatsApp kullanıcıları paylaşmak istediği durum, olay, gelişme ve haberi medya kuruluşlarının verdikleri numaralar üzerinden fotoğraf, video ve yazılı belge ile mesaj olarak gönderir bu duruma "Vatandaş Gazeteciliği"¹⁵³ denilmeye de başlanmıştır. Son derece yeni sayılan bu hatların medya kullanıcıları ve takipçileri üzerinde nasıl bir psikolojik etki yaratacağı merak konusudur.

¹⁴⁸ Topak, a.g.e.,s. 233-254

¹⁴⁹ Mahalli H.(2 Haziran 2013)."Önce Arap Baharı'na Bakalım" Yeni Düzen Gazetesi, 11-12.

¹⁵⁰ Mahalli, a.g.e.,. 02 Haziran 2013 Pazar 11-12.

¹⁵¹ Mahalli, a.g.e.,. 02 Haziran 2013 Pazar 11-12.

¹⁵² Topak, a.g.e., s. 233-254

¹⁵³ Mahalli, a.g.e., 02 Haziran 2013 Pazar 11-12

Genel bir değerlendirme yapacak olursak tüm bunlar gösteriyor ki sosyal medya ve teknolojik ilerlemeler, bireyden başlayarak topluma büyük bir şekilde etki etmekle birlikte toplumun değişmesinde algısının şekillenmesinde ve özellikle yaşanan siyasi ve toplumsal süreçlerde yönlendirici ve hızlandırıcı bir etkiye sahiptir. Bu etki artık haber paylaşımında da medya kuruluşlarının işlerini kolaylaştırmıştır. Halkın sosyal medyayla olan bağı günden güne artmaktadır.¹⁵⁴

2.8. Sosyal Medya Ağlarının Avantajları ve Dezavantajları

Sosyal medya siteleri çok faydalıdır; bu siteleri kullananların birbirleri arasındaki iletişimin devamlılığını sağlamaktadır. Bu devamlılık ile toplum arasındaki ilişkiler güçlenmiş ve bağlar artmıştır.¹⁵⁵ Ayrıca insanlar farklı kültürleri ve halkları tanıma fırsatı bulur. Bunun yanı sıra bu siteler kişilere farklı ülkelerden kişilerle arkadaşlık kurma imkanı sağlar. Kişilerin birbirlerine yakınlaşmasını hedefleyen kültürel ve sosyal etkinliklerin yapılmasını kolaylaştırır. Yine önemli bir özelliği de baskıcı ve zalim sistemlerin, rejimlerin ortadan kaldırılmasını hedefleyen halk ayaklanmalarına ve devrimlere hazırlık yapmak için birer özgür alan teşkil etmesidir. Gençler bu platformlarda toplanarak sokaklara ve meydanlara inme çağrısında bulunmuşlar, protestolar ve gösteriler düzenlemişlerdir.¹⁵⁶

Kahire Üniversitesi, İletişim Fakülte Dekanı Hasan İmad Mekavi ise şöyle diyor: “Bu siteler, vatandaşlara düşüncelerini ifade etmeleri için olanak sağlamış ve onlara kendi ülkelerinin ve toplumlarının meselelerini yakından takip etme fırsatı sunmuştur. Daha önce böyle bir araç görülmemiştir. Bu alan geleneksel basın platformlarının çok üzerindedir. Televizyon asrını sona erdiren bir gelişmedir.”¹⁵⁷

Hasan İmad Mekavi şöyle diyor; sosyal medya ağları, etkin olabilmek için insanın önünde büyük ufuklar açmıştır.¹⁵⁸

¹⁵⁴ Mahalli, a.g.e., 02 Haziran 2013 Pazar 11-12

¹⁵⁵ Web 2.0. İçin Kendinizi Hazırlayın(2009). http://www.chip.com.tr/makale/web-2.0-ve-sosyal-medya.-sosyal-medyanin-avantajlari_16428_2.html (Erişim Tarihi: 08.03.2014) .

¹⁵⁶ Web 2.0. İçin Kendinizi Hazırlayın(2009). http://www.chip.com.tr/makale/web-2.0-ve-sosyal-medya.-sosyal-medyanin-avantajlari_16428_2.html (Erişim Tarihi: 08.03.2014).

¹⁵⁷ Makavi H. İ. ve El Said L. H. (2006). *İletişim ve çağdaş teorisi, Mısırlı Lübnanlı evi*, Kahire, 6.

¹⁵⁸ Makavi, a.g.e., s. 6.

Şu söyleyebilir ki; bizler internet aşamasında, 20014 yılından itibaren başlayan internetin ikinci jenerasyonundayız. Kişiler internetle sadece duygusal bir bağ kuran değil, aynı zamanda internetten istifade eden bir kesim haline gelmiştir. Böylece dünyanın dört bir tarafından birçok insanla iletişim kurmaya başlamıştır.¹⁵⁹

Amerikalı araştırmacı Larry Rossen şu konuya değinmektedir; Sosyal medya sitesi olan Facebook'u kullanan yetişkinler, çoğu zaman nörolojik sıkıntılarla baş başa kalmaktadırlar. Bu sitelerde güçlü bir huzura sahip olanlar ise toplum düşmanlığı davranışları, takıntı, suçluluk duygusu gibi başka psikolojik sorunlarla uğraşmaktadırlar.¹⁶⁰

Bir başka uzman ise şu konuya değinmektedir; sosyal medya ağlarının haddinden fazla kullanılması, tüm çocukların, yetişkinlerin ve yetişkinlikten önceki dönemde olan kişilerin sağlığına olumsuz etkisi bulunmaktadır. Onların daha fazla gergin ve endişeli olmalarına, sıkıntı ve depresyona girmelerine sebep olmaktadır. Ayrıca gelecekte daha fazla sorunlarla karşılaşmalarına yol açar. Çünkü bizler sosyal medya ağlarının önemine rağmen, çok büyük bir teknolojik gelişimle karşı karşıyayız.¹⁶¹

Vakit Kaybı: Bu tür sitelerin en büyük zararı vakit kaybıdır. Çünkü gençler bu sitelerde sayfalar arasında dolaşarak sörf yaparlar ve vakitlerinin çoğunu buralarda geçirirler. Faydasız ve gereksiz konular konuşarak zamanlarını öldürürler. Bu ise bu tarz sitelerin olumsuz yanlarından biridir. Zaman kaybı, toplumun tamamına ve gelişimine olumsuz etki olarak geri döner; sadece şahsa değil topluma da zararlıdır. Bu siteler, kişinin toplumdan soyutlanmasına ve ailesinden uzaklaşmasına sebep olarak aile bağlarına zarar verir. Toplumdan soyutlanıp, ailesinden uzaklaşan kişi, sorunlarıyla baş başa kalır. Bunun yanı sıra toplumsal etkinliklere katılmaktan kişiyi alıkoyar.¹⁶²

Başkalarına Kötülük Yapma ve Yalan Yayma: Bu tür sitelerin bir başka olumsuz tarafı da doğruluğu ispatlanmamış birçok bilgi içermesidir. Doğruluğu ispatlanmış bilgilerin bu sitelerle yayılabilmesi gibi yalan, yanlış ve söylentilerden ibaret olan ve zihinleri

¹⁵⁹ Makavi, a.g.e., s. 6.

¹⁶⁰ Rossen L.(2010) *Understanding the Generation and the Way They Learn*. Rewired, 13.

¹⁶¹ Rossen, a.g.e., s.14.

¹⁶² Rossen, a.g.e., s.14.

karıştırmayı amaçlayan bilgiler de yine bu sitelerde dolaşmaktadır. Bunlara bazı örnekler şunlardır;

- Porno Siteleri
- Dini ve kültürel toplum deęerlerine hakaret
- İnternet Bağımlılığı
- Akademik düzey düřüklüęü
- Siyasete müdahale ve kışkırtma
- Para kaybı, yeteneklerin köreltilmesi, yanlış etkinlik ve hobi seçimi
- Sahte siteleri¹⁶³



¹⁶³ Sosyal Ağların Dezavantajları, http://www.teach-ict.com/gcse_new/being_online/social%20networking/miniweb/pg4.htm , (Erişim Tarihi: 08.03.2014).

3. SİYASAL BİLİNÇ VE SİYASAL BİLİNCİN OLUŞTURULMASINDA SOSYAL MEDYANIN ROLÜ

Sosyal medya siteleri, “Web1” ve “Web2” olmak üzere iki aşamada gelişmiştir. İletişim sitelerinin ortaya çıktığı aşamada, dünyanın farklı yerlerindeki kişiler arasında iletişim meydana gelmiştir. Bu iletişim sitelerinin, en önemlilerinin, “Facebook”, “Twitter”, “Youtube” ve benzerleri olduğunu ifade edilmişti. Bu sitelerin yeni iletişim alanındaki önemi kadar, faydalarını ve zararlarını incelemek de önemlidir.¹⁶⁴

Siyasal bilinç kavramı, genel olarak gençlere hitab eder. Çünkü gençler, toplumda siyasi ve demokratik davranış etkileşiminde en aktif kesimdir. Gençler, her türlü krizin akıl ve diyalog yoluyla aşılmasında, gösteriler, şiddet, her türlü olumsuz ve olumlu toplumsal olaylar karşısında toplumu etkileyecek büyük bir potansiyeldir.¹⁶⁵ Cinsiyet ayrımı olmaksızın gençlerin siyasete katılımları, siyasette ve idari sahada demokratik deneyimin güçlenmesine neden olur. Ayrıca gençlerin devletin yönetici kadrolarında yer almaları da bu bakımdan önemlidir. Toplumun demokratik sınırlarının belirlenmesinde siyaseti düzenleyen bu kesime olan inanç oldukça fazladır. Sosyal medya siteleri, siyasi bilincin öneminin idrak edilmesi ve ülke güvenliğinin korunması açısından önemlidir.¹⁶⁶

Toplumsal üretim esnasında, insanın siyasi bilincinin gelişmesi oldukça önemlidir. Bu nedenle siyasi bilinç, sosyal gelişimin bir meyvesi sayılır. Özellikle de üretim süreçleri ve insanın doğayla olan iletişimi sırasında bu bilincin gelişmesi önem arz eder. İnsan, eşyanın tabiatını ve bu tabiatın özelliklerini keşfeder ve kavrar. Bu özellikleri tasnif eder ve birbirinden ayırır. Olgular arasındaki ussal bağlantıyı kurar. Bu olgular ile içinde yaşadığı atmosfer arasındaki ilişkiyi idrak eder.¹⁶⁷

Kelime anlamı olarak bilinç, insanın kendisini, çevresini ve olup biteni tanıyabilmesi, algılayabilmesi, fark edebilmesi anlamına gelir. Şuur ile eş anlamlıdır.¹⁶⁸ Siyasi bilinç ise en basit tanımıyla, içinde yaşadığımız toplumun, ülkenin siyasi şartlarını görebilme, iç ve dış dinamiklerini analiz edebilme, siyasi olana dair algı ve bilgilerin zihinde berrak bir

¹⁶⁴ Massey D. (2016). *Radikal demokrasiyi mekân üzerinden düşünmek*. Cogito: Mekân ve Siyaset, 84, 36-45.

¹⁶⁵ Massey, a.g.e., s. 84, 36-48.

¹⁶⁶ Massey, a.g.e., s. 84, 36-47.

¹⁶⁷ El Majed A. M.(1995). *Felsefe ve sosyolojide ekoller ve kavramlar*, Beyrut, s.129.

¹⁶⁸ El Majed, a.g.e., s.132.

şekilde yer etmesi anlamına gelir. Bireyin, toplum ile doğrudan veya dolaylı olarak, etkileşimi sonucunda siyasal işleyişe karşı geliştirdiği görüşler, davranışlar ve değerler toplamı siyasal bilinç örneğidir. Ancak siyasal bilinç kavramına farklı kuramlar tarafından getirilmiş çeşitli yaklaşımlar mevcuttur. Bu yaklaşımlar aşağıda incelenecektir.¹⁶⁹

İnsandaki siyasal bilincin ortaya çıkışı genel olarak dilin ortaya çıkışıyla bağlantılıdır. Dil, bilincin oluşmasında ve gelişmesinde çok büyük bir etkiye sahiptir. Çok eski zamanlardan bu yana devam eden iletişim, insanlar arasında diyalogun başlamasına dayanır.¹⁷⁰

Çeşitli kültürler, milletlerin siyasi bilinçlerinin ortaya çıkışı üzerinde fark edilebilir derecede etkilere sahiptir. Örneğin; kişinin siyasal ve toplumsal haklarını bilmesinde Romalıların çok büyük katkıları olmuştur. İmparatorluklarında meydana gelen siyasi olayların analizinde Roma kültürünün rolleri vardır. Ancak Roma İmparatorluğunda, Roma İmparatorunun sınırsız yasal hakkının ve hükmetme yetkisinin olduğu anlayışı hakimdi.¹⁷¹ Bu durum imparatorun kendisiyle ilgili siyasi liderlik konusunda bilincine yansımakta ve böylece o dönemde siyasi açılımın olmadığını gösteren tarihi gerçeklikler ortaya koymaktadır. Net bir şekilde muasır toplumlarla da bu durum görülmemektedir. Yunanlıların siyasi alanda ki üstünlükleri, düşünsel kurallar alanında birçok siyasi kavramın yayılmasına katkı sağlamalarından dolayıdır.¹⁷² Bu tür kavramlar ve idealar, özellikle Avrupa’da demokrasinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır.

Siyasi bilinç konusunu açıklanırken; Avrupa tarihinden başlayarak Avrupa toplumlarının siyasal bilincinin gelişmesine yardımcı olan şartlar ve olaylar ele alınacaktır. Avrupa’da siyasal bilincin oluşması konusunda ki en iyi analizler, Avrupa aydınlanma çağının başlamasıyla – Rönesans’ın başlamasıyla – ortaya çıkmıştır. Bu döneme yeniden diriliş çağı da denir.¹⁷³ Bu çağın, o dönemde kilisenin zorbalığı etkisinden doğan tepkiler zinciri ile başladığı görülmektedir. Avrupalılar, kilise tarafından ellerinden alınıp kaybettikleri haklarının peşinden gitmişlerdir. Sonrasında felsefe, edebiyat ve her türlü bilgi ve klasik sanatları ortaya çıkaran, eleştirel bir ruhun ortaya oluştuğu görülmektedir. Toplumsal ve

¹⁶⁹ Simmel G.(2015). *Bireysellik ve Kültür* (Çev: Birkan T.). İstanbul: Metis Yayınları, s. 320.

¹⁷⁰ Mustafa A.B.(1982). *Arabulucu Modern Siyasal Düşünce*. Bağdat, 41.

¹⁷¹ Mustafa, a.g.e., .s.43.

¹⁷² İbrahim M.(1994). *Modern ve Muasır Siyasal Düşünce İşaretleri*, Beyrut, 13.

¹⁷³ İbrahim, a.g.e., .s.14.

sanatsal alanda gelişmeler ile araştırma yapmak ve kişinin kendisine güvenmesi gibi hususlar ön plana çıkmıştır.¹⁷⁴

Aydınlanma çağının amacı, toplumsal değişiklikler olması ve teknolojik ilerlemenin meydana gelmesini sağlamaktır. Aydınlar tarafından öncelikle dönemin başlıca sorunlarına çözüm bulmaya odaklanılmıştır; en önemli sorun ise baskı ve zulümdür. Avrupalı fert, o dönemde mevcut durumunun iyileşmesi gerektiğini biliyordu. İçinde yaşadığı zaman ile kilise arasında kalmıştı; yani imparatorluk ile papa arasında. Mevcut çatışma, merkezleri ele geçirme ile ilgiliydi. Kilise, dini merkezi kontrol ediyor ve bunu kullanarak her türlü zulmü ve baskıyı yayıyordu.¹⁷⁵ O dönemde yetişmiş aydınlar, kilise ve sivil iktidar arasındaki çatışmadan zarar gören halkın siyasi fikirlerinden büyük ölçüde etkilenmişlerdi. Bu aydınlardan biri “Prens” isimli kitabın yazarı Machiavelli’dir. Bu düşünür’e göre İtalya’daki gerilemenin ve istikrarsızlığın nedeni, mutlak dini otoritenin varlığıydı.¹⁷⁶ Machiavelli yazılarında, Hristiyanlık dinine saldırıyordu. Çünkü bu dinin öğretileri, siyasi istekler ve amaçlarla uyumuyordu. Hristiyan gruplar, insanları boyun eğmeye, zillet içinde yaşamaya ve gericiliğe çağırıyordu.¹⁷⁷ Ancak bu inanç, Hristiyanlık dinini kontrol etmede kullanılan bir tür tırmanış ve mutlak hâkimiyet inancıydı. Çünkü yanlış uygulamalar, gerçekte uyummayan davranışlar ve din adamlarının dini kullanarak şahsi menfaatleri için halkı sömürmeleri birçok insanın tepkisine yol açtı.¹⁷⁸ Aydınların düşünceleri – özellikle de aydınlanma dönemi aydınlarının fikirleri – siyasi bilincin yükselmesine, insanların siyasete olan ilgilerinin artmasına, Avrupa’nın kültürel bir gerçeği olması sebebiyle felsefeyi benimsemelerine neden oldu. Aydınlanma hareketiyle ortaya mevcut rejimi kökünden sarsacak fikirler ortaya çıktı. Bu düşünceler hem dini hem de siyaseti eleştirmek için bir eleştiri ögesi olarak kullanıldı.¹⁷⁹

Stol Hurghruch bu konuda şöyle diyor: İslam, insanlık hayatına siyasi bir din olarak girmiştir. Küresel oluşunun nedenleri arasında, ilke olarak birbirine zıt iki etken arasındaki iş birliği vardır.¹⁸⁰

¹⁷⁴ İbrahim, a.g.e., s.13.

¹⁷⁵ İbrahim, a.g.e., s.24.

¹⁷⁶ Cuayd H.(2000). İslami Kültür Krizi. Beyrut, s.135.

¹⁷⁷ Cuayd, a.g.e., s.137.

¹⁷⁸ Cuayd, a.g.e., s.136.

¹⁷⁹ Cuayd, a.g.e., s.135.

¹⁸⁰ Heykel M.H. (1985). Öfke Sonbaharı, Beyrut, s.145.

Geçen yüzyılın ellili yıllarında, özgürlük ve birlik, sloganlarıyla dirilen ulusalcılık hareketleri, bölgesel meseleler hakkındaki siyasi bilincin gelişmesine sebep olmuştur. Çünkü bilinç, toplumlar tarafından etkin olarak kullanılan bir etken değildi. Aksine bilinç, iktidar olan sulta ve partilerin etkisi ve güdümündeydi.¹⁸¹

3.1. Siyasi Bilincin Önemi

Siyasi bilincin önemi konusundaki başlıca hususlar şöyle özetlenebilir;

Kalkınma Meselesi: Ortadoğu halklarının içinde bulundukları durumun, siyasi çıkarların birbiriyle çatıştığı bir ortam olduğu bilinmektedir. Bu coğrafyada eski ile yeni birbiriyle çatışmakta ve çarpışmaktadır. Modern ile gelenek iç içe girmiş bir vaziyettedir. Burada şunu belirtmek gerekir; kimlik ve medeniyetin belirlenmesi hususunda, mevcut modern yaşam ve geleneksel yaşam arasında kimlik ve medeniyet açısından bir çelişki söz konusudur.¹⁸²

Akademik Siyasi Bilinç: Olayların nesnel olarak ve duygusallıktan uzak bir şekilde, bilimsel yani akademik olarak analiz edilmesidir. Bu değerlendirme ve analiz yapılırken çevrenin etkilerine kapılmamak ve geri kalmışlığa neden olan faktörleri araştırırken abartıya kaçmamak gerekir. Ayrıca analizde, olumlu yönlerde de abartıdan kaçınılmalıdır.¹⁸³ Siyasi bilinç, insanın yaşadığı ortamda cereyan eden olayları incelemesine ve tahlil etmesine yardımcı olur. İnsan, içinde yaşadığı toplumdaki siyasi olayları bu siyasi bilinç sayesinde, bu alanda araştırmalar yapacak olanlara yardımcı olacak şekilde, bilimsel ve akademik olarak inceleme fırsatı bulur. Sosyolojik gerçeklikle ilgili bilinç, topluma yönelik olumsuz planların etkisini azaltır.¹⁸⁴

Siyasi bilinç, yaşanan en önemli sorunlardan ve en tehlikeli krizlerden biri olarak görülen siyasi zulmün ve baskının ortadan kalkmasına yardımcı olur. Siyasi zulüm ve baskı, sosyoloji, kültür ve ekonomi gibi diğer alanlarda geri kalmışlığın temel nedeni sayılmaktadır.¹⁸⁵

¹⁸¹ Heykel, a.g.e., s.145.

¹⁸² Al Ansari M.J. (1980). *Arap Doğu'sunda Düşünce ve Siyasetin Dönüşümleri (1930-1970)*, 65.

¹⁸³ Heykel, a.g.e., s.147.

¹⁸⁴ Al Ansari, a.g.e., s. 66.

¹⁸⁵ Al Ansari, a.g.e., s.65.

Bu zulümden kurtulmanın en iyi yolu, halkın bilinçlendirilmesi; neyin lehine, neyin ise aleyhine olduğunu öğrenmesidir. Bir diğer deyişle insanların haklarını ve görevlerini bilmesi demektir. Ancak burada kastedilen, düşünce olmaksızın salt bilgi değildir. İlerlemiş toplumlar, siyasi bilinçlerini geliştirmeleri neticesinde değişmişler ve ilerlemişlerdir. İlerlemeleri takip eden toplumlar sayesinde günümüzde orta doğu bölgelerinde en fazla düşman olan ülkeler, özgürlük, demokrasi, kişilerin ve toplumların özgürlükleri ile ilgili diğer meseleler hususunda iş birliği yapar hale gelmişlerdir.¹⁸⁶

Bilinçsizliğin neden olduğu durumlar:

- Gerek söz gerekse anlam olarak, halka seslenirken kullanılan siyasi dilin kavramsal açıdan halk düzeyinde olamadığı için anlaşılmaması; uluslararası veya Ortadoğu’da bulunan mevcut rejimlerin birbiriyle çatışması¹⁸⁷
- Dünyada cereyan eden olayların anlaşılamaması, istikrarsızlığın bir zorunluluğu olarak küresel bir özgürlüğe uygun plan ve projelerin yapılamaması
- Düşman unsurların planlarının ve komplolarının önceden kestirilememesi
- Düşünsel siyasi yakınlaşmanın sağlanamaması ve ulusal gidişatın tehdit edilmesi
- Fırsatlardan yararlanamama ve siyasi düşmanın gücünün zayıflatılamaması
- Düşmanlara karşı bir mukavemet unsuru olarak kullanılan halkta, güven kaybı oluşması
- Kısa ve uzun vadedeki zararların görülememesi¹⁸⁸

3.2. Siyasi Bilincin Yorumlanmasında Teorik Eğilimler

Siyasal bilinç, siyasal meselelerin bilinmesinde ve yüzeysel bir tutum takınılmamasında önemli bir role sahiptir. Bu durum, fertlerin toplumdaki ve ailedeki ilişkilerine olumlu yönde yansımaktadır.¹⁸⁹ Ayrıca siyasi bilinç, fonksiyonel yapı, Marksizm, elitizm ve fenomenolojik eğilim gibi birtakım aşamalardan geçmiştir. Sosyal medya siteleri, bilincin oluşmasına, yayılmasına ve derinleşmesine yardımcı olmaktadır.¹⁹⁰

¹⁸⁶ Al Ansari, a.g.e., s.67.

¹⁸⁷ Derviş A. (2006). *İletişimin Bilimine Giriş Nası Kütüphanesi*, Mısır, s.7.

¹⁸⁸ Derviş, a.g.e., s.9.

¹⁸⁹ Benhalal M.(2009). *Yeni Medya ve Siyasal Uygulamayı Geliştirme Sorunu: Arap dünyasındaki en önemli teori ve eğilimleri analiz etmek*, 11-17.

¹⁹⁰ Benhalal, a.g.e., s.11-17.

Birinci: Radikalizm Eğilimi: Bu yaklaşımda Karl Marks'ın düşünceleri görülmektedir. Bu eğilimin kurucusu tarafından siyasi bilinç meselesi hakkında ortaya atılan birtakım öngörüler vardır. Kurucuları arasında; Herbert Marcuse, Antonio Gramsci, Lucien Goldmann, Frantz Fanon bulunmaktadır.

Goldmann, Abdul Muti tarafından şöyle tanıtılır: “Bilinç, dinamik bir işlevdir. İnsanoğlu yaptığı işlevleri dünyaya arz ederken çevresinden başlar. Bu aşamada iç dinamiklerin korunması gerekir.”¹⁹¹

“Tek Boyutlu İnsan” adlı kitabında Marcuse, sanayi toplumlarındaki mevcut siyasi bileşenlerin doğasının basın araçlarına ışık tuttuğunu ve kişinin karmaşık, yalan- yanlış bilgi tufanına maruz kaldığını belirtmektedir.¹⁹²

Marksizm, maddenin ve varlığın, bilincin temeli olduğu öncülünü kabul eder, varlık birinci planda, bilinç ise Marksizm’e göre ikinci planda gelmektedir. Tarihsel materyalizm toplumun gelişimine hükmeden genel yasaları ve olayları açıklamaktadır.¹⁹³ Toplumsal hayatın gelişimi için mücadeleci materyalizmin doğası keşfedilmiştir. Mücadeleci materyalizm; sosyal olaylar olarak bilinen kâinat olgularının mücadeleci materyalizm için yasaları uygulanmasından ibarettir. Marks’a göre bir toplumun gelişimi, üretimsel işlevler üzerinde, insan ile doğanın sürekli etkileşimiyle mümkün olur.¹⁹⁴ Marksizm, üretim ilişkilerini nesnel bir şekilde idare ve insan isteğine yönelik geleceği oluşturduğunu söyler. Üretimin gelişmesi nesnel bir zorunluluk ve sosyal hayatın bir yasası olarak gereklidir. Toplumun tarihi, üretimin gelişiminin tarihiyle eş değerdir.¹⁹⁵

Marksizm düşüncesi, sosyolojik bir öneme sahip bir düşünce olmakla beraber siyaset ve ekonomi ile de bağlantılıdır. Ekonomik olarak egemen olan sınıf, aynı zamanda siyasi olarak egemen sınıftır (burjuvazi). Ekonomik olarak egemen sınıfa göre bu sınıfın, toplumdaki güçten faydalanması ve genel kesimin yararına sunulması için hizmet sunması gerekmektedir.¹⁹⁶

¹⁹¹ Benhalal, a.g.e., s.11-17.

¹⁹² Benhalal, a.g.e., s. 11-17.

¹⁹³ Zülfikar Ş.(2004). *Kamuoyunun Teşkil Edilmesindeki Yönler Eğilimler*. Kahire, 80.

¹⁹⁴ Zülfikar, a.g.e., s. 83.

¹⁹⁵ Zülfikar, a.g.e., s. 81.

¹⁹⁶ Benhalal, a.g.e., s. 11-17.

Marksizm düşüncesine göre siyasi katılım, çoğunlukla güce sahip olan burjuvazinin hedeflerinin gerçekleşmesinde kullanılır. Ayrıca üretim gereçlerinin mülkiyeti, bu sınıfın elindedir. Marksizm düşüncesi, siyasi davranışın ekonomik çıkarlar gereğince olması gerektiği vurgular.

İkinci: Fonksiyonel Yapı Eğilimi: Fonksiyonel yapı eğiliminin, kuramsal olarak büyük bir öneme sahip olmasıyla beraber, siyasal bilinç kavramının temelini oluşturduğu söylemektedir. İnsanla ilgili olaylar karşısında oluşan reel gidişatın belirlenmesinde, bilincin rolünün görmezden gelindiği fark edilmektedir.¹⁹⁷ Bu eğilimin düşünürleri toplumun sosyal birimlerden oluştuğunu ve bu birimlerin birbirlerini tamamladığını, her bir fonksiyonun ve yapının diğer birimler ile etkileşim içinde olduğunu ve böylece sosyal ihtiyaçların giderildiğini söylemektedirler.¹⁹⁸ Bu yönelim topluma, ortak değerleri ve hedefleri olan sosyolojik bir olgu olarak bakar. Aynı zamanda devlet, toplumun hedefleriyle ilgili görevleri gerçekleştirmede etkin bir rol oynayan ikincil bir unsur kabul edilir. Bu da fonksiyonel yapının siyasete toplumun bütün hedeflerini gerçekleştirmede bir araç olarak baktığını göstermektedir ki fonksiyonel eğilim, siyasi araştırmalar alanında temel bileşenlere dayanır.¹⁹⁹

Kunt, bilinçle ilgili düşüncesi hakkında kaleme aldığı “Nesnel Felsefe” adlı kitabında sosyoloji ilmini; insan aklının ve davranışlarının bir neticesi olarak ortaya çıkan olgular üzerinde çalışmak olarak tanımlar. Ayrıca Kunt, tarihi işlevsel etkinliğin bilinç meselesi ile ilgili verilen öneme dayandığını söyler.²⁰⁰ İnsanların, sayesinde düşündüğü, şekilleri ve kalıpları içeren “vicdan” kavramını tartışarak açıklamaktadır. Bu vicdan rasyonel hayatın en yüksek şeklini temsil etmektedir. Nitekim her şey fikirler şeklinde ortaya çıkmakta, sonra iletişim aşamasına geçmektedir. Bu da demek oluyor ki; vicdan, inançların ve duyguların temelidir.²⁰¹ Toplumda fertlerin çoğu ayırt edici bir karaktere sahiptir. Karakteri oluşturan ana unsurun vicdan konusuyla ilgili olması, insanın bilincinin oluşmasında sosyolojik ve kültürel etkilerin rolü olduğunu göstermektedir. Ferma, fonksiyonel analizin siyasal hayatın yorumlanmasında, modern deneyim sahibi

¹⁹⁷ Zülfıkar, a.g.e., s. 80.

¹⁹⁸ Zülfıkar, a.g.e., s. 81.

¹⁹⁹ Zülfıkar, a.g.e., s. 83.

²⁰⁰ Zülfıkar, a.g.e., s. 82.

²⁰¹ Zülfıkar, a.g.e., s. 81.

siyasetçilerin sunduğu genel teorilerin yapısında önemli bir rol oynadığını düşünmektedir. Lazoyil , Del, Vastin ve elmonta gibi düşünürler de bu konuda hemfikirdirler.²⁰²

Üçüncü: Elit Eğilim ve Vicdan Meselesi: Elit eğilim, siyasal sosyolojide elit teori adıyla da bilinir ve bu eğilimden iki alt eğilim ortaya çıkmıştır. Bunlar; aristokratik eğilim ve radikal eğilimdir. Aristokratik eğilim, siyasal sosyologların kurmuş olduğu elit ekolden ortaya çıkar.²⁰³ Bu ekolün önde gelenlerinin bilinç meselesi hakkındaki görüşlerini açıklamak üzere aşağıda onların bazı düşünceleri sunularak bilinç hakkındaki açıklamalarıyla bilincin ne olduğu sunulmaya çalışılacaktır.²⁰⁴

Vilfredo Pareto, Gaetano Mosca'dan etkilenen bir aydınlanma düşüncesi sunmaktadır. "Yönetici Sınıflar" adlı eserinde seçkin / elit tabakanın eğitime önem verilmesi gerektiğini savunmaktadır. Toplumlari iki sınıfa bölmüştür. Bir sınıf hükmeden / iktidari elinde bulunduran yönetici sınıf iken diğeri ise hükmedilen, yönetilen sınıftır.²⁰⁵ Marks'ın yaptığı gibi sınıf kavramını ekonomik bir kavram olarak kullanmamıştır. Aksine yönetici sınıfın faydalanmış olduğu gücün, düzensiz çoğunluğa karşın azınlığı temsil eden yüksek derecede düzenli kesime dayandığını söylemektedir.²⁰⁶

Dördüncü: Mevcut Yeni Eğilimler: Modern toplumlardaki sosyolojik ve teknolojik verilerdeki değişimler ve yeni iletişim araçlarının ortaya çıkışı toplumsal iletişim araçlarının rollerinin analizinde ve yorumlanmasında büyük bir sınırlılığa neden olmuştur.²⁰⁷ Ayrıca bu durumun fertler üzerinde de etkisi vardır. Toplumsal iletişim araçlarının sınırlı etki teorisi üzerinden onlarca yıl geçmiş olmasına rağmen bu teori toplumsal iletişim çalışmaları ve araştırmaları alanında önemini ve çekiciliğini korumuştur. Ancak bu durum, analiz yapma işlemini engellememeli ve toplumsal değişimde büyük bir rolü olan ve dahi kişileri güçlü bir şekilde etkileyen toplumsal iletişim gereçlerinin önemini azaltmamalıdır.²⁰⁸ Bu duruma örnek verecek olursak televizyonun çocukların davranışlarına etkisi, internet ağının kişilere etkisi verilebilir. Her fert tarafından oluşturulan çerçeve, hayatın günlük, rutin düzenini sağlar ve böylece yaşam bir anlam kazanır.

²⁰² Zülfikar, a.g.e., s. 80.

²⁰³ Zülfikar, a.g.e., s. 81.

²⁰⁴ Zülfikar, a.g.e., s. 83.

²⁰⁵ Zülfikar, a.g.e., s. 79-80.

²⁰⁶ Zülfikar, a.g.e., s. 79-81.

²⁰⁷ Benhalal, a.g.e., s.16.

²⁰⁸ Benhalal, a.g.e., s.15.

Siyaset bilimine ilişkin belirli yorumların ve tanımlamaların güncellenmesi ve güçlendirilmesi alanındaki araştırmacılar fertlerin sahip oldukları çerçeveler hakkında çalışmalar yürütmekte ve bu mesajların tanımında, eğilimlerinin belirlenmesi için çaba sarf etmektedirler.²⁰⁹

Seçkinlerin kullanmış olduğu çerçeveler; ki bunlara örnek olarak siyasiler, basın araçları ve çıkar sahibi gruplar verilebilir, meselelerin tanımında, kararların, davranışların ve tutumların belirlenmesinde rol oynamaktadır.²¹⁰

Beşinci: Fenomonolojik Eğilim: Husserl, fenomenolojik eğilimin batı medeniyetinde on dokuzuncu yüzyıl ile yirminci yüzyılın ilk yarısı arasında, bir geçiş süreci olduğunu düşünmektedir.²¹¹ Onun düşüncesine göre fenomenoloji, yirminci yüzyıldaki batı düşüncesinde düşünsel özgürlük gücünden ibarettir. Bu düşünce, daha önce ortaya çıkan düşüncelerden oldukça farklıdır.²¹² Bir taraftan kültürel, bir diğer taraftan ise doğal dünya olmak üzere teorik birçok saptamada yeniden inceleme işlemi yapılır ve modern sosyoloji düşüncesinde yaygın olan yöntem ele alınır.²¹³

Bilinç ya da bir diğer anlamda şuur, dünyayı anlamak için kullandığımız bir araçtır ve bu unsur olmaksızın herhangi bir nesneyi anlamamız ve idrak etmemiz söz konusu olamaz. Eşyanın özü bilinçle, insan aklının anladığı şeydir ve bu anlama işlemi yaşam tecrübelerine dayanır.²¹⁴ Nesnellik bilinci meydana getirir. Bu çerçevede ve aynı manada eşyanın doğasını öğrenmemiz gerektiği Husserl tarafından ifade edilmektedir.²¹⁵

Tüm bu konuları şu şekilde özetleyebiliriz; fenomenoloji eğilimi, birtakım bilinç kavramlarına dayanır. Kuva bu yönelimi, anlam ve toplumdaki fertler arasındaki ortak tecrübelerle dayandırmaktadır; çatışmalar, farklılıklar ve toplum içerisindeki anlaşmazlıklar görmezden gelinir.²¹⁶

²⁰⁹ Benhalal, a.g.e., s. 15.

²¹⁰ Benhalal, a.g.e.,s.15

²¹¹ Zülfikar, a.g.e., s. 109.

²¹² Zülfikar, a.g.e., s. 90.

²¹³ Zülfikar, a.g.e., s. 93.

²¹⁴ Zülfikar, a.g.e., s. 79-81.

²¹⁵ Zülfikar, a.g.e., s. 106.

²¹⁶ Zülfikar, a.g.e., s. 104.

Altıncı: Siyasi Hareket Teorileri: Yukarıda bahsetmiş olduğumuz eğilimlerinin birbirinden farklı oluşunun yanı sıra bu teoriler demokratik katılımı korumada ve desteklemede basın araçlarının olumlu etkisine vurgu yapmaktadır.²¹⁷ Özellikle de bu düşünceyi benimseyenler, basın araçlarının olumlu ve olumsuz etkileri arasında dikkatli bir şekilde ayırım yapmak zorundadırlar. Örneğin Biba Foris, televizyon haberlerini düzenli bir şekilde izleyenler ve siyasi gazeteleri okuma alışkanlığı olanlar, -bu basın araçlarının sunduğu bazı bilgiler görmezden gelinerek- işte bu kişileri, siyasal hayata en fazla önem veren kesim olarak görmektedir.²¹⁸ Bunun tam tersi de mümkündür; basın organlarının içerdiği haberleri ve içerikleri eğlence ve doyum alma amacıyla tüketen bir kesim de vardır.²¹⁹

Modern iletişim gereçleriyle ilgili olarak bu gereçlerin, örgütlerin ve heyetlerinin kapasitelerinin artırılmasında önemli bir rol oynadığına değinilmektedir. Özellikle bu kişiler, dijital güvenlik ve kimlik aşamasını geçmişlerdir. Yeni iletişim gereçleri içerisinde internet teknolojileri de bulunmaktadır. Bu gereçler ile kişiler ve örgütlerin, çeşitli etkinlikler yapma fırsatı bulmaktadırlar. Örneğin; forumlar kurmak ve toplumsal ağlar oluşturmak, bunlar haber ve etkinlik yayınlama maliyetlerinin düşmesine neden olmaktadır. Ayrıca geleneksel iletişim ve medya kuruluşlarına karşı oldukça merkezi bir önem taşımaktadır.²²⁰

Sosyal medya ağları örgütlere, kişilere hızlı bir şekilde ulaşma imkânı vermekte ve belirli konularda insanların bilinçlenmesini sağlamaktadır. Bu etkinlik, bir devletin sınırını aşarak tüm dünyada devam eder ve farklı alanlara ilgi duyan kişilere yönelir.²²¹

3.3. Sosyal Medya Sitelerinin, Siyasi Bilincin Derinleşmesindeki Rolü

Öğrenci ve gençlik yapılanmaları, toplumdaki fertlerin siyasi bilinçlerinin artmasında önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. Öğrenci birlikleri ve öğrencilerin üye oldukları kuruluşlarda yapılan seçimler, onların alışkanlıklarını ve davranışlarını olumlu yönde

²¹⁷ Benhalal, a.g.e., s.22.

²¹⁸ Benhalal, a.g.e., s.20

²¹⁹ Benhalal, a.g.e., s.21.

²²⁰ Benhalal, a.g.e., s.20

²²¹ Benhalal, a.g.e., s.21

etkilemekte ve demokratik katılımı arttırmaktadır.²²² Ayrıca öğrencilerin etraflarında olup bitenlere karşı kayıtsız kalmamaları, bilinçli davranmaları, toplum meselelerine karşı bilinçli olmalarını sağlamaktadır. Öğrenci birlikleri, konferanslar programlar, geziler gibi etkinlikler düzenleyerek bu alandaki araştırmacıların bilincini arttırmaktadır.²²³ Ayrıca spor, sağlık ve sosyal alanlar başta olmak üzere kültürel geziler, etkinlikler ve yaz kampları gibi etkinliklerle gençlerin bilinçleri artmakta, yapılan programlar ve konferanslarla elde edilen bilgiler onların bilinçlenmesine yardımcı olmaktadır.²²⁴

Sosyal medya sitelerinin bilinci derinleştirilmesindeki rolü konuşulduğunda zihne ilk gelen bu sitelerin Arap devrimlerinde oynamış olduğu roldür. Bu konu hala uzmanlarca büyük bir tartışma konusu halindedir. Bu konu hakkında birçok efsane ortaya atılmış; sosyal medya sitelerinin önemi ve siyasal katılıma teşviki noktasında, etkisi tartışılmıştır.²²⁵ Ayrıca bu sitelerin Arap bölgelerinde, gençler arasında doğrudan örgütlenme ve kendilerini ifade edebilme aracı olarak görüldüğü konusu ele alınmıştır. Bu dönemde bölgede siyasi amaçlarla bu sitelerin kullanıldığı açık bir şekilde görülmektedir.²²⁶

2010 Yılından itibaren ortaya çıkan küresel toplumsal hareketler, gelişim aşamalarında ortak yönler göstermişlerdir. Bu eylemler ortaya çıkışları itibariyle sosyal medya tabanlı olup, sosyal medyadan azımsanmayacak derecede etkilenmiştir.²²⁷ Örneğin Occupy Wall Street eylemleri Castells'e göre internette doğup, internette yayılıp, varlığını internette muhafaza etmiştir.²²⁸ “We are 99%” (Biz%99’uz) mottosu ile Twitter ve Facebook üzerinden, etiketlerle örgütlenen binlerce insan, eşitsiz gelir dağılımını protesto etmek için, dünyanın finans merkezi olarak kabul edilen Wall Street’e yürümüşlerdir. Protesto ilerledikçe Twitter, eylemciler tarafından iç haberleşme için kullanılan bir araç haline gelmiştir. Eylemciler Twitter ve Facebook üzerinden sürekli fotoğraf, video ve enformasyon yayınlarak işgal edilmiş Wall Street üzerinde bir iletişim ağı oluşturmuşlardır. İspanya’da yaşanan “Indignados” (öfke) hareketi de Occupy Wall Street ve Arap Baharı eylemleri gibi sosyal medya tabanlı toplumsal hareketlere iyi birer

²²² Ersoy S. ve Nazik M. H.(2006). “Ergenlerde Tüketici Bilinç Düzeyi Üzerine Bir İnceleme”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 16, 313-328.

²²³ Ersoy, a.g.e., s. 313-328.

²²⁴ Ersoy, a.g.e., s. 313-328.

²²⁵ Derviş, a.g.e., S.128.

²²⁶ Derviş, a.g.e., S.129.

²²⁷ Fuchs C.(2014). *Sosyal Medya - Eleştirel Bir Giriş*, 119.

²²⁸ Fuchs, a.g.e., s. 119.

örnektir. Bahsi geçen toplumsal olaylarda sosyal medyanın kamuoyu yaratma gücü gözlemlenebilir ölçüdedir.²²⁹

Bilinçlendirici yazılar yazmak da kamuoyu oluşturmada giderek artan bir rol üstlenmektedir. Özellikle de bazı ülkelerde sivillerin oynadığı olumlu rol büyüktür. Bu kişiler, bu etkinlikleriyle protesto kültürünün yayılmasına ve siyasi olarak bazı dengelerin değişmesine neden olmuşlardır.²³⁰

Bununla beraber Arap ülkelerinde, modern iletişim araçlarının kullanımı artmış; toplumdaki fertlerin bilincinin gelişmesinde bu siteler önemli rol oynamışlardır. Arap toplumlarında yeni iletişim teknolojilerinin son derece büyük bir alana yayılması, bu eğilimlerin önemini göstermektedir. Şüphe yok ki sosyal medya sitelerinin oynadığı en temel rol, fertlerin bilinç yapılarının oluşmasındaki rolüdür.²³¹

Sosyal medya sitelerinin siyasi rolü, basının siyasi görevlerinin bilmesine dayalı olarak açıklanacaktır. Basının haber yapma görevi topluma ve siyasi düzene aynı derecede etki eden, en etkin siyasi bir görevidir.²³²

Basın olabildiğince geniş bir kitleye duyurmak amacıyla ve insanları bu konuda bilgilendirmek için haber yapar. İnsan da doğuştan gelen özelliği gereği etrafında olan siyasi, ekonomik ve toplumsal olayları bilmek ister. Bu haberler ve siyasi bilgiler, yapılan açıklamalarla, konferanslarla, resimlerle, belge ve bilgilerle toplumu bilgilendirmek amacıyla yayınlanır. Haber alma hakkı, toplumun bilinçlenme ve kamuoyu oluşturmada büyük bir etkiye sahiptir. Bir diğer taraftan sunulan haber ve bilgi dozunun artması, toplumun gücünün üstüne çıkması, çok pahalı bir ters tepkiye yol açabilir.²³³

Siyasi Gelişim: Bilgi kazanmak, değer ve tutum oluşturmak, siyasi kültür teşkil etmek ve bunu korumak veya değiştirmek etkinliğinden ibarettir.²³⁴ Yapılan araştırmalar ve çalışmalar göstermektedir ki basın araçlarının rolü, siyasi gelişim işleminde öne

²²⁹ Ersöz Karakulakoğlu S. Ve Uğurlu Ö.(2015). *Twitter: İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar*, 105.

²³⁰ Benhalal, a.g.e., S.26.

²³¹ Benhalal, a.g.e., S.26

²³² Derviş, a.g.e., S.128.

²³³ Abu Amud M.(2001). *Topluluklara İletişim ve Siyasi Karar ve Yasa Koyma*. Kahire, 17.

²³⁴ Abu Amud, a.g.e., S.17.

çıkılmaktadır. Özellikle de gençlerin basın araçları yoluyla edinmiş oldukları birçok bilgi, siyasi alanda onların doğrudan veya dolaylı olarak etkili olmasını sağlamaktadır.²³⁵

Bunlara ilave olarak basın araçları, kişilerin siyasi inançlarının oluşmasında büyük etkiye sahiptir. Bazıları, örgütsel ilişki ve kuruluştan kaynaklanan iktidar sahibi kişilerin gücünün arkasında bu sebeplerin olduğunu düşünmektedirler.²³⁶

3.4. Sosyal Medya Sitelerinin Siyasî Bilinci Desteklemedeki Rolü

Sanal dünya ve sosyal medya siteleriyle, internet ağı, bu sitelere üye olan kişilere, amaçlarını gerçekleştirmeleri için temel bir taban oluşturma fırsatı sunmuştur. İlgi çekici her türlü mesele hakkında görüş beyan etmeleri, kendilerini ifade etmeleri ve fikirleriyle tartışmalara dâhil olmaları için katılımcılara bir alan açarak, toplumsal hayattaki rollerine olumlu katkılar sağlamış, toplumun gelişmesi gerektiğine olan inancı derinleştirmiştir.²³⁷ Bu sitelere üye olan bir kişi, sosyal medya sitelerinde arkadaşlarının paylaşmış olduğu her türlü materyali inceleyebilir ve bu durum toplumsal hayata, kültürlü, atik, atak, etrafında olup bitenlere karşı duyarlı ve bilinçli genç bir jenerasyon kazandırmaktadır. Böylece toplumlarda genel meselelere olan ilginin boyutu artmaktadır.²³⁸

Birinci: Medya ve Siyaset: Siyasi sistemin hizmetinde, iletişim araçlarının yerine getirmiş olduğu çeşitli rollerin ve fonksiyonların niteliği olarak tanımlanmaktadır. Nitekim bu nitelik siyasî sistemin, iletişim araçlarına dayanmaksızın varlığını sürdürmesini imkânsız hale getirmektedir.²³⁹

Alıcı, iletişim araçları sayesinde kendisine sunulan siyasî bilgilerle, kendisine büyük ölçüde katkı sağlayacak birçok mesaja maruz kalır. Düşüncelerinin, inançlarının, eğilimlerinin ve akabinde siyasî davranışlarının şekillenmesine kadar, siyasi fikrinin oluşması sağlanır. İletişim araçları halk, siyasi etkinlikler ve sınıfsal ideolojiye ilişkin diğer kaynaklar arasında durmaktadır. Bu aracılık fonksiyonuyla siyasetin gelişimini ve

²³⁵ Abu Amud, a.g.e., S.17.

²³⁶ Abu Amud, a.g.e., S.18.

²³⁷ Youssef H. (2006). "*Medya ve siyaset ... birleşik bir yaklaşım*". Beyrut, 71-72.

²³⁸ Youssef, a.g.e., s. 71-74.

²³⁹ Youssef, a.g.e., s. 71-73.

yorumlanmasını sağlar. İletişim toplumda zorunluluktur. Fert, onsuz varlığını ispat edemez.²⁴⁰

İkinci: Siyasi Yönelimlerin Oluşmasında Medyanın Rolü: Fertlerin siyasi davranışlarının, siyasi ortamın değişmesine katkı sağlayan psikolojik, sosyolojik ve demografik birçok değişkenle beraber, bu siyasi ortamın oluşmasında basın araçlarının katkı sağladığı siyaset dünyasının etkisiyle şekillendiğine yönelik birçok araştırmacının derin ikna çabalarına rağmen, kişi aynı zamanda yönelimlerine uygun siyasi iletişime maruz kalmakta ve bu yönelimlerine ters düşen fikirlerden de uzaklaşmaktadır.²⁴¹

Üçüncü: İnternet, İktidar Rejimlerin Kontrolünü Zayıflatır: Basın ve bilgi teknolojisi, bilgi dolaşımı ve üretimi üzerinden düşünsel ve ideolojik değişimler meydana gelmesinde büyük rol oynamaktadır. Bu bilgiler; kimi zaman olumlu, kimi zaman da olumsuz haberlerden, fikirlerden ve muhtelif kültürlerin ideolojilerinden oluşur.²⁴² Nitekim basın ve bilgi teknolojisindeki hızlı gelişim, devlet egemenliğini, kontrolünü, tahakkümünü tehdit eder hale gelmiştir. 1995 yılında Londra’da internet hakkında gerçekleşen konferansta, toplumların bilgi devrimi sonrasında birçok meseleyi tartışır hale geldiği ve bu atmosferin hızlı bilgi yoluyla sağlandığına dikkat çekilmiştir. Ayrıca konferansta internetin dünya çapında korkunç büyüklükte bir bilgi açılımında, büyük rol oynadığı vurgulanmıştır.²⁴³

Dördüncü: Modern Teknolojik Gelişmelerin Toplumsal Hareketlere Katkıları: Çeşitli modern teknolojik gelişmeler, devrimlerde ve halk ayaklanmalarında insanlar arasındaki iletişimin kolay ve hızlı bir şekilde sağlamasına ve diğer dönemlere göre daha hızlı hazırlık yapmalarına katkı sağlamaktadır.²⁴⁴ Bilgi ve iletişim teknolojisi devriminden önce bu tür bir devrime yönelik hazırlık süresi daha uzundu. Toplantıların yapılması, broşürlerin basılması ve devrime katılan kişilerin hazırlanması için hem beşerî hem de

²⁴⁰ Youssef, a.g.e., s. 71-79.

²⁴¹ Youssef, a.g.e., s. 105.

²⁴² Aldanani A. R.(2001). *İnternet Medya İşi*. 62.

²⁴³ Aldanani, a.g.e., s. 62.

²⁴⁴ G. Al-Rashidi, M.(2012). *Bilgi güvenliği uzmanı, İnternet ve Facebook "30 Ocak Devrimi Modeli"*. Kahire, 9.

maddi imkânlar gerekiyordu. Ayrıca rejim tarafından çeşitli güvenlik ve hukuki soruşturma ve kovuşturma ortamında uzun bir süreye ihtiyaç vardı.²⁴⁵

Beşinci: Sosyal medya Sitelerinin Kamuoyunu Kontrolü: Sosyal medya siteleri, insanların anlama biçimlerinin şekillenmesinde ve gerçeklere karşı düşüncelerinin biçimlenmesinde önemli bir rol üstlenmektedir. Buna ilave olarak kamuoyunun şekillenmesinde bu sitelerin siyasi içeriklerinin büyük etkisi vardır. Yine sosyal medya siteleri, önemli siyasi meselelerde toplumdaki tüm bireylerin bir anda örgütlenebilmelerinde, kenetlenebilmelerinde de büyük rol oynamaktadır.²⁴⁶

3.5. Siyasi Bilinci Etkileyen Faktörler

Bilinç, karmaşık zihinsel ve duygusal fonksiyonların ürünüdür. Düşünmek tek başına bilincin oluşmasına yeterli değildir. Bilincin oluşumunda; sezgi, hayal gücü, duygular, hisler, irade ve vicdan vardır. Ayrıca ilkeler, değerler, insanın doğa ile etkileşimi, yaşam koşulları ve toplumsal olayların da bilincin oluşmasında etkisi vardır. Tüm bunlar değişken şartlar ve olaylarla, insanın bulunduğu atmosferde olan her türlü olay hakkında siyasi bir bilinç kazanmak için çok karmaşık bir şekilde çalışan birçok bilinç bileşeninin örgüsünü oluşturur.²⁴⁷

Mitler, dini semboller ve ritüellerden oluşmuş birçok malzemenin birikimi, belirli bir bilinç kazanımında bileşenler olarak işlev görmektedir. Bilinçsiz gelişmelerle, eski toplumların araştırılmasında kullanılabilecek işlevsel sonuçlar ortaya koyar. Medya araçlarının, toplumsal değerlerin şekillenmesinde ve siyasi ideolojilerin yeniden üretilip yayılmasında bunlara bağlı olarak siyasal bilincin oluşmasında etkisi vardır.²⁴⁸

Rasyonel siyasi bilinç kazanmayı sağlayan en önemli gereçler ve araçlar, olayları analiz etme yetisini edindiğimiz çeşitli kurumlar ve aygıtlardır. Siyasal bilinç kazanma yollarını tanımlamak için öncelikle siyasal yetiştirme kurumlarından iki kurumun rolü açıklanabilir.²⁴⁹

²⁴⁵ G. Al-Rashidi, a.g.e. s. S. 9.

²⁴⁶ Abdülkafi İ. A. F.(2010). *Mısır ve Arap Dünyasındaki Medya Politikaları*, Kahire, 25.

²⁴⁷ Al-Ani İ. M. S.(1968). *Politik Sosyolojinin Genel Özellikleri*. Bağdat Üniversitesi, 122.

²⁴⁸ Al-Ani, a.g.e., s. 123.

²⁴⁹ Al-Ani, a.g.e., s. 124.

İlköğretim kurumları: Bireylerin siyasal farkındalığında belirgin bir role sahip olan başlıca kurumlara odaklanıldı.²⁵⁰ Bunlar aşağıda ki gibi tasnif edilmiştir: ²⁵¹

3.5.1. Aile

Aile, siyasal atmosferle karşılaşmadaki ilk çekirdek kabul edilir. Bir çocuk, öncelikle aile içinde canlı bir varlık olarak kendi bilincini kazanmaya ve öz benliğini oluşturmaya başlar. Zamanla kendisini çevreleyen sosyal ortamdan da siyasi bir bilinç kazanır.²⁵²

Aile sürecindeki siyasal anlamda yetiştirme, gerçekten çocuğun ilkel düzeyde siyasal realiteyi tanımlayabilmesi için zihnine bilgilerin sokulmaya çalışıldığı bir evredir ki bu süreçte çocuk güç sembolleri ve politika ile ilgili bazı hususları basit siyasal olaylar ve koşullar içinde tespit eder. Çocuk bu aşamada olaylara karşı hiçbir çekince taşımaz.²⁵³

Fransız sosyolog Durkheim anne-babanın rolüne vurgu yaparak, çocuğun siyasal anlamda yetişmesinde ailenin öneminin büyük olduğunu ifade etmektedir. Çünkü öncelikli tüm kültürel bileşenler, aileden, yani ebeveynden gelir. Aile, çocukların siyasal psikolojilerinin belirlenmesinde bir başlangıç noktasıdır. David Euston, çocuğun siyasal yaşamında ki zorunlu dört aşamaya işaret etmektedir. Bunlar:²⁵⁴

1. Siyasileşme Aşaması: Çocuk siyasi bir dünyanın ve siyasi alanların varlığını sosyal ortamda hisseder²⁵⁵.
2. Kişisel Aşama: Bu aşamada çocuk bazı siyasi yüzleri tanır ve onun için bu yüzler rejimi ve yöneticileri ifade eder. Bu aşamayı Ortadoğu bölgesinde çok açık ve net bir şekilde fark edebiliriz. Nitekim çocuk doğar ve büyüdüğünde ülkesinin başkanını görür, çocuk yirmi yaşına geldiğinde veya daha çok büyüdüğünde aynı lideri ve yine aynı rejim sistemini görür.²⁵⁶

²⁵⁰ Al-Ani, a.g.e., s. 122.

²⁵¹ Al-Ani, a.g.e., s. 122.

²⁵² El Aswad S. (1990). *Siyasal Sosyoloji*. Bağdat, 438.

²⁵³ Al-Ani, a.g.e., s. 122.

²⁵⁴ Al-Ani, a.g.e., s. 125.

²⁵⁵ Al-Ani, a.g.e., s. 123.

²⁵⁶ Al-Ani, a.g.e., s. 122.

3. Görüntüleme ve Belirli Değerleri Oluşturma Aşaması: Bu aşamada çocuk, kendisine göre duygusal olarak kabul ettiği veya reddettiği bazı görüşler ve fikirler üzerinden rejimi değerlendirir. Rejimin istenmeyen veya hastalıklı bazı yönlerinin olduğunu fark eder.²⁵⁷

Bu aşamalarda sonra veya daha sonraki aşamalarda, kişi görüşlerinde ve düşüncelerinde bir tür özgürlüğe kavuşur, kendisini çevreleyen sosyolojik ve siyasal ortamdaki mevcut düşünceleri ve inanışları sorgular. Genellikle gelişmekte olan toplumlarda mutlak ataerkil bir egemenlik sistemi vardır. Böylece evin reisi, çocuğun zihin dünyasına belirli bir ideolojiyi kabul ettirmeye çalışır, onu zorlar. Yani baba nasıl düşünüyorsa çocuğu da öyle düşünmelidir. Bu durum bölgedeki siyasi zorbalığın ve baskının olumsuz bir göstergesidir. Yaş ilerledikçe yani okul çağına gelindiğinde çocuğun siyasal bilinçlenmesinin ikinci aşaması başlar.²⁵⁸

3.5.2. Okul

Okul, öncelikli siyasal yetiştirme kurumu içerisinde siyasal bilincin kazanılmasına katkı sağlayan, siyasal yetiştirme faktörlerinden biridir. Okul, aileden sonra ferden siyasal bilinç kazanmasında önemli role sahiptir. Nitekim okulun, toplumdaki mevcut düşüncelerin ve yönelimlerin oluşmasında büyük ölçüde rolü vardır.²⁵⁹

Amerikan siyaset bilimci Mariam, sivil eğitimi yürüten, resmi eğitim sistemi olarak okulun rolünü vurgulamış ve öğrencilerin okul aracılığıyla ilk sosyalleşme süreçlerini kazandıklarını ifade etmiştir. Okul, topluma mensup bireylerin duygularının derinleştirilmesine, gelenek ve göreneklerini anlayarak çocuğun kişilik ve eğitiminin inşa edilmesine katkıda bulunmakta ve kişiyi toplumun ortak bir üyesi yapmaktadır.²⁶⁰

Eğitim-öğretim sistemleri ve yöntemleri, akademik kadro ve öğrenciler, siyasi bilinç kazanmada etkin rol oynarlar. Günümüzde eğitim sistem ve metotlarının işlevsiz olması nedeniyle ortaya çıkan krizlere ve bunun yanı sıra akademik kadro yetersizliğine tanık olunmaktadır. Eğitim eksikliğinde dolayı ortaya çıkan krizler, okulun kişinin eğitimi için

²⁵⁷ Al-Ani, a.g.e., s. 124.

²⁵⁸ Al-Ani, a.g.e., s. 122.

²⁵⁹ Zaher A. J. (1988). *Siyasal Felsefe Araştırmalar*. Ürdün: Dar Al Kindi Birinci Baskı, 412.

²⁶⁰ Zaher, a.g.e., s. 416.

bir başlangıç noktası olması gerektiğinin önemini ortaya koyuyor. Öğretmenlerden oluşan akademik bir kadro ise siyasal açılım isteyen siyasal bir otorite gerektirmektedir.²⁶¹

3.5.3. Üniversite

Üniversiteler, kadroların ve düşüncelerin üretilmesinde ve geliştirilmesinde en önemli rol oynayan kurumlar olarak sayılmaktadır. Üniversite, toplumların hayatında stratejik ve belirgin bir rol üstlenir. Gelişmiş ülkelerde üniversiteler, toplumların siyasal karar almalarına katılma işleviyle, bu rolünü etkin bir şekilde yerine getirir.²⁶² Genellikle üniversiteler, hükümetin bazı siyasal faaliyetlerini değerlendirerek hükümete karşı baskı yapan bir güç niteliğine sahiptir.²⁶³ Üniversite, bilgi ve üretimi bir araya getirdiği sürece olumlu rol oynayabilir, yani üniversite toplumun sorunlarını önemsemeli, vatandaşların kültürlenmesi için çalışmalı ve bu hususta gelişme ve kalkınma programları yapmalıdır. Ayrıca siyasal bilincin artmasını sağlayan araştırma merkezleri kurulmalı ve bu merkezler başta öğrencilere sonra topluma açılmalıdır. Üniversitenin rolü, toplumun içinden geçmiş olduğu siyasal olayları ve koşulları dikkate alarak siyasal bilinç kazandırmada özellikle de antropoloji alanında kendini göstermektedir.²⁶⁴ Bu duruma bazı örnekler verecek olursak; Sudan hükümetinin değiştirilmesinde üniversite öğrencilerinin rolü ve bu sürece öğrencilerin katılımı, İran'da yaşanan İslam devrimine üniversiteli gençlerin katılımlarından bahsedilebilir. Üniversite, toplumun ayrılmaz bir parçasıdır. Bu yüzden toplumla bütünleşmeli ve uyum içinde çalışmalıdır. Bunun yanı sıra reel hayatta meydana gelen / karşılaşılan sorunları tanıyıp tespit etmeli ve bu sorunlara, toplumun doğasına uygun bir şekilde çözüm üretmek için çalışmalıdır.²⁶⁵

Üniversite öncelikli kurumlara göre siyasal bilincin kazanılmasında rolü olması bakımından önem arz eder. Diğer temel kurumlar ise kişilerin siyasal bilinç kazanmalarında ve siyasal anlamda bilinçlenmelerinde rol sahibidir. Örneğin; siyasi partiler, baskı grupları ve medya organları.²⁶⁶

²⁶¹ Zaher, a.g.e., s. 417.

²⁶² Süleyman Z.(2004). *Amerikan Seçimleri ve Irak Düşümü*. S.60.

²⁶³ Süleyman, a.g.e., s.60.

²⁶⁴ Süleyman, a.g.e., s.62.

²⁶⁵ Süleyman, a.g.e., s.60.

²⁶⁶ Zaher, a.g.e., s. 416.

3.5.4. Siyasal Partiler

Siyasi partilerin, bireylerin siyasi eğilimlerinde önemli bir rolü olduğu tartışılmaz bir gerçektir. Doğal olarak partilerin rolü, diğer kurumların rolü gibi (baskı uygulayan gruplar, medya organları vs.) toplumdan topluma değişiklik göstermektedir. Bazı toplumlarda kişilerin partisel yaşamı tam anlamda gözü kapalı bir güven ilişkisine dayalı olarak ilerlemektedir.²⁶⁷ Bu durumu gelişmiş toplumlarda göremiyoruz. Örneğin, Amerikan toplumunda, Amerikan bir bireyin siyasal bilincinin seviyesine bağlı olarak parti sadakati esnektir. (Bir Cumhuriyetçinin kısa vadede bir Demokrata dönüşmesi veya bunun tam tersinin olması şaşılacak bir durum değildir.)²⁶⁸

Genellikle siyasi partiler, siyasal gelişimin ilk dönemlerinde siyasal bilinçlenmenin enstrümanları konumunda olur. Gelişmiş toplumlarda partilerin siyasal bilinçlendirme alanındaki rolü oldukça düşük seviyede seyreder. Gelişmiş ülkelerde partilerin toplumun fertlerine aşıladığı eğilimler genellikle ailenin ve okulun aşıladığı eğilimlere uygundur. Ancak geri kalmış ülkelerde bu durum farklıdır. Bu ülkelerde partiler, fertlerin / yetişkinlerin çocukluk dönemlerinde aldıkları değerlerden farklı eğilimler aşılama çalışır. Bu nedenledir ki değişim ve gelişme o toplumlarda sadece parti düzeyinde kalır.²⁶⁹

Modern ve gelişmiş rejimlerde diğer kurum ve kuruluşlar da bilinçlendirme rolünü üstlenir. Parti toplantı yapma yetkisine sahiptir, bağımsızlık günlerini organize eder, ulusal liderlerin doğum günlerinde birtakım organizasyonlar düzenler.²⁷⁰

Ortadoğu bölgesindeki partiler, siyasal anlayışların, kavramların ve olayların formatının belirlenmesinde bariz bir rol oynarlar. Çünkü bu toplumlar, seçkin toplumlar sayılır. Yani toplumu belirli bir ideoloji çerçevesinde yöneten seçkin bir kesim vardır. Bu kesim, toplumu bilinen bir yöntem, metot ve sistemde yönetir. Bölgede ve küresel arenada meydana gelen siyasal meselelere karşı seçkin kesimin belirlemiş olduğu bir yaklaşım

²⁶⁷ Süleyman Z.(2004). *Amerikan Seçimleri ve Irak Düşümü*. 73.

²⁶⁸ Süleyman, a.g.e., s. 73.

²⁶⁹ Zaher, a.g.e., s. 416.

²⁷⁰ El Ghazali Harb U.(2015). *Üçüncü Dünya Ülkelerinde Siyasal Partiler*. Kuveyt: Marifet Dünyası, s.117-182.

sergilenmektedir. Partilerin bu rolü, son derece olumsuzdur çünkü bu durum, suiistimale ve toplumda düşüncelerin ve görüşlerin tekelleşmesine sebebiyet vermektedir.²⁷¹

Her halükârda siyasal bilincin öğretilmesinde partilerin belirgin bir rolü vardır. Bazı durumlarda ise partinin ve siyasal partiyi benimseyen toplumun türüne göre, siyasi bilinç kazanmaya yardımcı başka başlıklar da bulunmaktadır.²⁷²

3.5.5. Baskı Grupları

İnsanı çevreleyen veya içinde bulunduğu sosyal ortamda geçen meselelere karşı, siyasi bir bilinç kazandırmada katkı sağlayan diğer kurumlardan biri de baskı gruplarıdır. Bu grupların belirli bir meseleye yönelik ve belirli bir eğilimdeki baskısı, lobi faaliyeti olarak değerlendirilmekle beraber, kişilerin çıkarlarına uygun ve söz konusu meselenin doğasına uygun olarak gelişmektedir.²⁷³

Baskı grupları olgusu, eski bir olgudur. Ancak bu olgu, Amerika’da birkaç on yıl öncesinde ortaya çıkana dek siyasal yaşamda belirgin bir şekilde gözükmemiştir. Baskı grupları olgusu Amerika’dan sonra kavram olarak bilinmeye başlandı ve diğer ülkelere de yayıldı.²⁷⁴

Baskı grupları, şahıslardan oluşan gruplardan ibarettir. Bu şahıslar, sürekli ve ilişkili niteliğe sahip özel bağlarla birbirine bağlıdırlar. Bu grupların üyeleri, toplumu, belirli bir toplumsal davranışa çağırırlar.²⁷⁵ Baskı topluluklarının, siyasal bilinç kazanılmasına etkisi, bu grupların yaptığı iş üzerinden etkin hale gelmektedir.²⁷⁶ Bu etki doğrudan olabileceği gibi dolaylı da olabilir. Bu gruplara mensup olan kişilere, belirli bir siyasal bilinç ve davranış aşılanır. Farklı alanlarda ortaya çıkan sorunlara ve meselelere karşı bu grupların siyasal yaklaşımı belirli bir sistemde gelişir. Ayrıca sorunları görüşmek ve tartışmak üzere hükümete heyetler gönderilir. Baskı gruplarının lehine seçim

²⁷¹ Ghazali Harb, a.g.e., s. 117- 182.

²⁷² Zaher, a.g.e., s. 416.

²⁷³ El Aswad S.(1990). *Siyasal Sosyoloji*. Bağdat, 267.

²⁷⁴ El Aswad, a.g.e., s. 267.

²⁷⁵ El Aswad, a.g.e., s. 268.

²⁷⁶ El Aswad, a.g.e., s. 272.

kampanyaları finanse edilir ve hatta bu gruplar, iktidarı ele geçirmek için kendi yararlarına olacak her türlü faaliyette bulunur.²⁷⁷

Baskı gruplarının siyasal bilinç oluşturmadaki rolü ve etkisi toplumdan topluma değişiklik gösterebilir. Ayrıca bu durum siyasal partiler için de aynıdır. Örneğin batı ülkelerinde baskı yapan grupların yerine getirmiş olduğu rolün – özellikle de Amerika Birleşik Devletleri'nde – hükümetlere karşı ekonomik, sosyolojik ve siyasal bazı yükümlülükleri olarak ortaya çıkarken, Ortadoğu'da bu baskı gruplarının henüz su yüzeyine bile çıkamadıkları görülmektedir. Bu tarz grupların varlığı bilinse de etkin olarak faaliyet gösteremezler. Ayrıca baskı gruplarının, aşiret liderleriyle veya şeyhler olarak isimlendirilen kişilerle sınırlı kaldığı görülmektedir.²⁷⁸ Irak'ın bu alandaki günümüz durumu, orta doğu ülkelerinde baskı gruplarının aşiret liderleri ve şeyhler olarak adlandırılan insanla ile sınırlı kaldığına en büyük kanıttır. Bağdat'ın düşmesi ve Baas rejiminin yıkılmasında Irak'ta siyasal arenada etkili bazı aşiret reislerinin rolünün büyük olduğu görülmektedir. Eski hükümetin düşmesinden sonra bu kişiler yeni hükümete ve yeni rejime de baskı yapmaya başladılar.²⁷⁹ Ayrıca bu aşiretler, siyasal iktidarda pay sahibi olabilmek amacıyla, demokrasi ve insan hakları gibi modern asrın anlayışlarıyla da uyum içinde çalışmışlardır.

Baskı gruplarının siyasi bilince etki etmekteki rolü, seçim çalışmalarına ve bu ülkelerdeki siyasi kararların alınmasına etki etmelerindeki rolleriyle bağlantılıdır. Amerika Birleşik Devletleri, buna canlı örnek olarak karşımızda durur. Bu gruplar, iktidara gelmek için mücadele vermemişlerdir. Aksine iktidardaki kişileri etkilemek isterler ki böylece alınan kararlarda bu grupların menfaatleri gözetilsin.²⁸⁰

3.5.6. Medya Araçları

Uzay ve bilgi çağında iletişim araçları, adeta dünyayı küçük bir köye dönüştürerek tüm programlarıyla ve sunumlarıyla esir almış durumdadır. Nitekim kuzey yarım kürede yaşayanlar, güney yarım kürede yaşayanların haberlerini müthiş bir hızla hemen öğrenebilmektedirler. İletişim alanında şu an içinde yaşadığımız yüzyılın başlarından beri

²⁷⁷ El Aswad, a.g.e., s. 268.

²⁷⁸ El Aswad, a.g.e., s. 269.

²⁷⁹ El Aswad, a.g.e., s. 270.

²⁸⁰ El Aswad, a.g.e., s. 267.

insan aklını şaşırtacak derecede büyük bir gelişmeler kaydedilmiştir.²⁸¹ Çok ilginç bir şekilde kültürel resimler ve semboller daha önce eşi benzeri görülmemiş bir şekilde, insanlar arasında kültürel benzerlikler sunmakta ve her birinde dünya küreselleşmenin de etkisiyle küçük bir ülke haline gelmektedir. Dahası bu durum toplumların kültürel olarak iç içe girmelerine neden olmuştur. Böylece siyasal olayların ve küresel koşulların değerlendirilmesi hızlı olabilmektedir. Gelişen iletişim teknolojisi küresel alanda geniş ve hızlı değerlendirmeler ve araştırmalar yapılmasına da olanak sağlamaktadır.

Bölge halklarından her halkın siyasal bilinci, hükümetlerinin uyguladıkları siyasetlerle ilgili içeride meydana gelen olaylar bağlamında şekillenir.²⁸² Siyasal bilinç kazanmak için birer yöntem olmalarından ötürü medya araçları, türlerine ve kaynaklarına göre farklılık gösterir. Kapsayıcı sistemler içinde her bir medya aracı, iktidarı elinde tutan partinin veya sultanın elindedir. Bu sulta ve parti, kendi iradesini halka dayatır. Demokratik toplumlarda ise bu durumun tam tersini görmekteyiz; basın araçları kendi iradesini hükümetlere ve siyasal partilere dayatır. Todd Gitlin hareketi buna örnek verilebilir. (Köklü Siyasal Değişime Çağırın Sosyolojik Protesto)²⁸³ Bu yöntemlerle medya fertler üzerinde etkisini gösterir. Biz bugün bilgi çağını yaşadığımız süreçte, medyanın bu rolü gelişmenin ve genişlemenin önünü açacaktır. Böylece küresel düzeyde siyasi bilincin gelişimine katkı sağlayan konferanslar artacak, siyasi bilinç kazanım metotları çeşitlenecektir. Ancak bunun nasıl gerçekleşeceği, olumlu ve olumsuz boyutlarının ne olacağı konusu tamamen başka bir konudur. Medyanın siyasi bilinç oluşturmada ki olumsuz boyutu genellikle çok konuşulur ancak belirli bir görüşün olmadığını kapsayıcı sistemlerde görmekteyiz. Medya, fertlerin zihinlerini etkileyen ve onları belirli fikirlere ve inançlara yönlendiren bir dalga gibidir. Fertlerin kendilerine göre farklı kavramlar ve siyasal olaylara karşı düşünceleri ve görüşleri vardır. Görsel ve işitsel medya araçları bu amacı suiistimal etmekte kullanılmaktadır. Bu nedenle siyasi bilinç kabilinden tezahürler genelde sözde kalmaktadır.²⁸⁴

Günümüzde basın, internet ağı gibi dünyayı bir köye çeviren iletişim araçlarının gelişmesi ve çeşitlenmesiyle daha önemli bir rol üstlenmiştir. Bu yüzden zulüm ve baskı altında

²⁸¹ Gerbir D. A. (1999). *Politika Alanında Medyanın Otoritesi* (Çev: Dr. Ebu Lida A.). Amman: Dar Al Bashir Yayıncılık ve Dağıtım, 200 – 277.

²⁸² Gerbir, a.g.e., s. 200 – 277.

²⁸³ Gerbir, a.g.e., s. 200 – 278.

²⁸⁴ Gerbir, a.g.e., s. 200 – 277.

yaşayan fertler, dünyayı tanıyabilmekte, internet ve uydu kanalları üzerinden özgürce fikirlerini ifade edebilmektedirler. Ancak burada siyasi bilinç türünün kazanılmasında küresel basının sahip olduğu etkiyi dikkate almak ve bu etkiler arasındaki farkları bilmek gerekir.²⁸⁵ Günümüzde küresel basın çok açık bir şekilde halkların düşünce sistemlerini etkileyebilmekte ve doğu ile batı, kuzey ile güney arasında bilgiler ve veriler çok hızlı bir şekilde aktarılabilir. Bu etki, gelişmekte olan veya kapalı olan toplumlara ulaşmaktadır. Böylece bu toplumlardaki fertler, anlık tepkiler açısından siyasal olayları değerlendirebilirler ve çeşitli siyasal şartları düşünmeden sonuçlarını hiç hesaba katmayabilirler.²⁸⁶ Bu nedenle görmekteyiz ki gösteriler, protestolar ve değişim talepleri gibi siyasi bilincin ifadesi, dışa vurumu olan olgular genellikle aşamalar şeklinde oluşur ve o ülkelerdeki iktidarların çizdiği şekilde dağılıp gider. Ancak yerel medyanın etkisi sadece talepler düzeyinde kalmaz. Kişilerin siyasal olarak bilinçlendirilmesi ise iktidarın isteğine uygun olarak, sokaklara ulaştırılması istenenlerle ya da seçkin bir zümrenin çıkarlarına uygun olarak belirli bir düşünceyi zorla kabul ettirmekle sınırlı kalır. Gelişmiş toplumlarda olduğu gibi basının rolünü oynayabilmesi için vatandaşlarla etkileşim ve iletişim halinde olması gerekir. Basın iletileri vatandaşların sıkıntılarına ve sokaklarda yankılanan taleplere ve kamuoyunun beklentilerine uygun olmalıdır.²⁸⁷

3.6. Siyasal Kalkınmada Medyanın Rolü

Siyasal gelişme herhangi bir toplumun reformu, modernleşmesi ve toplumsal ilerlemesinin ön planında gelir ve dünyanın birçok alanda tanık olduğu hızlı değişimler ışığında toplumsal gerçeklik teşhisine dayanır. Uzmanlara göre siyasal oluşum toplumsal inşada, siyasi yapıyı modernize etmeyi amaçlayan her türlü operasyon ve prosedürdür.²⁸⁸

Politik gelişmeye bağlı bir kavram olarak siyasi katılım üzerine odaklanılırsa; günümüzde siyasi katılım, herhangi bir toplumda siyasi otoritenin meşrulaştırılması için önemli ölçütlerden biri haline gelmiştir. Medya çeşitli yollarla siyasi katılıma katkıda bulunabilir.²⁸⁹ Medya gereçleri, bireylerde siyasi kültür ortamının en önemli kaynağını teşkil etmektedir. Bu medya gereçleri, aktif olarak toplumun kültürel yapısının, gelişmesine, politik bilgi ile uyumlu kamuoyunun oluşturulmasına katkı sağlayan ve de

²⁸⁵ Gerbir, a.g.e., s. 200 – 277.

²⁸⁶ Gerbir, a.g.e., s. 200 – 281.

²⁸⁷ Gerbir, a.g.e., s. 200 – 277.

²⁸⁸ Kazarda Hayat. (2008). Gazetecilik ve Siyaset, Cezayir, Taksij Kom Yayın Vakfı, 5.

²⁸⁹ Kazarda, a.g.e., s.7.

siyasi düşüncenin çıkış noktasını belirlemek gibi hususlarda katkı sunan kültürel oluşumlar gibidir.²⁹⁰

Günümüzde medya organları toplumda önemli bir rol oynar hale gelmiştir. Demokratik toplumlar içindeki toplumsal ve politik etkileşimler önemli bir yer işgal etmektedir. Yeni bir dünya bağlamında üretilen yeni küresel veriler, Soğuk Savaş sırasında ve öncesindeki dönemlerden tamamen farklıdır.²⁹¹

Modern kavramlardan biri olan siyasal gelişim/kalkınma, kapsayıcı kalkınma boyutlarından temel bir boyut sayılmaktadır. Siyasal gelişme, ortaya çıktığı ve kendisinden ayrıldığı kapsayıcı kalkınmanın bir parçasıdır.²⁹² Araştırmacılar siyasal gelişim kavramını; "Kendi sorunlarını, pratik ve gerçekçi yöntemlerle çözmek için mevcut tüm kaynakları seferber edebilme ve kabiliyetlerini anlamak için kitlelerin kapasitesinin geliştirilmesi" olarak tanımlamaktadırlar. Bir diğer taraftan bu kavram;²⁹³ gelişmekte olan siyasal hayatın düzenlenmesi, devlet düzeyindeki siyasi fonksiyonlarının performansının takibi, siyasal sistemlerin ve siyasal pratiğin geliştirilmesi veya kitlelerin demokrasi değerlerini temsil etmeleriyle beraber etkileşimde daha demokratik olmaları, insan onurunu, taleplerini dikkate almalarını ve toplumun fertleri arasında siyasal eşitliği sağlamak olarak da tanımlanmaktadır.

Siyasi katılım ve insan gelişimi arasındaki ilişki, birincisinin ikinciyi elde etmek için gerekli olmasıdır. Toplumsal kesimlerin aktif katılımı olmaksızın kalkınma hedeflerinin gerçekleşmesi mümkün değildir. Etnik, bölgesel ve sosyal olarak toplumun tüm kesiminin katılımı olmadan bu amaçların gerçekleşmesi söz konusu değildir.²⁹⁴

Dolayısıyla siyasi katılım, demokrasinin temel gereksinimidir denilebilir. Siyasi sürece insanlar tarafından siyasi katılımın artması, demokrasinin gerçek anlamını temsil ettiğinin bir göstergesidir. Etkili siyasi katılıma ulaşabilmek için yargı yoluyla farkındalık yaratmak da dahil olmak üzere bunu başarmak için bir dizi eylemler gereklidir. Örneğin; cehalet ve geri kalmışlığı ortadan kaldırmak, medya özgürlüğünü, fikir ve ifade özgürlüğü

²⁹⁰ Kazarda, a.g.e., s.13

²⁹¹ Kazarda, a.g.e., s.6.

²⁹² Bağdadi A. İ.(1993). *Afrika'da Milli Birlik ve Azınlık Sorunları, Arap Birliği Araştırmaları Merkezi*. Beyrut, 288.

²⁹³ Kazarda, a.g.e., s.9.

²⁹⁴ Bağdadi, a.g.e., s. 288.

güçlendirmek ve partilerin siyasi örgütlerini aktif hale getirmek ve devlet kurum ve kuruluşlarının rolünün etkinleştirilmesi gerekir. Önemli bir araç olarak sivil toplum kuruluşlarının, hükümet çalışmalarını izlemek gibi ve en az iyileşme elde etmek için siyasi oluşumların faaliyetlerini denetlemek gibi görevleri vardır. Bu nedenle siyasi katılımın sağlanması için en az yukarıda belirtilen şartların sağlanması gerekir. İyileşme yapıldığı durumda kitleler tarafından etkili siyasi katılımın varlığından bahsetmek mümkün olacaktır.²⁹⁵

1. Katılım, kamu politikası belirleme, karar verme, uygulama ve uygulama konularında daha fazla halk katılımı anlamına gelir.
2. Katılım, siyasi sistemin ve kurumlarının yapısının yeniden yapılandırılması, organizasyonu ve halkın siyasi sürece ve faaliyetlerine daha geniş katılımının sağlanması anlamına gelir.
3. Siyasal katılım herhangi bir toplumda siyasi iktidarın meşrulaştırılması için temel ölçütlerden biridir.
4. Siyasal katılım, kurumlara halkın görüş, istek ve eğilimlerini belirleme fırsatı sağlar.
5. Siyasal katılım, toplum içinde güvenlik ve istikrar sağlamaktadır.
6. Siyasal katılım, halkın genel iradesini temsil eder.
7. Siyasal katılım, zulmün, egemenliğin ve iktidarın tekelleşmesinin ortadan kaldırılması anlamına gelir.
8. Siyasal katılım, toplumdaki gelişmenin bir ön şartıdır.
9. Siyasal katılım, herkesin ulusal birliğini oluşturmak ve başarmak için önemli bir rol oynaması demektir.

Yukarıdakilerden anlaşılacağı üzere ülkenin tüm vatandaşları hem doğrudan hem de temsilcileri aracılığıyla, önemli kararları alma sürecine katılma ve ülkenin işlerini yönetme fırsatına sahiptir.²⁹⁶

Özellikle bahsi geçen kavramlar, bizi ‘siyasi katılımın, vatandaşın içinde bulunduğu farklı durumlara ve meselelere karşı düşüncesini açıklayabildiği siyasi bir yol ve gereç olduğu veya çeşitli konularda tutumunu ifade etmesine olanak tanıyan bir sistem olduğu, siyasi

El Şammari H. H. K. (2010). *Demokratik Gelişme ve Siyasi Gelişimin Unsurları*, Kurumun Web Sitesi ²⁹⁵
 Mevcuttur; <http://www.balagh.com/mosoa/eqtsad/ri07f615.htm> Erişim Tarihi: 02 MART 2010.
²⁹⁶ Abbas M.A.(1990). *Üçüncü Dünyada Siyasal Kalkınma, Katılım Krizi, Kalkınma Sorunları Deneyimleri*. Bağdat: Darül Hikmet, 92.

karar alma ve bu yönde endişelerini ifade edebilmesi gerektiği, seçilmiş siyasi oluşumları temsil yoluyla veya onların bir parçası olarak etkin siyasi katılımı gerçekleştirebileceği' düşüncesine taşımaktadır.²⁹⁷ Çünkü bireyler ve onların siyasi pozisyonlara yönelik tutumları ve üzerindeki etkileri, bir güçtür ve de otorite olarak bugün siyasi durumun belirlenmesinde medyanın önemi yadsınamaz. Medya, toplumun zevk anlayışını ve tüm yaşam tarzını etkilemektedir.²⁹⁸

Hiç şüphe yok ki birçok çalışma ve araştırma, medyanın toplumdaki siyasi role nasıl katkıda bulunabileceğini veya toplumda siyasi gelişmeyi sağlama rolünü tanımlamaya çalışmıştır. Bu araştırmalar farklı sonuçlar ortaya koymaktadır, bazıları bu gereçlerin modernleştirilebileceğini söylerken, diğer araştırmalar ise bu etkinin çok yararlı olmadığını göstermekte, bazı araştırmalar da toplumdaki siyasi realitede medya gereçlerinin oynadığı rolün büyüklüğünün etkisini ortaya koymaktadır.²⁹⁹

Siyasi katılım, toplumda siyasi gelişme sürecinin altında yatan unsurlardan hayati öneme sahip bir unsurdur. Medya da siyasi gerçeklik çerçevesinde siyasi katılımın büyük ölçüde vatandaşlar tarafından gerçekleştirilmesine katkıda bulunabilir. Medya kullanımı toplumdaki fertlerin çoğunluğunun bir davranışı haline gelmiştir.³⁰⁰ Toplumdaki fertlerin birçoğunun özelliği haline gelen negatif düşünme eylemi, onların toplumdaki siyasi olayları etkilememesine sebep olur. Negatif düşünme eylemini gerçekleştiren bireylerin gerçek bir siyasi gelişme ve bir resmiyeti elde etmek isteyen herhangi bir toplumda değişimin, siyasi süreçlerin gerektirdiği siyasi bir hareketin durumunda hiçbir rolleri yoktur, onlar sessiz çoğunluktur.³⁰¹ Ancak medya bu bireylere yön verebilir ve onların siyasi süreçlerde aktif rol oynamalarını sağlayabilir.

John Merrill, veri tabanının oluşmasında medyanın büyük bir etkisi olduğunu, ayrıca sektörlerin gündemini belirlemesinde etkili olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca bu medya

²⁹⁷ Laroussi R. (2007). *Cezayir'de Siyasi Katılım ve Çok Partili Deneyim*. Cezayir: Kurtuba Kitabevi, Birinci Baskı, 32.

²⁹⁸ Kazarda, a.g.e., s.49.

²⁹⁹ Abu Halif A. K. (20 Haziran 2010). Siyasi Katılım Etkinleştirmede Irak Medyasının Rolü, Irak'ta Günlük Çıkan Siyasi Al-Sabah Gazetesi, Gazetenin İnternet Sitesinde Bulunan Elektronik Versiyonunu Görüntülemek İçin; <http://www.alsabaah.com/index.php> TARİHİ: 4 MART 2010.

³⁰⁰ Abu Halif A. K. (20 Haziran 2010). Siyasi Katılım Etkinleştirmede Irak Medyasının Rolü, Irak'ta Günlük Çıkan Siyasi Al-Sabah Gazetesi, Gazetenin İnternet Sitesinde Bulunan Elektronik Versiyonunu Görüntülemek İçin; <http://www.alsabaah.com/index.php> TARİHİ: 4 MART 2010.

³⁰¹ Kazarda, a.g.e., s.54.

araçlarının etkisi davranış alanında da kendisini göstermektedir. John Makintla, medyanın siyasi gelişim alanında oynadığı rolü dört başlıkta açıklamaktadır. Bunlar;³⁰²

1. Medyanın politik gelişme süreci üzerinde hiçbir etkisinin olmadığı karamsarlık eğilimi
2. Medyanın toplumdaki siyasal gelişimi sağlamada etkin ve etkili bir rolü olduğu hevesli/istekli eğilimi
3. Uyarı Eğilimi: Medyanın rolünü ve toplumdaki siyasi gelişmeyi sağlamadaki yeteneği ve kanaat önderlerinin toplumdaki etkisini birleştirmek
4. Gerçekçi / Realite Eğilimi: Medyanın politik gelişme alanındaki etkisinin toplumun genel şartlarına ve özellikle bu araçların koşullarına bağlı olduğuna inanmaktır.

Medyanın siyasi katılıma ne derece katkıda bulunabileceği veya sessiz çoğunluğun etkin çoğunluk haline nasıl geldiğine odaklanmaya çalışırsak, bu rol aşağıdaki unsurlara bağlıdır:

1. Siyasal arenada bu araçların reel olarak ne kadar var olduğu ve hedeflenen kitlelere ulaşmadaki kapasitesinin boyutu
2. Bilgi kaynağı olarak görülen bu araçlara halkın güvenilirlik boyutu
3. Bu araçlarla halkın ihtiyaçlarına göre nesnellik ve samimiyet ölçüsünde, bu kitlenin içinde bulunduğu gerçekliğe yakın ve uyumlu bir şekilde kitlenin doğasına uygun medya mesajları
4. Toplumla medya araçları arasında tam bir entegrasyon ve uyum olmalıdır. Nitekim bazı medya araçları siyasi katılım sürecinde medyanın etkisini azaltabilir. Medya araçları arasındaki koordinasyon eksikliğinin azaltılması veya ortadan kaldırılması mesajlarla hedef kitlelere ulaşılmasına yardımcı olur.
5. Siyasi katılımın oluşmasına yardımcı olacak ortamın yaratılması için toplumda ekonomik, sosyal ve kültürel koşulların uygun olması gerekir. Çünkü bu alanlar bütün sistem olarak toplumun bir parçasıdır ve bir bütün olarak, toplumun tüm unsurları hazırlanmadan her bir alandan münferit bir rol beklenemez.
6. Medyanın, toplumun farklı sektörlerine objektif bir gündem sunma konusundaki başarısı, yalnızca hedef kitleye olan güvenini kazanmakla mümkün olacaktır.

³⁰² Abu Halif A. K. (20 Haziran 2010). Siyasi Katılım Etkinleştirmede Irak Medyasının Rolü, Irak'ta Günlük Çıkan Siyasi Al-Sabah Gazetesi, Gazetenin İnternet Sitesinde Bulunan Elektronik Versiyonunu Görüntülemek İçin; <http://www.alsabaah.com/index.php> TARİHİ: 4 MART 2010.

7. Toplumdaki siyasal katılım düşüncesini tetiklemede medya araçlarının başarısı, kitlelere acil teşvikler oluşturarak gerçekleştirilebilir. Kitlenin, uzun süreden beri zihninde biriken ilgisizlik ve negatif durumun dışına çıkartılması gerekir.³⁰³ Bu izolasyon sorununun özellikleri dikkate alınarak medyanın mesajlarının etkinliğini artırmak, iletilerin gücünden yararlanmak için sabır gerekir. Dikkatli, sıralı, dengeli bilgilendirme kampanyalarıyla, medya mesajının hazırlanmasında yoğun bir çalışma gerekmektedir. Kamunun bu alandaki rolünü arttırmak için radyo ve televizyon gibi iletişim araçları etkinleştirilip siyasal katılımın artırılması gerekir. Bu medya gereçleri, halkı etkili pozitif davranışa itecek ve siyasal katılıma teşvik edecektir.³⁰⁴

Toplumda meydana gelen siyasal olaylara yönelik halkın görüşlerini ve eğilimlerini anlamak / belirlemek için sürekli ve çeşitli olarak anket çalışmaları yapılmalıdır. Ancak bu çalışmalar, belirli ve karakterize olmuş bir olayla irtibatlandırılmadan sadece medya mesajıyla ilgili keşifler yapmak amacıyla ve de toplumdaki fertlerin politik katılımlarını etkinleştirmek amacıyla yapılmalıdır.³⁰⁵

Medyanın yanı sıra olayların nesnel ve mantıksal olarak eğiliminin tarafsızlığı üzerinde durmak gerekir.³⁰⁶

Standart, tanınmış ve özellikleri belli bir medya siyasetinin benimsenmesi, belirli bir partinin siyasal propagandasını yapmayı reddetme zorunluluğu vurgulanmaktadır ki böylece farklı basın araçları arasında bir çelişki ortaya çıkmasın. Bunun yanı sıra medyanın, benimsenecek olan bu medya siyaseti ile medyanın sağladığı siyasal, sosyal, ulusal ve sivil programların boyutunu arttırarak siyasal bilinci geliştirmesi ve medyanın mesajını toplumun gelenek ve göreneklerine uygun bir biçimde sunması gerekmektedir.³⁰⁷

İletişim araçları, bilgisayarlar ve bilgi teknolojisindeki devrim, özellikle iletişim ve bilgi sektörü ile diğer sosyal sektörler arasındaki etkileşimli ilişkilerin önemli ölçüde büyümesi

³⁰³ Abu Halif A. K. (20 Haziran 2010). Siyasi Katılım Etkinleştirmede Irak Medyasının Rolü, Irak'ta Günlük Çıkan Siyasi Al-Sabah Gazetesi, Gazetenin İnternet Sitesinde Bulunan Elektronik Versiyonunu Görüntülemek İçin; <http://www.alsabaah.com/index.php> TARİHİ: 4 MART 2010.

³⁰⁴ Abu Halif A. K. (20 Haziran 2010). Siyasi Katılım Etkinleştirmede Irak Medyasının Rolü, Irak'ta Günlük Çıkan Siyasi Al-Sabah Gazetesi, Gazetenin İnternet Sitesinde Bulunan Elektronik Versiyonunu Görüntülemek İçin; <http://www.alsabaah.com/index.php> TARİHİ: 4 MART 2010.

³⁰⁵ Hisani R. (2007). *Medya Bilimi ve İletişme Giriş – Küresel Basın Çağında Temel Kavramlar ve Yeni Fonksiyonlar*. Cezayir: Matbuatul Kitabı ve Hikmet, Baskı1, 213,96.

³⁰⁶ Hisani, a.g.e., S. 89

³⁰⁷ Kazarda a.g.e., s. 37.

ile ilgili olarak çok büyük sosyal değişimler getirmiştir. Bu durum 20. yüzyılın son çeyreğinde bariz bir şekilde ortaya çıkmıştır. Teknolojik olarak gelişmiş toplumlar, olayların, yerel ve uluslararası meselelerin günlük ve canlı haberlerini taşıyan bilgi toplumları olarak nitelendirilmektedir.³⁰⁸

Tüm sivil toplum kuruluşlarında, devlet işlerinin şeffaf bir şekilde yürütülmesi için bir garanti araç olması itibariyle vatandaşlık ruhunun geliştirilmesinde medya araçları önemli bir rol oynamaktadır. Medya araçları demokratik toplumlarda sosyo-siyasal hayata entegre edilmiş bir parça değerindedir ve kamusal alanda önemli bir konuma sahiptir.³⁰⁹ Ancak medyanın bağımsızlığı, doğası gereği bir garanti niteliği taşır. Nitekim demokratik ülkelerde ifade özgürlüğü, medya araçlarına önemli ölçüde kamu adına alınan kararları etkileme olanağı verir. Ancak yarı demokratik ülkelerde anayasalar ifade özgürlüğüne dayanmasına rağmen karar almada, toplumun siyasi otoriteye sesini duyurmasında ve yönetime katılmasında, etki bakımından, demokratik faaliyetler önünde engel teşkil etmektedir.³¹⁰

Arkasında yeni bir olgu/realite bırakan bilgi ve iletişim teknolojileri devrimi, iktidar derecesi ne olursa olsun siyasi bir sistemin gücünün gölgesinde sayılır ve faaliyetlerini gizler veya gerçekleri dış dünyadan gizler. Ayrıca bu tür bir sistem, demokrasiye geçişte bulaşıcı etki olarak da isimlendirilebilir.³¹¹

Küreselleşme, ülkeler ve devletlere karşı yeni bir realiteyi zorunlu kılmakta ve bu ülkelerde kullanılan yeni medya araçları, bu ülkelerin siyasal ve sosyolojik alanda görünümü güçlendirmede önemli bir rol oynamaktadır. Etkin bir güç olarak uluslararası siyasi arenada gayri resmi özel kuruluşların oynadığı rol Rio de Janeiro'daki Dünya Zirvesi, Pekin'deki Kadın Konferansı ve Viyana İnsan Hakları Konferansı gibi konferansları etkilemiştir. Tanınmış sivil toplum kuruluşlarına örnek verecek olursak; Greenpeace, Uluslararası Af Örgütü, İnsan Hakları ve birçok kadın örgütü ve çevre örgütleri... 1990'lı yıllarda sivil toplum kuruluşlarının sayısı artmıştır ve bu kuruluşlar ülkelerden tamamen bağımsız hale gelmiştir. Bu örgütlerin faaliyet ve işlerini kontrol eden ve insan hakları,

³⁰⁸ Abbas M.A.(1990). *Üçüncü Dünyada Siyasal Kalkınma, Katılım Krizi, Kalkınma Sorunları Deneyimleri*. Bağdat: Darül Hikmet, 92.

³⁰⁹ Hisani, a.g.e., S. 89

³¹⁰ Ghani Ş.(2010). Siyasal Katılımın Güçlendirilmesinde Sivil Toplum Örgütlerinin Rolü, Verkale Üniversitesin, *Hukuk ve Siyasal Bilimler Fakültesinden Çıkan Siyaset ve Kanun Defteri Adli Dergi*, Sayı 02 Ocak, Cezayir, 4

³¹¹ Hisani, a.g.e., S. 196.

çevre ve sosyal konular alanlarında devletlerin faaliyet ve politikalarını izleyen küresel bir sivil toplum yaratılmıştır.³¹² Bu gelişmeden sonra ulusal yönetimler, dâhili genişlemeleri, kamuoyunu etkilemedeki güçlü rolü ve kitleleri harekete geçirme gücü nedeniyle bu örgütlere karşı çok dikkatli davranmışlardır.

Ulusal hükümetler bazen politik katılımın etkinleşmesine katkıda bulunmuşlar ve katılımı kısıtlamakta olan güvenlik hizmetlerini başarısız hale getiren, küreselleşmenin dayattığı yeni küresel durumdan faydalanmışlardır. Bu sayede politikacılar kuruluşların güvenini kazanmak için çalışmışlardır. Var olan demokratik atmosfer politikacılara bu sivil toplum kuruluşlarını karar alma sürecinde, bazen seçmenleri etkilemede ya da yasayı kendi lehine kullanmada esas bir katılımcı/ortak olarak görmeyi zorunlu kılmıştır.

Ayrıca bu sivil toplum kuruluşlarının gücü, devlet içerisinde ki veya daha fazla taraftar kazanmak amacıyla basın özgürlüğü kavramını kullanarak, uluslararası/küresel bir koordinasyon üzerinden sağladığı katılımcılar ile görülmektedir. Elektronik siteler açılarak internet ağı gibi mümkün olan tüm iletişim araçları kullanılmış veya tartışma yaratacak şekilde gazetelere ilanlar verilmiş ve manşetler attırılmıştır. Örnek olarak şu verilebilir; nükleer faaliyetlerini kapatması için alman hükümetine baskı yapmakta olan çevre koruma örgütlerinin yürüttüğü faaliyetler.³¹³

Arap dünyasında ise bazı kadın dernekleri aile hukuku, kişisel statü kanunları ve diğerleri üzerinde değişiklik yapılması için uluslararası kadın örgütleriyle iş birliği içinde çalışmalar yürütmüştür.³¹⁴

Bu durum medyanın ve yeni medya teknolojilerinin, dünyanın birçok ülkesinde yeni aktörlerin siyasi karar alma süreçlerine katılım rolünü aktarmadaki katkısıdır.

Yine bu durumlar göstermektedir ki medya ve yeni medya teknolojileri, sivil toplum aktivistlerinin, hükümetlerine büyük etki ve baskı uygulayacak şekilde bir güç elde etmesine neden olmuştur.³¹⁵

³¹² Hisani, a.g.e., S. 198.

³¹³ Abbas, a.g.e., s. 104.

³¹⁴ Ahmed Kaml Abu Halif, 2010, Siyasi Katılım Etkinleştirmede Irak Medyasının Rolü, Irak'ta Günlük Çıkan Siyasi Al-Sabah Gazetesi, Gazete Sayısı : (1992 Pazar 20 Haziran 2010), Gazetenin İnternet Sitesinde Bulunan Elektronik Versiyonunu Görüntülemek İçin; <http://www.alsabaah.com/index.php> TARİHİ: 4 MART 2010.

4. SOSYAL MEDYANIN KULLANICILAR ÜZERİNDE SİYASİ BİLİNÇ OLİŞTURMA ETKİSİ: IRAK SELAHADDİN ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

Bu araştırmanın konusu; Sosyal medya ağları ve bu ağların özellikleri, siyasal bilinç ve siyasal bilincin oluşmasında sosyal medya ağlarının etkisi, Twitter, Facebook ve YouTube gibi sosyal medya ağlarında yapılan siyasal içerikli paylaşımların üniversite öğrencilerinin politik düşünceleri üzerindeki yönlendirici etkisini anlamaktır.

Bu çalışmada sosyal medyanın kamuoyu yaratma gücünün geleneksel medyadan daha fazla olduğu yönündeki görüşler göz önünde bulundurularak sosyal medyanın bireylerin siyasal bilinçlerini derinleştirip derinleştirmedeği tartışılacaktır. Çalışma ile lisans üstü eğitimi alan üniversite öğrencisi sosyal medya kullanıcılarının, sosyal medya kullanma pratikleri, alışkanlıkları ve bu alışkanlıkların kendilerini politik anlamda ne düzeyde etkilediğini ortaya koyabilmeyi amaçlanmaktadır. Çalışmanın bir diğer amacı Twitter, Facebook ve Youtube gibi bilinen sosyal medya uygulamalarında üretilen içeriklerin, alımlayıcı üzerinde siyasal anlamda ne yönde bir etki gösterdiğini incelemektir.

Konu incelenirken veri toplama tekniği olarak literatür taramasının yanı sıra anket kullanılmıştır. Ankette Erbil Salahaddin Üniversitesi'nde lisans ve lisansüstü eğitimi alan, aktif sosyal medya kullanıcıları arasından 400 kişi seçilip onlara anket uygulamasında sosyal medya kullanıcılarına araştırma problemleri ekseninde sorular sorulmuştur. Anketten elde edilen verilere göre, araştırma evreni hakkında genel bir yargı elde edilmiştir. Sonuçlar değerlendirildikten sonra araştırma ile ilgili nicel ve nitel verilere dayalı çalışmaların kuramsal bölümünde kavramların üzerinde durulmuştur.

Çalışmada yer alan bireylere ait demografik bilgileri ölçen yaş, ikamet yeri, cinsiyet, eğitim durumu, fakülte olan kategorik değişkenlere ait sayı ve yüzde dağılımları verildi ve ilgili değişkenlere ait pasta grafikleri çizildi.

Bireylere ait sosyal medya bilgilerini ölçen sorulara verilen cevapların sayı ve yüzde dağılımları hesaplandı.

³¹⁵ Hisani, a.g.e., s. 198.

Çalışmada kullanılan ölçeğe ait sayı ve yüzde değerleri hesaplandı. Bireylere ait yaş grupları, ikamet yerleri, cinsiyetleri, eğitim durumları, fakülte bilgileri bazında ölçeğe verilen cevapların istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterip göstermediğini analiz etmek amacıyla Ki – Kare Karşılaştırma testleri uygulandı. Anlamlı farklılık gösteren maddelere grafikler çizildi.

İstatistiksel analizler ve hesaplamalar için IBM SPSS Statistics 21.0 (IBM Corp. Released 2012. IBM SPSS Statistics for Windows, Version 21.0. Armonk, NY: IBM Corp.) kullanıldı.

İstatistiksel anlamlılık düzeyi $p < 0,05$ olarak kabul edildi.

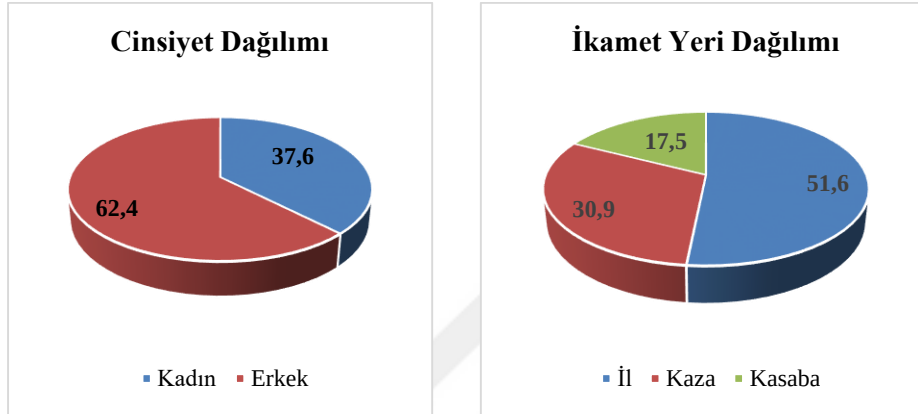
4.1. Demografik Bilgiler

Çalışmaya katılan bireylerin %62,4'ü ($n=232$) erkek, %37,6'sı kadın ($n=140$) olarak hesaplanmıştır. Bireylerin 192'sinin ikamet yeri il, 115'inin ikamet yeri kaza, 65'inin ikamet yeri kasabadır. Bireylerin 359'u lisans, 13'ü yüksek lisans mezunu olup, 84'ü pozitif bilimler fakültesinde, 288'i Beşerî Bilimler fakültesinde öğrenim görmüşlerdir. Bireylerin yaş aralığına bakıldığında 59'u 18-20 yaş aralığında, 288'i 21-25 yaş aralığında ve 25'i ise 26-30 yaş aralığında yer almaktadır (Çizelge 4.1).

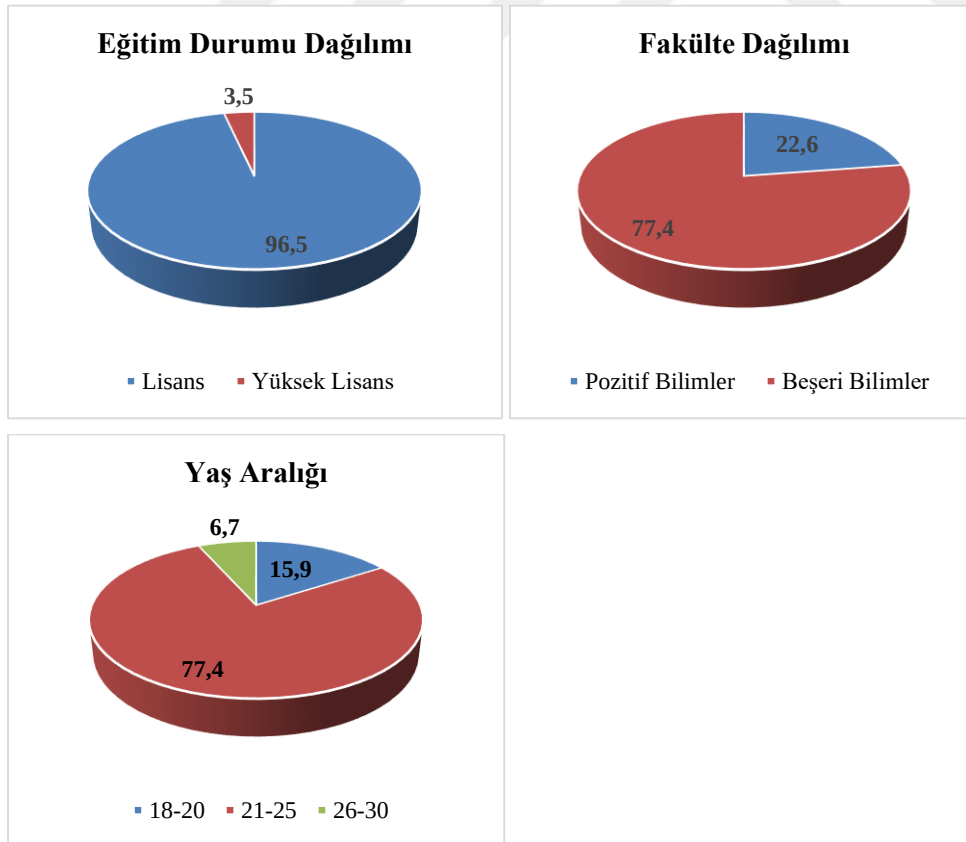
Çizelge 4.1. Demografik Bilgilere ait sayı ve yüzde dağılımı

Demografik Bilgiler	Sayı (n)	Yüzde (%)
Cinsiyetiniz		
Erkek	232	62,4
Kadın	140	37,6
Toplam	372	100.0
İkamet Yeriniz		
İl	192	51,6
Kaza	115	30,9
Kasaba	65	17,5
Toplam	372	100.0
Eğitim Durumunuz		
Lisans	359	96,5
Yüksek Lisans	13	3,5
Toplam	372	100.0
Fakülteniz		
Pozitif Bilimler	84	22,6
Beşeri Bilimler	288	77,4

Toplam	372	100.0
Yaş Aralığınız		
18-20	59	15,9
21-25	288	77,4
26-30	25	6,7
Toplam	372	100.0



Şekil 4.1. Genel bazda cinsiyet ve ikamet yeri dağılımı



Şekil 4.2. Genel bazda eğitim durumu, fakülte dağılımı ve yaş aralığı dağılımı

4.2. Sosyal Medya Kullanım Bilgileri

Çalışmada yer alan bireylerin 289'unun evde bilgisayara varken, 83'ünün yok, 337'sinin akıllı telefonu var iken, 35'inin yok ve bireylerin tamamı (n=372) internet kullanmaktadır.

Bireylerin çoğu interneti evde kullanmaktadır ve çoğunlukla eğlence, sosyal medya amacıyla kullanılmaktadırlar. (Çizelge 4.2)

Araştırmaya katılan bireylere “Her oturumda internet sayfaları gezintisinde ne kadar vakit geçiriyorsunuz?” sorusu sorulduğunda 66'sı 30 dakikadan az, 69'u 30 dakika – 1 saat arası, 137'si 1-2 saat arası, 60'ı 2-3 saat arası, 40'ı 4 saat ve üstü olarak cevap vermişlerdir. Bireylerin çoğunluğunun Facebook hesabı mevcuttur. “Sosyal medya ağlarında (F.T.Y) günlük ne kadar zaman harcıyorsunuz?” sorusuna 192'si 1saatten az, 145'i 1-3 saat arası, 21'i 4-6 saat arası ve 14'ü Daha fazlası cevabını vermişlerdir. (Çizelge 4.2)

Çizelge 4.2. Sosyal Medya kullanımına ait sayı ve yüzde dağılımı

Sosyal Medya Kullanım Bilgileri	Sayı (n)	Yüzde (%)
Evde bilgisayarınız var mı?		
Evet	289	77,7
Hayır	83	22,3
Toplam	372	100.00
Akıllı telefonunuz var mı?		
Evet	337	90,6
Hayır	35	9,4
Toplam	372	100.00
İnternet kullanıyor musunuz?		
Evet	372	100,0
Hayır	-	-
Toplam	372	100.00
İnterneti daha çok nerede kullanıyorsunuz?		
Evde		
Evet	271	72,8
Hayır	101	27,2
Toplam	372	100.00
Üniversitede		
Evet	75	20,2
Hayır	297	79,8
Toplam	372	100.00
İnternet cafe		
Evet	47	12,6
Hayır	325	87,4
Toplam	372	100.00
Cep telefonunda		
Evet	86	23,1
Hayır	286	76,9
Toplam	372	100.00

Diğer		
Evet	4	1,1
Hayır	368	98,9
Toplam	372	100.00
İnterneti kullanma nedenlerin nelerdir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)		
Araştırma ve çalışmalar		
Evet	34	9,1
Hayır	338	90,9
Toplam	372	100.00
Eğlence ve vakit geçirme		
Evet	107	28,8
Hayır	265	71,2
Toplam	372	100.00
Yetenek ve bilgi kazanma		
Evet	81	21,8
Hayır	291	78,2
Toplam	372	
Haber ve yenilikleri takip etme		100.00
Evet	56	15,1
Hayır	316	84,9
Toplam	372	100.00
Sosyal Medya		
Evet	291	78,2
Hayır	81	21,8
Toplam	372	100.00
Hepsi		
Evet	10	2,7
Hayır	362	97,3
Toplam	372	100.00
Diğer		
Evet	-	-
Hayır	372	100,0
Toplam	372	100.00
Her oturumda internet sayfaları gezintisinde ne kadar vakit geçiriyorsunuz?		
<30 dakikadan az	66	17,8
30 dakika – 1 saat arası	69	18,5
1-2 saat arası	137	36,8
2-3 saat arası	60	16,1
4 saat ve üstü	40	10,8
Toplam	372	100.00
Aşağıda belirten sosyal medya ağlarından hangisine üyesiniz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)		
Youtube		
Evet	50	13,4
Hayır	322	86,6
Toplam	372	100.00
Twitter		
Evet	42	11,3
Hayır	330	88,7
Toplam	372	100.00
Facebook		
Evet	334	90,0
Hayır	37	10,0
Toplam	371	100.00
Değilim		
Evet	27	7,3
Hayır	345	92,7
Toplam	372	100.00
Sosyal medya ağlarında (F.T.Y) günlük ne kadar zaman harcıyorsunuz?		

1saatten az	192	51,6
1-3 saat arası	145	39,0
4-6 saat arası	21	5,6
Daha fazlası	14	3,8
Toplam	372	100,00

Bireylerin diğer sosyal medya kullanım bilgilerine baktığımızda; “Sosyal medya ağlarının (F.T.Y) Arap siyaset sahnesinde birtakım değişikliklerin oluşmasında etkili olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusuna 287’si evet, 80’i hayır, “Sosyal medya ağlarını (F.T.Y) devlete destek vermek için kullanıyor musunuz?” 138’i evet, 218’i hayır, “Sosyal medya ağlarına (F.T.Y) katılmanda Arap ülkelerinde yaşanan değişikliklerin etkisi var mı?” sorusuna ise 197’si evet, 164’ü hayır cevabını vermişlerdir.

Çalışmaya katılan bireylere “Irak’ta yaşanan olaylar neticesinde, sosyal medya ağlarını (F.T.Y) kullanma süren nasıl etkilendi?” sorusu sorulduğunda 238’i sosyal medya ağlarını kullanmam arttı, 14’ü sosyal medya ağlarını kullanmam azaldı, 118’i ise sosyal medya ağlarını kullanmam etkilenmedi cevabını verdikleri saptanmıştır.

“Şu anda Irak’ta yaşanan olaylarla ilgili sosyal medya ağlarında her hangi bir elektronik faaliyetlerde bulundun mu?” sorusuna bireylerin 175’i evet, 196’sı hayır cevabını vermiş, evet cevabı veren 175 bireye “Ne tür bir etkinleşmeydi?” sorusu sorulduğunda ise “Şuan Irak’ta yaşanan olaylar ile ilgili bir sayfa oluşturdum.” maddesine bireylerin 79’u evet, 292’si hayır, “Daha önce bahsedilenlerle ilgili bazı sayfalarda bazı etkinliklere yorum yaptım.” maddesine 57’si evet, 315’i hayır, “Belirli bir fotoğraf ya da kayıt yayınladım.” maddesine bireylerin 115’i evet, 257’si hayır, “Irak sahasında yaşanan olaylar ile ilgili haberler yayınladım.” maddesine 142’si evet, 230’u hayır cevabını verdikleri saptanmıştır.

Araştırmaya katılan bireylere “Siyasi bilinçlenmeniz sosyal medya ağları (F.T.Y) kullanımınızla arttı mı?” sorusu sorulduğunda 220 birey evet, 150 birey hayır cevabını vermiştir. (Çizelge 4.3)

Çizelge 4.3. Sosyal Medya kullanımına ait sayı ve yüzde dağılımı

Sosyal Medya Kullanım Bilgileri	Sayı (n)	Yüzde (%)
Sosyal medya ağlarının (F.T.Y) Arap siyaset sahnesinde birtakım değişikliklerin oluşmasında etkili olduğunu düşünüyor musunuz?		
Evet	287	78,2
Hayır	80	21,8
Toplam	367	100.00
Sosyal medya ağlarını (F.T.Y) devlete destek vermek için kullanıyor musunuz?		
Evet	138	38,8
Hayır	218	61,2
Toplam	356	100.00
Sosyal medya ağlarına (F.T.Y) katılmanda Arap ülkelerinde yaşanan değişikliklerin etkisi var mı?		
Evet	197	54,6
Hayır	164	45,4
Toplam	361	100.00
Irak'ta yaşanan olaylar neticesinde, Sosyal medya ağlarını (F.T.Y) kullanma süren nasıl etkilendi?		
Sosyal medya ağlarını kullanmam arttı	238	64,3
Sosyal medya ağlarını kullanmam azaldı	14	3,8
Sosyal medya ağlarını kullanmam etkilendi	118	31,9
Toplam	370	100.00
Şu anda Irak'ta yaşanan olaylarla ilgili sosyal medya ağlarında her hangi bir elektronik faaliyetlerde bulundun mu?		
Evet	175	47,2
Hayır	196	52,8
Toplam	371	100.00
Eğer cevabın evetse, ne tür bir etkinleşmeydi?		
Şuan Irak'ta yaşanan olaylar ile ilgili bir sayfa oluşturdum.		
Evet	79	21,5
Hayır	292	78,5
Toplam	371	100.00
Daha önce bahsedilenlerle ilgili bazı sayfalarda bazı etkinliklere yorum yaptım.		
Evet	57	15,3
Hayır	315	84,7
Toplam	372	100.00
Belirli bir fotoğraf ya da kayıt yayınladım.		
Evet	115	30,9
Hayır	257	69,1
Toplam	372	100.00
Irak sahasında yaşanan olaylar ile ilgili haberler yayınladım.		
Evet	142	38,2
Hayır	230	61,8
Toplam	372	100.00
Siyasi bilinçlenmeniz sosyal medya ağları (F.T.Y) kullanımınızla arttı mı?		
Evet	220	59,5
Hayır	150	40,5
Toplam	370	100.00

Çalışmada yer alan bireylere “Sosyal medya ağlarını takip etme ve ilgilenmenin nedenleri nelerdir?” sorusu sorulduğunda “Yerli ve uluslararası haberleri öğrenme ve takip etme” maddesine 153 birey evet, 217 birey hayır, “Göz atmayı sevme” maddesine 157 birey evet, 215 birey hayır, “Haberin hızlı bir şekilde taşınması” maddesine 66 birey evet, 306 birey hayır, “Haberlerin sürekli güncellenmesi” maddesine 33 birey evet, 339 birey hayır, “Eğlence ve teselli” maddesine 90 birey evet, 282 birey hayır, “Harç ödemeye gerek bulunmaması” maddesine 6 birey evet, 366 birey hayır ve diğer maddesine 5 kişi evet, 367 kişi hayır cevabını vermişlerdir.

“Sosyal medya ağları, Mısır, Tunus, Libya ve son olarak Suriye’de gerçekleşen Arap devrimleri, Irak’ta siyasi bilinci hareket ettirme açısından benzer rolü üstlenmiştir” maddesine bireylerin 134’ü evet, 237’si hayır cevabı vermiş olup, evet cevabı veren 134 kişiye “O zaman sizin fikrinize göre ne değişti?” sorusuna “Sosyal medya ağlarından başka araçları kullanmaya başladılar.” Cevabı veren 126 evet, 246 hayır, “Sosyal medya şirketlerinin politikalarını değiştirmesi uygunsuz kıldı.” maddesine 63 evet 309 hayır, “Sosyal medya ağlarını kullanmaya gerek kalmadı çünkü gazeteler ve geleneksel medya olayları yeterli bir şekilde dile getiriyor.” maddesine 67 evet, 305 hayır, diğer maddesine ise 41 evet, 331 hayır cevabı gelmiştir.

Bireylere “Görüşüne göre Irak’ta yaşanan olaylarda hangi sosyal medya ağı daha önemli bir rol oynadı?” sorusu sorulduğunda, kişilerin 259’u Facebook, 29’u Twitter, 20’si Youtube, 64’ü ise hiçbirinin önemli bir rol oynamadığını belirtmişlerdir. (Tablo 2.2)

Çizelge 4.4. Sosyal Medya kullanımına ait sayı ve yüzde dağılımı

Sosyal Medya Kullanım Bilgileri	Sayı (n)	Yüzde (%)
Sosyal medya ağlarını takip etme ve ilgilenmenin nedenleri nelerdir?		
Yerli ve uluslararası haberleri öğrenme ve takip etme		
Evet	153	41,5
Hayır	217	58,5
Toplam	370	100,0
Göz atmayı sevme		
Evet	157	42,2
Hayır	215	57,8
Toplam	372	100,0
Haberin hızlı bir şekilde taşınması		
Evet	66	17,7
Hayır	306	82,3
Toplam	372	100,0
Haberlerin sürekli güncellenmesi		
Evet	33	8,9
Hayır	339	91,1
Toplam	372	100,0

Eğlence ve teselli		
Evet	90	24,2
Hayır	282	75,8
Toplam	372	100,0
Harç ödemeye gerek bulunmaması		
Evet	6	1,6
Hayır	366	98,4
Toplam	372	100,0
Diğer		
Evet	5	1,3
Hayır	367	98,7
Toplam	372	100,0
Sosyal medya ağları, Mısır, Tunus, Libya ve son olarak Suriye’de gerçekleşen Arap devrimleri, Irak’ta siyasi bilinci hareket ettirme açısından benzer rolü üstlenmiştir?		
Evet	134	36,1
Hayır	237	63,9
Toplam	371	100,0
Eğer cevabın hayırsa, o zaman sizin fikrinize göre ne değişti? Sosyal medya ağlarından başka araçları kullanmaya başladılar.		
Evet	126	33,9
Hayır	246	66,1
Toplam	372	100,0
Sosyal medya şirketlerinin politikalarını değiştirmesi uygunsuz kıldı.		
Evet	63	16,9
Hayır	309	83,1
Toplam	372	100,0
Sosyal medya ağlarını kullanmaya gerek kalmadı çünkü gazeteler ve geleneksel medya olayları yeterli bir şekilde dile getiriyor.		
Evet	67	18,0
Hayır	305	82,0
Toplam	372	100,0
Diğer		
Evet	41	11,0
Hayır	331	89,0
Toplam	372	100,0
Görüşüne göre Irak’ta yaşanan olaylarda hangi sosyal medya ağı daha önemli bir rol oynadı?		
Facebook daha önemli bir rol oynadı.	257	69,5
Twitter daha önemli bir rol oynadı.	29	7,8
Youtube daha önemli bir rol oynadı.	20	5,4
Hiç birini daha önemli bir rolü olmadı	64	17,3
Toplam	370	100,0

Uygulanan ölçek maddelerine verilen cevaplara bakıldığında; “Üniversite eğitimi, sosyal medya ağlarını (F.T.Y) daha geniş anlamaya yardımcı olur.” maddesine kişilerin 193’kesinlikle katılıyorum cevabı vermişken, 31 ise tam zıttı olan kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiştir. (Çizelge 4.5).

“Sosyal medya ağlarına (F.T.Y) dosya ve video yüklüyorum.” maddesine bireylerin 173’ü kesinlikle katılıyorum, 163’ü katılıyorum, 11’i karasızım, 15’i katılmıyorum, 9’u kesinlikle katılmıyorum, “Sosyal medya ağları (F.T.Y) aracılığı ile yorumlara

katılıyorum.” maddesine ise 229 birey kesinlikle katılıyorum, 105’i katılıyorum, 23’ü kararsızım, 11’i katılmıyorum ve yalnızca 3’ü kesinlikle katılmıyorum cevaplarını vermişlerdir. (Çizelge 4.5).

Sosyal medyanın objektif ve güvenilir olduğunu düşünen 252 birey vardır. “Sosyal medya ağları (F.T.Y) gençlere ulaşmada ve onları dinlemede hızlı, aktif ve gerekli bir araçtır.” maddesine ise bireylerin 176’sı kesinlikle katılıyor, 172’si sadece katılıyor, 7’si bu konuda kararsız, 8’i katılmıyor, 5’i ise kesinlikle katılmadığını ifade etmişlerdir. (Çizelge 4.5).

“Gençlerin, sosyal medya ağlarına (F.T.Y) yönelmelerinin ana nedeni özgürlük alanını genişletmektir.” maddesine bireylerin çoğunluğu kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum cevabı vermişlerdir. (Çizelge 4.5).

Bireylere “Sosyal medya ağlarının (F.T.Y) yaygınlaşmasının nedeni, ağlara eğitilmiş ve kültürlü gençlerin rağbet göstermesindendir.” maddesi yönlendirildiğinde 171’i kesinlikle katılıyorum, 145’i katılıyorum, 14’ü kararsızım, 24’ü katılmıyorum, 18’i se kesinlikle katılmıyorum derken, “Sosyal medya ağları (F.T.Y) gençlerin düşünce ve vakitlerini ele geçirmiştir.” maddesine bireylerin 185’i kesinlikle katılıyorum, 169’u katılıyorum, az bir kısmı ise kararsızım, katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiştir. (Çizelge 4.5).

“Siyasi kararları veren yetkililerin, halkla iletişim kurmalar için sosyal medya sayfaları (F.T.Y) oluşturmalıdır.” maddesine bireylerin 132’si kesinlikle katılıyorum, 196’sı katılıyorum, 13’ü kararsızım, 19’u katılmıyorum ve 12’si kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiştir. (Çizelge 4.5)

“Siyasi kararları veren yetkililerin, halkla iletişim kurmalar için sosyal medya sayfaları (F.T.Y) oluşturmalıdır.” maddesine kişilerin 129’u kesinlikle katılıyorum, 93’ü katılıyorum, 47’si kararsızım, 58’i katılmıyorum ve 45’i kesinlikle katılmıyorum cevaplarını verdikleri saptanmıştır. (Çizelge 4.5)

Çalışmaya katılan bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) gündem konularını sunmak için en uygun yerdir.” maddesi yönlendirildiğinde 82 birey kesinlikle katılmıyorum, 146 birey

katılıyorum, 26 birey kararsızım, 86 birey katılmıyorum ve 31 birey kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiştir. (Çizelge 4.5)

Bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) insan medeniyetini yükseltmede bir araç oldu.” maddesi yönlendirildiğinde 131’i kesinlikle katılıyorum, 79’u katılıyorum, 18’i kararsızım, 78’i katılmıyorum, 66’sı kesinlikle katılmıyorum cevabı verirken “Sosyal medya ağları (F.T.Y) eleştiri yapma ve insanlar ile engel ve gözetim olmadan iletişim kurmamı sağladı.” maddesine ise bireylerin 118’i kesinlikle katılıyorum, 121’i katılıyorum, 34’ü kararsızım, 47’si katılmıyorum ve 52’si kesinlikle katılmıyorum cevabını verdikleri saptanmıştır. (Çizelge 4.5)

Çalışmaya katılan bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) Fikir alışverişi ve kişisel diyalog geliştirilmesine ilişkin yaratıcı düşünce ve bilgi özgürlüğünü teşvik etmede rol oynadı.” maddesi yönlendirildiğinde bireylerin 182’si kesinlikle katılıyorum, 117’si katılıyorum, 9’u kararsızım, 41’i katılmıyorum ve 20’si kesinlikle katılmıyorum cevabını vermişlerdir. (Çizelge 4.5)

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) siyasetçiler ile iletişim kurmama yardımcı oldu.” maddesine bireylerin 163’ü kesinlikle katılıyorum, 128’i katılıyorum, 19’u kararsızım, 15’i katılmıyorum, 47’si ise kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiştir. (Çizelge 4.5)

“Sosyal medya ağları (F.T.Y), belirli konular hakkında düşüncelerimi değiştirmeme katkıda bulundu.” maddesine bireylerin 77’si kesinlikle katılıyorum, 154’ü katılıyorum, 8’i kararsızım, 72’si katılmıyorum ve 59’u kesinlikle katılmıyorum cevabını verdikleri saptanmıştır. (Çizelge 4.5)

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) basit ve hızlı bilgilere ulaşmada önemli kaynaktır.” maddesine bireylerin 127’si kesinlikle katılıyorum, 194’ü katılıyorum, azınlığı ise kararsızım, katılmıyorum, kesinlikle katılmıyorum cevaplarını vermişlerdir. (Çizelge 4.5)

Bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) söylentilerin kaynağıdır.” maddesi yönlendirildiğinde; bireylerin 167’si kesinlikle katılıyorum, 129’u katılıyorum, 14’ü kararsızım, 28’i katılmıyorum, 34’ü kesinlikle katılmıyorum cevaplarını vermiş, “Sosyal medya ağları (F.T.Y) belirli konular ile ilgili homojen toplumlar yaratabilir.” maddesine

ise, bireylerin 258'i kesinlikle katılıyorum, 163'ü katılıyorum, 9'u kararsızım, 24'ü katılmıyorum, 18'i kesinlikle katılmıyorum cevaplarını vermiş oldukları belirlenmiştir. (Çizelge 4.5)

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) çevremde oluşan olaylardan vicdanen etkilenmemde katkıda bulundu.” maddesine çalışmaya katılan bireylerin 64'ü kesinlikle katılıyorum, 91'i katılıyorum, 23'ü kararsızım, 104'ü katılmıyorum, 89'u ise kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiş, “Sosyal medya ağları (F.T.Y) ülkemi ilgilendiren siyasi konulara ilişkin sorumluluğumu derinleştirdi.” maddesine ise cevaplar şu şekildedir. Bireylerin 103'ü kesinlikle katılıyorum, 140'ı katılıyorum, 6'sı kararsızım, 49'u katılmıyorum, 72'si ise kesinlikle katılmıyorum cevabını verdikleri saptanmıştır. (Çizelge 4.5)

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) kamuoyunu etkileyen başarılı bir iletişim aracıdır.” maddesine araştırmaya katılan kişilerin 160'ı kesinlikle katılıyorum, 178'i katılıyorum, 5'i kararsızım, 17'si katılmıyorum, 12'si ise kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiş olup, ölçeğe ait son madde olan “Sosyal medya ağları (F.T.Y) ülkemde yaşanan siyasi durumun doğru yansımada katkıda bulunmuştur.” maddesine bireylerin 146'sı kesinlikle katılıyorum, 133'ü katılıyorum, 21'i kararsızım, 53'ü katılmıyorum, 19'u ise kesinlikle katılmıyorum cevabını vermişlerdir. (Çizelge 4.5)

4.3. Ölçek Analizi

Çizelge 4.5. Ölçeğe dair önermelere verilen cevapların sayı ve yüzde dağılımı

Ölçeğe dair önermeler	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)
Üniversite eğitimi, Sosyal medya ağlarını (F.T.Y) daha geniş anlamaya yardımcı olur.	193 (%51,9)	84 (%22,6)	16 (%4,3)	48 (%12,9)	31 (%8,3)	372 (100.0)
Sosyal medya ağlarına (F.T.Y) dosya ve video yüklüyorum.	173 (%46,6)	163 (%43,9)	11 (%3,0)	15 (%4,0)	9 (%2,4)	371 (100.0)
Sosyal medya ağları (F.T.Y) aracılığı ile yorumlara katılıyorum.	229 (%61,7)	105 (%28,3)	23 (%6,2)	11 (%3,0)	3 (%0,8)	371 (100.0)
Sosyal medya ağları (F.T.Y) objektif ve güvenilirdir.	116 (%31,5)	136 (%37,0)	69 (%18,8)	28 (%7,6)	19 (%5,2)	368 (100.0)
Sosyal medya ağları (F.T.Y) gençlere ulaşmada ve onları dinlemede hızlı, aktif ve gerekli bir araçtır.	176 (%47,8)	172 (%46,7)	7 (%1,9)	8 (%2,2)	5 (%1,4)	368 (100.0)
Sosyal medya ağlarının (F.T.Y) ayırt edici özelliği, denetime ve kısıtlamalara bağlı olmamasıdır.	106 (%28,6)	128 (%34,5)	12 (%3,2)	68 (%18,3)	57 (%15,4)	371 (100.0)

Ölçeğe dair önermeler	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)
Gençlerin, Sosyal medya ağlarına (F.T.Y) yönelmelerinin ana nedeni özgürlük alanını genişletmektir.	131 (%35,4)	109 (%29,5)	9 (%2,4)	74 (%20,0)	47 (%12,7)	370 (100.0)
Sosyal medya ağlarının (F.T.Y) yaygınlaşmasının nedeni, ağlara eğitilmiş ve kültürlü gençlerin rağbet göstermesindendir.	171 (%46,0)	145 (%39,0)	14 (%3,8)	24 (%6,5)	18 (%4,8)	372 (100.0)
Sosyal medya ağları (F.T.Y) gençlerin düşünce ve vakitlerini ele geçirmiştir.	185 (%50,3)	169 (%45,9)	8 (%2,2)	4 (%1,1)	2 (0,5)	368 (100.0)
Siyasi kararları veren yetkililerin, halkla iletişim kurmalar için sosyal medya sayfaları (F.T.Y) oluşturmalarıdır.	132 (%35,5)	196 (%52,7)	13 (%3,5)	19 (%5,1)	12 (%3,2)	372 (100.0)
Sosyal medya ağları (F.T.Y) öz güven, özgürce görüşlerimi açıklamaya, iletişim ve diyalog kurma gibi bazı kişisel özelliklerimi geliştirdi.	129 (%34,7)	93 (%25,0)	47 (%12,6)	58 (%15,6)	45 (%12,1)	372 (100.0)
Sosyal medya ağları (F.T.Y) gündem konularını sunmak için en uygun yerdir.	82 (%22,1)	146 (%39,4)	26 (%7,0)	86 (%23,2)	31 (%8,4)	371 (100.0)
Sosyal medya ağları (F.T.Y) insan medeniyetini yükseltmede bir araç oldu.	131 (%35,2)	79 (%21,2)	18 (%4,8)	78 (%21,0)	66 (%17,7)	372 (100.0)
Sosyal medya ağları (F.T.Y) eleştiri yapma ve insanlar ile engel ve gözetim olmadan iletişim kurmamı sağladı.	118 (%31,7)	121 (%32,5)	34 (%9,1)	47 (%12,6)	52 (%14,0)	372 (100.0)
Sosyal medya ağları (F.T.Y) Fikir alışverişi ve kişisel diyalog geliştirilmesine ilişkin yaratıcı düşünce ve bilgi özgürlüğünü teşvik etmede rol oynadı.	182 (%49,3)	117 (%31,7)	9 (%2,4)	41 (%11,1)	20 (%5,4)	369 (100.0)
Sosyal medya ağları (F.T.Y) siyasetçiler ile iletişim kurmada yardımcı oldu.	163 (%43,8)	128 (%34,4)	19 (%5,1)	15 (%4,0)	47 (%12,6)	372 (100.0)
Sosyal medya ağları (F.T.Y), belirli konular hakkında düşüncelerimi değiştirmeme katkıda bulundu.	77 (%20,8)	154 (%41,6)	8 (%2,2)	72 (%19,5)	59 (%18,9)	370 (100.0)
Sosyal medya ağları (F.T.Y) basit ve hızlı bilgilere ulaşmada önemli kaynaktır.	127 (%34,1)	194 (%52,2)	1 (%0,3)	13 (%3,5)	37 (%9,9)	372 (100.0)
Sosyal medya ağları (F.T.Y) söylentilerin kaynağıdır.	167 (%44,9)	129 (%34,7)	14 (%3,8)	28 (%7,5)	34 (%9,1)	372 (100.0)
Sosyal medya ağları (F.T.Y) belirli konular ile ilgili homojen toplumlar yaratabilir.	158 (%42,5)	163 (%43,8)	9 (%2,4)	24 (%6,5)	18 (%4,8)	372 (100.0)
Sosyal medya ağları (F.T.Y) çevremde oluşan olaylardan vicdanen etkilenmemde katkıda bulundu.	64 (%17,3)	91 (%24,5)	23 (%6,2)	104 (%28,0)	89 (%24,0)	371 (100.0)
Sosyal medya ağları (F.T.Y) ülkemi ilgilendiren siyasi konulara ilişkin sorumluluğumu derinleştirdi.	103 (%27,8)	140 (%37,8)	6 (%1,6)	49 (%13,2)	72 (%19,5)	370 (100.0)
Sosyal medya ağları (F.T.Y) kamuoyunu etkileyen başarılı bir	160 (%43,0)	178 (%47,8)	5 (%1,3)	17 (%4,6)	12 (%3,2)	372 (100.0)

Ölçeğe dair önermeler	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)
iletişim aracıdır.						
Sosyal medya ağları (F.T.Y) ülkemde yaşanan siyasi durumun doğru yansımada katkıda bulunmuştur.	146 (%39,2)	133 (%35,8)	21 (%5,6)	53 (%14,2)	19 (%5,1)	372 (100.0)

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) Arap baharının gerçekleşmesinde en önemli araçlardan sayılmaktadır.” maddesine bireylerin 133’ü kesinlikle katılıyorum, 98’i katılıyorum, 13’ü kararsızım, 52’si katılmıyorum ve 75’i kesinlikle katılmıyorum cevabını verdikleri saptanmıştır. (Çizelge 4.6)

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) pek çok yerel, Arap ve uluslararası konularda siyasi bilinci geliştirmiştir.” maddesine bireylerin 181’i kesinlikle katılıyorum, 126’sı katılıyorum, 2’si kararsızım, 42’si katılmıyorum ve 21’i kesinlikle katılmıyorum cevabını verdikleri bulunmuştur. (Çizelge 4.6)

Bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) bana bazı faaliyet ve iç siyaset ile ilgili görüşümü sunmamda katkıda bulunmuştur.” maddesi yönlendirildiğinde 111’i kesinlikle katılıyorum, 52’si katılıyorum, 38’i kararsızım, 92’si katılmıyorum ve 78’i kesinlikle katılmıyorum cevabını verdikleri saptanmıştır. (Çizelge 4.6)

“Sosyal medya ağlarında (F.T.Y) ilgimi çeken konular, Arap ülkelerinde yaşanan siyasi haberlerdir.” maddesine bireylerin 48’i kesinlikle katılıyorum, 79’u katılıyorum, 41’i kararsızım, 107’si katılmıyorum ve 97’si kesinlikle katılmıyorum cevabını verdikleri bulunmuştur. (Çizelge 4.6)

“Sosyal medya ağlarında (F.T.Y) ilgimi çeken konular Irak hareketliliğiyle ilgili siyasi haberlerdir.” maddesine bireylerin 122’si kesinlikle katılıyorum, 128’i katılıyorum, 23’ü kararsızım, 29’u katılmıyorum ve 70’i kesinlikle katılmıyorum cevabını verdikleri bulunmuştur. (Çizelge 4.6)

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) reform ve kalkınma sürecini hızlandırmada önemli ve etkili bir rol oynuyor.” maddesine bireylerin 167’si kesinlikle katılıyorum, 158’i katılıyorum, 10’u katılmıyorum ve 37’si kesinlikle katılmıyorum cevabını verdikleri bulunmuştur. (Çizelge 4.6)

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) belirli amaçlar oluşturma açısından güçlü araçlardır.” maddesine bireylerin 133’ü kesinlikle katılıyorum, 60’ı katılıyorum, 38’i kararsızım, 53’ü katılmıyorum ve 87’si kesinlikle katılmıyorum cevabını verdikleri bulunmuştur. (Çizelge 4.6)

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) vatanseverliğimi güçlendirmede katkıda bulundu.” maddesine bireylerin 127’si kesinlikle katılıyorum, 94’ü katılıyorum, 27’si kararsızım, 70’i katılmıyorum ve 50’si kesinlikle katılmıyorum cevabını verdikleri bulunmuştur. (Çizelge 4.6)

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) düşünce özgürlüğü ve fikirlerin sunması ve farklı fikirlerin kabul edilmesi açısından önemli bir yere sahiptir.” maddesine bireylerin 155’i kesinlikle katılıyorum, 123’ü katılıyorum, 17’si kararsızım, 31’i katılmıyorum ve 46’sı kesinlikle katılmıyorum cevabını verdikleri bulunmuştur. (Çizelge 4.6)

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) vatandaş siyasi ile yetkililer arasında iletişim kurmasında olumlu katkıda bulunmaktadır.” maddesine bireylerin 189’u kesinlikle katılıyorum, 144’ü katılıyorum, 6’sı kararsızım, 11’i katılmıyorum ve 22’si kesinlikle katılmıyorum cevabını verdikleri bulunmuştur. (Çizelge 4.6)

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) halk hareketlenmesi sonucu hükümetin siyasetini fiili bir şekilde değiştirmesine katkıda bulunmaktadır.” maddesine bireylerin 131’i kesinlikle katılıyorum, 78’i katılıyorum, 48’i kararsızım, 27’si katılmıyorum ve 88’i kesinlikle katılmıyorum cevabını verdikleri bulunmuştur. (Çizelge 4.6)

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) genç grupları sayesinde, siyasi konular hakkında gençlik lobisi oluşturmaktadır.” maddesine bireylerin 115’i kesinlikle katılıyorum, 147’si katılıyorum, 9’u kararsızım, 75’i katılmıyorum ve 25’i kesinlikle katılmıyorum cevabını verdikleri bulunmuştur. (Çizelge 4.6)

“Sosyal medya ağlarının (F.T.Y) halkla iletişim kurmasında daha etkili olması için bu ağları yönetmek üzere medya ve sosyoloji dalında uzmanların atanması gerekmektedir.” maddesine bireylerin 161’i kesinlikle katılıyorum, 155’i katılıyorum, 2’si kararsızım,

16'sı katılmıyorum ve 38'i kesinlikle katılmıyorum cevabını verdikleri bulunmuştur. (Çizelge 4.6)

Çizelge 4.6. Ölçeğe dair önermelere verilen cevapların sayı ve yüzde dağılımı

Ölçeğe dair önermeler	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)
Sosyal medya ağları (F.T.Y) Arap baharının gerçekleşmesinde en önemli araçlardan sayılmaktadır.	133 (%35,8)	98 (%26,4)	13 (%3,5)	52 (%14,0)	75 (%20,2)	371 (100.0)
Sosyal medya ağları (F.T.Y) pek çok yerel, Arap ve uluslararası konularda siyasi bilinci geliştirmiştir.	181 (%48,7)	126 (%33,9)	2 (%0,5)	42 (%11,3)	21 (%5,6)	372 (100.0)
Sosyal medya ağları (F.T.Y) bana bazı faaliyet ve iç siyaset ile ilgili görüşümü sunmamda katkıda bulunmuştur.	111 (%29,9)	52 (%14,0)	38 (%10,2)	92 (%24,8)	78 (%21,0)	371 (100.0)
Sosyal medya ağlarında (F.T.Y) ilgimi çeken konular, Arap ülkelerinde yaşanan siyasi haberlerdir.	48 (%12,9)	79 (%21,2)	41 (%11,0)	107 (%28,8)	97 (%26,1)	372 (100.0)
Sosyal medya ağlarında (F.T.Y) ilgimi çeken konular Irak hareketliliğiyle ilgili siyasi haberlerdir.	122 (%32,8)	128 (%34,4)	23 (%6,2)	29 (%7,8)	70 (%18,8)	372 (100.0)
Sosyal medya ağları (F.T.Y) reform ve kalkınma sürecini hızlandırmada önemli ve etkili bir rol oynuyor.	167 (%44,9)	158 (%42,5)	-	10 (%2,7)	37 (%9,9)	372 (100.0)
Sosyal medya ağları (F.T.Y) belirli amaçlar oluşturma açısından güçlü araçlardır.	133 (%35,8)	60 (%16,2)	38 (%10,2)	53 (%14,3)	87 (%23,5)	371 (100.0)
Sosyal medya ağları (F.T.Y) vatanseverliğimi güçlendirmede katkıda bulundu.	127 (%34,5)	94 (%25,5)	27 (%7,3)	70 (%19,0)	50 (%13,6)	368 (100.0)
Sosyal medya ağları (F.T.Y) düşünce özgürlüğü ve fikirlerin sunması ve farklı fikirlerin kabul edilmesi açısından önemli bir yere sahiptir.	155 (%41,7)	123 (%33,1)	17 (%4,6)	31 (%8,3)	46 (%12,4)	372 (100.0)
Sosyal medya ağları (F.T.Y) vatandaş siyasi ile yetkililer arasında iletişim kurmasında olumlu katkıda bulunmaktadır.	189 (%50,8)	144 (%38,7)	6 (%1,6)	11 (%3,0)	22 (%5,9)	372 (100.0)
Sosyal medya ağları (F.T.Y) halk hareketlenmesi sonucu hükümetin siyasetini fiili bir şekilde değiştirmesine katkıda bulunmaktadır.	131 (%35,2)	78 (%21,0)	48 (%12,9)	27 (%7,3)	88 (%23,7)	372 (100.0)
Sosyal medya ağları (F.T.Y) genç grupları sayesinde, siyasi konular hakkında gençlik lobisi oluşturmaktadır.	115 (%30,8)	147 (%39,6)	9 (%2,4)	75 (%20,2)	25 (%6,7)	371 (100.0)

Ölçeğe dair önermeler	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)
Sosyal medya ağlarının (F.T.Y) halkla iletişim kurmasında daha etkili olması için bu ağları yönetmek üzere medya ve sosyoloji dalında uzmanların atanması gerekmektedir.	161 (%43,3)	155 (%41,7)	2 (%0,5)	16 (%4,3)	38 (%10,2)	372 (100.0)

Erkek bireylerin 131'i "Üniversite eğitimi, sosyal medya ağlarını (F.T.Y) daha geniş anlamaya yardımcı olur." maddesine kesinlikle katılıyorum, 45'i katılıyorum, 11'i kararsızım, 29'u katılmıyorum ve 16'sı kesinlikle katılmıyorum cevabını vermişlerdir. Cinsiyet bazında ilgili maddeye verilen cevaplar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. ($p=0.128$) (Çizelge 4.7)

"Üniversite eğitimi, sosyal medya ağlarını (F.T.Y) daha geniş anlamaya yardımcı olur." maddesine cevap veren bireylerin cevapları ikamet yerleri, eğitim durumu, fakülte durumu ve yaş aralığı bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir (sırasıyla; $p=0.709$, $p=0.192$, $p=0.822$, $p=0.877$) (Çizelge 4.7).

Çizelge 4.7. Demografik bilgiler bazında "Üniversite eğitimi, Sosyal medya ağlarını (F.T.Y) daha geniş anlamaya yardımcı olur" maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Üniversite eğitimi, Sosyal medya ağlarını (F.T.Y) daha geniş anlamaya yardımcı olur.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	131 (%56,5)	45 (%19,4)	11 (%4,7)	29 (%12,5)	16 (%6,9)	232(100.0)	7,147	0,128
Kadın	62 (%44,3)	39 (%27,9)	5 (%3,6)	19 (%13,6)	15 (%10,6)	140(100.0)		
İkamet Yeriniz								
İl	99 (%51,6)	45 (%23,4)	11 (%5,7)	25 (%13,0)	12 (%6,2)	192(100.0)	5,447	0,709
Kaza	61 (%53,0)	26 (%22,6)	2 (%1,7)	15 (%13,0)	11 (%9,6)	115(100.0)		
Kasaba	33 (%50,8)	13 (%20,0)	3 (%4,6)	8 (%12,3)	8 (%12,3)	65 (100.0)		
Eğitim Durumunuz								
Lisans	189 (%52,6)	81 (%22,6)	14 (%3,9)	45 (%12,5)	30 (%8,4)	359(100.0)	6,093	0,192
Yüksek Lisans	4 (%30,8)	3 (%23,1)	2 (%15,4)	3 (%23,1)	1 (%7,7)	13 (100.0)		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	47 (%56,0)	18 (%21,4)	2 (%2,4)	11 (%13,1)	6 (%7,1)	84 (100.0)	1,528	0,822
Beşeri Bilimler	146 (%50,7)	66 (%22,9)	14 (%4,9)	37 (%12,8)	25 (%8,7)	288(100.0)		

Demografik Bilgiler	Üniversite eğitimi, Sosyal medya ağlarını (F.T.Y) daha geniş anlamaya yardımcı olur.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Yaş Aralığınız								
18-20	30 (%50,8)	11 (%18,6)	4 (%6,8)	8 (%13,6)	6 (%10,2)	59 (100.0)		
21-25	150 (%52,1)	68 (%23,6)	10 (%3,5)	36 (%12,5)	24 (%8,3)	288(100.0)	3,770	0,877
26-30	13 (%52,0)	5 (%20,0)	2 (%8,0)	4 (%16,0)	1 (%4,0)	25 (100.0)		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.

“Sosyal medya ağlarına (F.T.Y) dosya ve video yüklüyorum.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet, ikamet yerleri, eğitim durumu, fakülte durumu ve yaş aralığı bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; p=0.816, p=0.694, p=0.754, p=0.408, p=0.874) (Çizelge 4.8)

Çizelge 4.8. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağlarına (F.T.Y) dosya ve video yüklüyorum” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağlarına (F.T.Y) dosya ve video yüklüyorum.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	110 (%47,4)	102 (%44,0)	5 (%2,2)	9 (%3,9)	6 (%2,6)	232(100.0)		
Kadın	63 (%45,3)	61 (%43,9)	6 (%4,3)	6 (%4,3)	3 (%2,2)	139(100.0)	1,558	0,816
İkamet Yeriniz								
İl	83 (%43,5)	86 (%45,0)	6 (%3,1)	9 (%4,7)	7 (%3,7)	191(100.0)		
Kaza	60 (%52,2)	48 (%41,7)	2 (%1,7)	4 (%3,5)	1 (%0,9)	115(100.0)	5,579	0,694
Kasaba	30 (%46,2)	29 (%44,6)	3 (%4,6)	2 (%3,1)	1 (%1,5)	65 (100.0)		
Eğitim Durumunuz								
Lisans	167 (%46,6)	157 (%43,9)	10 (%2,8)	15 (%4,2)	9 (%2,5)	358(100.0)		
Yüksek Lisans	6 (%46,2)	6 (%46,2)	1 (%7,7)	0 (%0,0)	0 (%0,0)	13 (100.0)	1,903	0,754
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	43 (%51,2)	37 (%44,0)	2 (%2,4)	2 (%2,4)	0 (%0,0)	84 (100.0)		
Beşeri Bilimler	130 (%45,3)	126 (%43,9)	9 (%3,1)	13 (%4,5)	9 (%3,1)	287(100.0)	3,986	0,408
Yaş Aralığınız								
18-20	25 (%42,4)	26 (%44,1)	2 (%3,4)	3 (%5,1)	3 (%5,1)	59 (100.0)		
21-25	138 (%48,1)	124 (%43,2)	8 (%2,8)	11 (%3,8)	6 (%2,1)	287(100.0)	3,806	0,874
26-30	10 (%40,0)	13 (%52,0)	1 (%4,0)	1 (%4,0)	0 (%0,0)	25 (100.0)		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) aracılığı ile yorumlara katılıyorum.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet, ikamet yerleri, eğitim durumu, fakülte durumu ve yaş aralığı bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; $p=0.659$, $p=0.974$, $p=0.629$, $p=0.954$, $p=0.269$) (Çizelge 4.9)

Çizelge 4.9. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) aracılığı ile yorumlara katılıyorum” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağları (F.T.Y) aracılığı ile yorumlara katılıyorum.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	140 (%60,3)	70 (%30,2)	15 (%6,5)	5 (%2,2)	2 (%0,9)	232(100.0)	2,419	0,659
Kadın	89 (%64,0)	35 (%25,2)	8 (%5,8)	6 (%4,3)	1 (%0,7)	139(100.0)		
İkamet								
İl	115 (%60,2)	58 (%30,4)	10 (%5,2)	6 (%3,1)	2 (%1,0)	191 (100.0)	2,210	0,974
Kaza	72 (%62,6)	31 (%27,0)	8 (%7,0)	3 (%2,6)	1 (%0,9)	115(100.0)		
Kasaba	42 (%64,6)	16 (%24,6)	5 (%7,7)	2 (%3,1)	0 (%0,0)	65 (100.0)		
Eğitim Durumunuz								
Lisans	222 (%62,0)	100 (%27,9)	23 (%6,4)	10 (%2,8)	3 (%0,8)	358(100.0)	2,586	0,629
Yüksek	7 (%53,8)	5 (%38,5)	0 (%0,0)	1 (%7,7)	0 (%0,0)	13 (100.0)		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	53 (%63,1)	22 (%26,2)	6 (%7,1)	2 (%2,4)	1 (%1,2)	84 (100.0)	0,681	0,954
Beşeri Bilimler	176 (%61,3)	83 (%28,9)	17 (%5,9)	9 (%3,1)	2 (%0,7)	287(100.0)		
Yaş								
18-20	34 (%57,6)	18 (%30,5)	5 (%8,5)	1 (%1,7)	1 (%1,7)	59 (100.0)	9,949	0,269
21-25	184 (%64,1)	76 (%26,5)	17 (%5,9)	9 (%3,1)	1 (%0,3)	287(100.0)		
26-30	11 (%44,0)	11 (%44,0)	1 (%4,0)	1 (%4,0)	1 (%4,0)	25 (100.0)		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) objektif ve güvenilirdir.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet, ikamet yerleri, eğitim durumu, fakülte durumu ve yaş aralığı bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; $p=0.008$, $p=0.744$, $p=0.992$, $p=0.773$, $p=0.383$) (Çizelge 4.10)

Çizelge 4.10. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) objektif ve güvenilirdir” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler		Sosyal medya ağları (F.T.Y) objektif ve güvenilirdir.					Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	76 (%33,2)	73 (%31,9)	45 (%19,7)	20 (%8,7)	15 (%6,6)	229(100.0)	8,296	0,081
Kadın	40 (%28,8)	63 (%45,3)	24(%17,3)	8 (%5,8)	4 (%2,9)	139(100.0)		
İkamet								
İl	66 (%34,9)	65 (%34,4)	31 (%16,4)	15 (%7,9)	12 (%6,3)	189(100.0)	5,122	0,744
Kaza	32 (%27,8)	44 (%38,3)	26 (%22,6)	9 (%7,8)	4 (%3,5)	115(100.0)		
Kasaba	18 (%28,1)	27 (%42,2)	12 (%18,8)	4 (%6,2)	3 (%4,7)	64 (100.0)		
Eğitim Durumunuz								
Lisans	112 (%31,5)	131 (%36,9)	67 (%18,9)	27 (%7,6)	18 (%5,1)	355(100.0)	0,259	0,992
Yüksek Lisans	4 (%30,8)	5 (%38,5)	2 (%15,4)	1 (%7,7)	1 (7,7)	13 (100.0)		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	23 (%27,4)	34 (%40,5)	18 (%21,4)	5 (%6,0)	4 (%4,8)	84 (100.0)	1,800	0,773
Beşeri Bilimler	93 (%32,7)	102 (%35,9)	51 (%18,0)	23 (%8,1)	15 (%5,3)	284(100.0)		
Yaş Aralığınız								
18-20	22 (%38,6)	17 (%29,8)	8 (%14,0)	4 (%7,0)	6 (%10,5)	57 (100.0)	8,539	0,383
21-25	87 (%30,3)	111 (%38,7)	57 (%19,9)	21 (%7,3)	11 (%3,8)	28 (100.0)		
26-30	7 (%29,2)	8 (%33,3)	4 (%16,7)	3 (%12,5)	2 (%8,3)	24 (100.0)		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) gençlere ulaşmada ve onları dinlemede hızlı, aktif ve gerekli bir araçtır.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet, ikamet yerleri, eğitim durumu, fakülte durumu ve yaş aralığı bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; $p=0.647$, $p=0.757$, $p=0.934$, $p=0.933$, $p=0.706$) (Çizelge 4.11)

Çizelge 4.11. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) gençlere ulaşmada ve onları dinlemede hızlı, aktif ve gerekli bir araçtır” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağları (F.T.Y) gençlere ulaşmada ve onları dinlemede hızlı, aktif ve gerekli bir araçtır.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	109 (%47,0)	110 (%47,4)	3 (%1,3)	6 (%2,6)	4 (%1,7)	232(100.0)	2,487	0,647
Kadın	67 (%49,3)	62 (%45,6)	4 (%2,9)	2 (%1,5)	1 (%0,7)	136(100.0)		
İkamet								
İl	92 (%47,9)	91 (%47,4)	4 (%2,1)	2 (%1,0)	3 (%1,6)	192(100.0)	5,005	0,757
Kaza	54 (%47,0)	52 (%45,2)	3 (%2,6)	4 (%3,5)	2 (%1,7)	115(100.0)		
Kasaba	30 (%49,2)	29 (%47,5)	0 (%0,0)	2 (%3,3)	0 (%0,0)	61 (100.0)		
Eğitim Durumunuz								
Lisans	169 (%47,6)	166 (%46,8)	7 (%2,0)	8 (%2,3)	5 (%1,4)	355(100.0)	0,835	0,934
Yüksek Lisans	7 (%53,8)	6 (%46,2)	0 (%0,0)	0 (%0,0)	0 (%0,0)	13 (100.0)		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	41 (%48,8)	40 (%47,6)	1 (%1,2)	1 (%1,2)	1 (%1,2)	84 (100.0)	0,837	0,933
Beşeri Bilimler	135 (%47,5)	132 (%46,5)	6 (%2,1)	7 (%2,5)	4 (%1,4)	284(100.0)		
Yaş Aralığınız								
18-20	27 (%45,8)	29 (%49,2)	1 (%1,7)	0 (%0,0)	2 (%3,4)	59 (100.0)	5,478	0,706
21-25	137 (%48,2)	131 (%46,1)	5 (%1,8)	8 (%2,8)	3 (%1,1)	286(100.0)		
26-30	12 (%48,0)	12 (%48,0)	1 (%4,0)	0 (%0,0)	0 (%0,0)	25 (100.0)		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.

“Sosyal medya ağlarının (F.T.Y) ayırt edici özelliği, denetime ve kısıtlamalara bağlı olmamasıdır.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet, ikamet yerleri, eğitim durumu, fakülte durumu ve yaş aralığı bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; $p=0.083$, $p=0.471$, $p=0.539$, $p=0.905$, $p=0.337$) (Çizelge 4.12)

Çizelge 4.12. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağlarının (F.T.Y) ayırt edici özelliği, denetime ve kısıtlamalara bağlı olmamasıdır” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağlarının (F.T.Y) ayırt edici özelliği, denetime ve kısıtlamalara bağlı olmamasıdır.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	67 (%28,9)	69 (%29,7)	7 (%3,0)	49 (%21,1)	40 (%17,2)	232(100.0)	8,231	0,083
Kadın	39 (%28,1)	59 (%42,4)	5 (%3,6)	19 (%13,7)	17 (%12,2)	139(100.0)		
İkamet								
İl	57 (%29,8)	56 (%29,3)	5 (%2,6)	42 (%22,0)	31 (%16,2)	191(100.0)	7,627	0,471
Kaza	33 (%28,7)	44 (%38,3)	5 (%4,3)	17 (%14,8)	16 (%13,9)	115(100.0)		
Kasaba	16 (%24,6)	28 (%43,1)	2 (%3,1)	9 (%13,8)	10 (%15,4)	65 (100.0)		
Eğitim Durumunuz								
Lisans	102 (%28,5)	125 (%34,9)	12 (%3,4)	66 (%18,4)	53 (%14,8)	358(100.0)	3,113	0,539
Yüksek	4 (%30,8)	3 (%23,1)	0 (%0,0)	2 (%15,4)	4 (%30,8)	13 (100.0)		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	22 (%26,2)	29 (%34,5)	2 (%2,4)	18 (%21,4)	13 (%15,5)	84 (100.0)	1,030	0,905
Beşeri Bilimler	84 (%29,3)	99 (%34,5)	10 (%3,5)	50 (%17,4)	44 (%15,3)	287(100.0)		
Yaş Aralığınız								
18-20	17 (%28,8)	21 (%35,6)	0 (%0,0)	13 (%22,0)	8 (%13,6)	59 (100.0)	9,066	0,337
21-25	80 (%27,9)	102 (%35,5)	12 (%4,2)	51 (%17,8)	42 (%14,6)	287(100.0)		
26-30	9 (%36,0)	5 (%20,0)	0 (%0,0)	4 (%16,0)	7 (%28,0)	25 (100.0)		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı

Cinsiyet bazında “Gençlerin, sosyal medya ağlarına (F.T.Y) yönelmelerinin ana nedeni özgürlük alanını genişletmektir.” maddesine verilen cevaplara bakıldığında erkeklerin 83’ü kesinlikle katılıyorum, 45’i katılıyorum, 7’si kararsızım, 60’ı katılmıyorum, 35’i kesinlikle katılmıyorum cevabını verirken, kadınların ise 48’i kesinlikle katılıyorum, 64’ü

katılıyorum, 2'si kararsızım, 14'ü katılmıyorum, 12'si ise kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiştir. Cinsiyet bazında ilgili maddenin cevapları karşılaştırıldığında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmıştır. ($p<0.001$) (Çizelge 4.13)

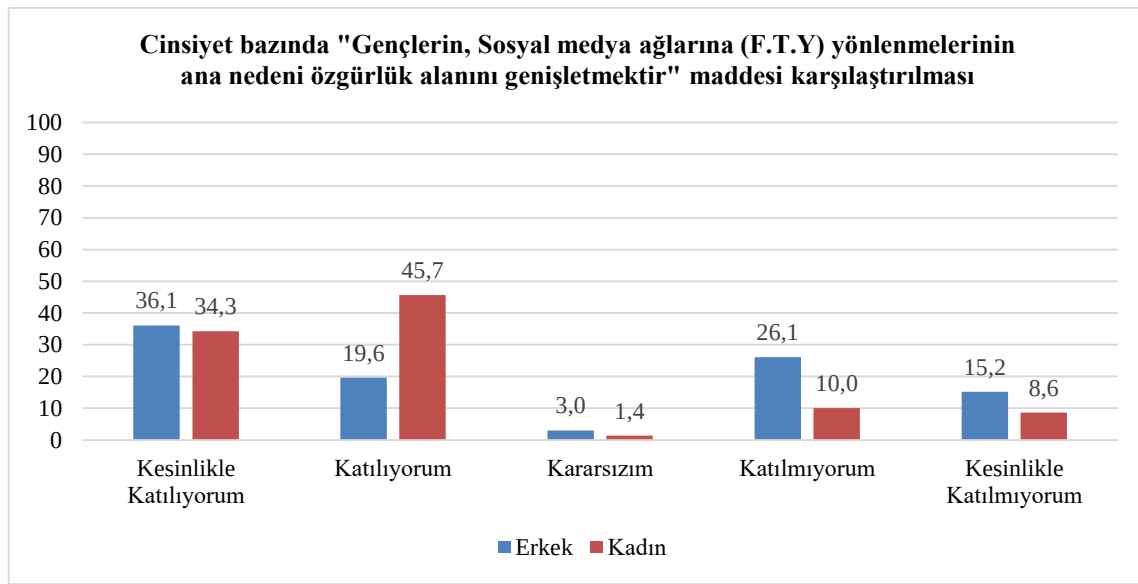
“Gençlerin, sosyal medya ağlarına (F.T.Y) yönelmelerinin ana nedeni özgürlük alanını genişletmektir.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları ikamet yerleri, eğitim durumu, fakülte durumu ve yaş aralığı bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; $p=0.718$, $p=0.968$, $p=0.256$, $p=0.656$) (Çizelge 4.13)

Çizelge 4.13. Demografik bilgiler bazında “Gençlerin, Sosyal medya ağlarına (F.T.Y) yönelmelerinin ana nedeni özgürlük alanını genişletmektir” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Gençlerin, Sosyal medya ağlarına (F.T.Y) yönelmelerinin ana nedeni özgürlük alanını genişletmektir.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	83 (%36,1)	45 (%19,6)	7 (%3,0)	60 (%26,1)	35 (%15,2)	230 (100.00)	35,499	0,000
Kadın	48 (%34,3)	64 (%45,7)	2 (%1,4)	14 (%10,0)	12 (%8,6)	140 (100.00)		
İkamet Yeriniz								
İl	63 (%33,2)	54 (%28,4)	6 (%3,2)	42 (%22,1)	25 (%13,2)	190 (100.00)	5,363	0,718
Kaza	42 (%36,5)	32 (%27,8)	2 (%1,7)	22 (%19,1)	17 (%14,8)	115 (100.00)		
Kasaba	26 (%40,0)	23 (%35,4)	1 (%1,5)	10 (%15,4)	5 (%7,7)	65 (100.00)		
Eğitim								
Lisans	127 (%35,6)	105 (%29,4)	9 (%2,5)	71 (%19,9)	45 (%12,6)	35 (100.00)	0,557	0,968
Yüksek Lisans	4 (%30,8)	4 (%30,8)	0 (%0,0)	3 (%23,1)	2 (%15,4)	13 (100.00)		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	31 (%36,9)	21 (%25,0)	1 (%1,2)	23 (%27,4)	8 (%9,5)	84 (100.00)	5,316	0,256
Beşeri Bilimler	100 (%35,0)	88 (%30,8)	8 (%2,8)	51 (%17,8)	39 (%13,6)	286 (100.00)		
Yaş Aralığınız								
18-20	22 (%37,9)	11 (%19,0)	1 (%1,7)	14 (%24,1)	10 (%17,2)	58 (100.00)	5,924	0,656

Demografik Bilgiler	Gençlerin, Sosyal medya ağlarına (F.T.Y) yönelmelerinin ana nedeni özgürlük alanını genişletmektir.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
21-25	102 (%35,5)	91 (%31,7)	7 (%2,4)	54 (%18,8)	33 (%11,5)	287 (100.00)		
26-30	7 (%28,0)	7 (%28,0)	1 (%4,0)	6 (%24,0)	4 (%16,0)	25 (100.00)		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.



Şekil 4.3. Cinsiyet bazında "Gençlerin, Sosyal medya ağlarına (F.T.Y) yönelmelerinin ana nedeni özgürlük alanını genişletmektir" maddesi karşılaştırılması

Sosyal medya ağlarının (F.T.Y) yaygınlaşmasının nedeni, ağlara eğitilmiş ve kültürlü gençlerin rağbet göstermesindendir.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet, ikamet yerleri, eğitim durumu, fakülte durumu ve yaş aralığı bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; $p=0.104$, $p=0.741$, $p=0.881$, $p=0.144$, $p=0.337$) (Çizelge 4.14)

Çizelge 4.14. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağlarının (F.T.Y) yaygınlaşmasının nedeni, ağlara eğitilmiş ve kültürlü gençlerin rağbet göstermesindendir” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağlarının (F.T.Y) yaygınlaşmasının nedeni, ağlara eğitilmiş ve kültürlü gençlerin rağbet göstermesindendir.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	116(%50,0)	86 (%37,1)	6 (%2,6)	16 (%6,9)	8(%3,4)	232 (100.0)	7,679	0,104
Kadın	55 (%39,3)	59 (%42,1)	8 (%5,7)	8 (%5,7)	10(%7,1)	140 (100.0)		
İkamet Yeriniz								
İl	89 (%46,4)	79 (%41,1)	6 (%3,1)	13 (%6,8)	5 (%2,6)	192 (100.0)	5,154	0,741
Kaza	53 (%46,1)	42 (%36,5)	5 (%4,3)	7 (%6,1)	8 (%7,0)	115 (100.0)		
Kasaba	29 (%44,6)	24 (%36,9)	3 (%4,6)	4 (%6,2)	5 (%7,7)	65 (100.0)		
EğitimDurumunuz								
Lisans	164(%45,7)	141(%39,3)	14 (%3,9)	23 (%6,4)	17 (%4,7)	359 (100.0)	1,181	0,881
Yüksek Lisans	7 (%53,8)	4 (%30,8)	0 (%0,0)	1 (%7,7)	1 (%7,7)	13 (100.0)		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	46 (%54,8)	23 (%27,4)	3 (%3,6)	6 (%7,1)	6 (%7,1)	84 (100.0)	6,851	0,144
Beşeri Bilimler	125(%43,4)	122(%42,4)	11 (%3,8)	18 (%6,2)	12 (%4,2)	288 (100.0)		
Yaş Aralığınız								
18-20	26 (%44,1)	29 (%49,2)	0 (%0,0)	3 (%5,0)	1 (%1,7)	59 (100.0)	9,067	0,337
21-25	133(%46,2)	107(%37,2)	13 (%4,5)	18 (%6,2)	17 (%5,9)	288 (100.0)		
26-30	12 (%48,0)	9 (%36,0)	1 (%4,0)	3 (%12,0)	0 (%0,0)	25 (100.0)		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) gençlerin düşünce ve vakitlerini ele geçirmiştir.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet, ikamet yerleri ve fakülte durumu bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; p=0.686, p=0.271, p=0.915) (Çizelge 4.15)

Eğitim durumu bazında bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) gençlerin düşünce ve vakitlerini ele geçirmiştir.” maddesi yöneltildiğinde lisans mezunu bireylerin 178’i

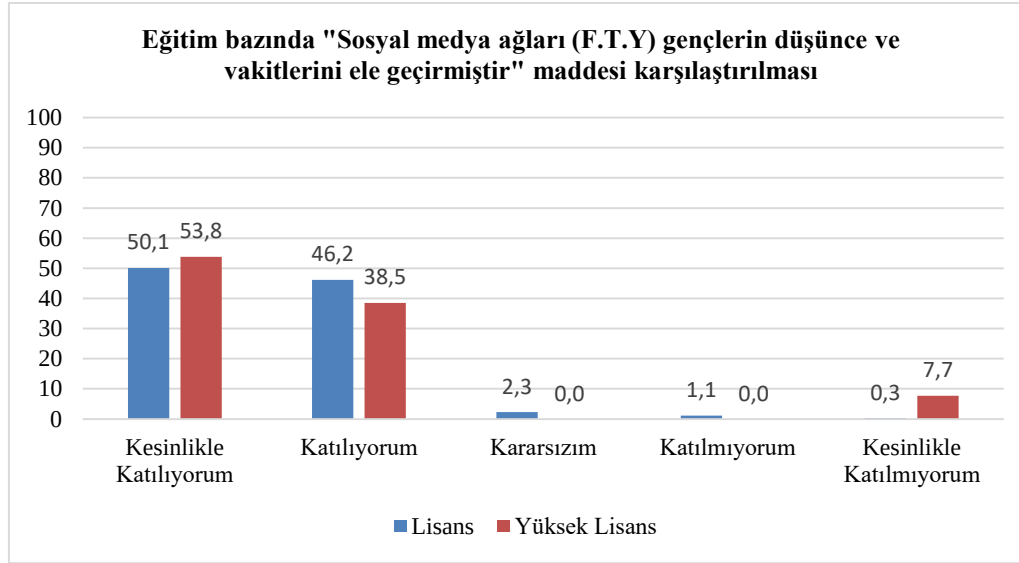
kesinlikle katılıyorum, 164'ü katılıyorum, 8'i kararsızım, 4'ü katılmıyorum, 1'i kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiş olup, yüksek lisans mezunu bireylerin 7'si kesinlikle katılıyorum, 5'i katılıyorum, 1'i kesinlikle katılmıyorum cevabını vermişlerdir. Eğitim durumu bazında ilgili maddeye verilen cevaplar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. ($p=0.010$)

Yaş aralığı bazında bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) gençlerin düşünce ve vakitlerini ele geçirmiştir.” maddesi 1- 20 yaş arasında yer alan bireylerin 31'i kesinlikle katılıyorum, 21'i katılıyorum, 1'i kararsızım, 1'i katılmıyorum cevabını vermiş olup, 21- 25 yaş arasında yer alan bireylerin 141'i kesinlikle katılıyorum, 137'si katılıyorum, 7'si kararsızım, 3'ü katılmıyorum cevabını vermiş olup, son grup olan 26-30 yaş aralığında yer alan bireylerin 13'ü kesinlikle katılıyorum, 169'u katılıyorum, 8'i kararsızım, 4'ü katılmıyorum ve 2'si kesinlikle katılmıyorum cevabını vermişlerdir. Yaş aralığı bazında ilgili maddeye verilen cevaplar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. ($p<0.001$) (Çizelge 4.15)

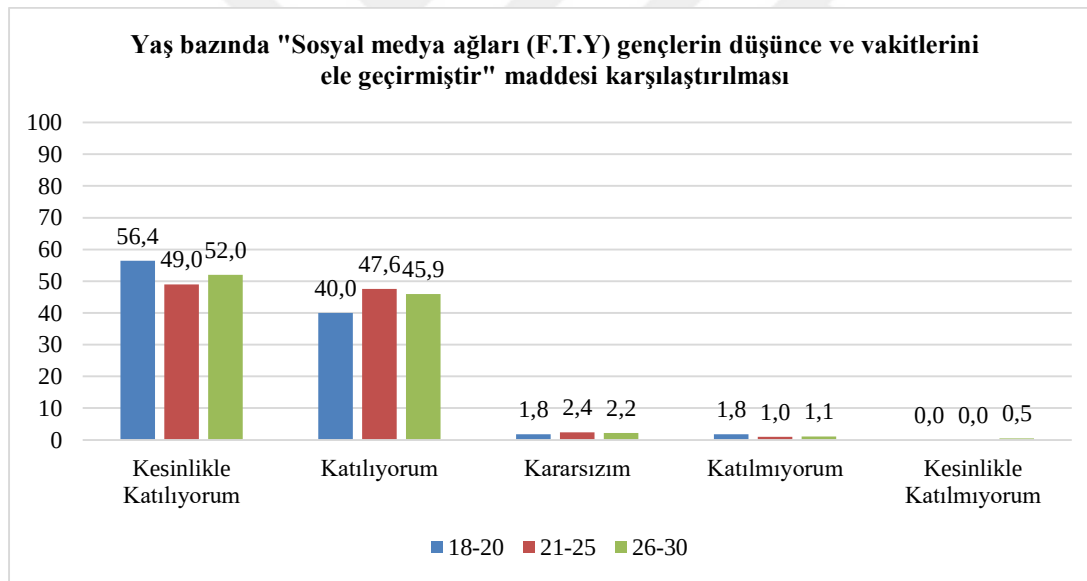
Çizelge 4.15. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) gençlerin düşünce ve vakitlerini ele geçirmiştir” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağları (F.T.Y) gençlerin düşünce ve vakitlerini ele geçirmiştir.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	118(%50,9)	103(%44,4)	6 (%2,6)	3 (%1,3)	2 (%0,9)	232(100.0)	2,271	0,686
Kadın	67 (%49,3)	66 (%48,5)	2 (%1,5)	1 (%0,7)	0 (%0,0)	272(100.0)		
İkamet Yeriniz								
İl	99 (%52,7)	83 (%44,1)	2 (%1,1)	2 (%1,1)	2 (%1,1)	188(100.0)	9,920	0,271
Kaza	55 (%47,8)	55 (%47,8)	5 (%4,3)	0 (%0,0)	0 (%0,0)	115(100.0)		
Kasaba	31 (%47,7)	31 (%47,7)	1 (%1,5)	2 (%3,1)	0 (%0,0)	65 (100.0)		
Eğitim Durumunuz								
Lisans	178(%50,1)	164(%46,2)	8 (%2,3)	4 (%1,1)	1 (%0,3)	355(100.0)	13,309	0,010
Yüksek Lisans	7 (%53,8)	5 (%38,5)	0 (%0,0)	0 (%0,0)	1 (%7,7)	13 (100.0)		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	38 (%47,5)	39 (%48,8)	2 (%2,5)	1 (%1,2)	0 (%0,0)	80 (100.0)	0,965	0,915
Beşeri Bilimler	147(%51,0)	130(%45,1)	6 (%2,1)	3 (%1,0)	2 (%0,7)	288(100.0)		
YaşArahığınız								
18-20	31 (%56,4)	22 (%40,0)	1 (%1,8)	1 (%1,8)	0 (%0,0)	55 (100.0)	29,951	0,000
21-25	141(%49,0)	137(%47,6)	7 (%2,4)	3 (%1,0)	0 (%0,0)	288(100.0)		
26-30	13 (%52,0)	169(%45,9)	8 (%2,2)	4 (%1,1)	2 (%0,5)	196(100.0)		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.



Şekil 4.4. Eğitim bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) gençlerin düşünce ve vakitlerini ele geçirmiştir" maddesi karşılaştırılması



Şekil 4.5. Yaş bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) gençlerin düşünce ve vakitlerini ele geçirmiştir" maddesi karşılaştırılması

“Siyasi kararları veren yetkililerin, halkla iletişim kurmalar için sosyal medya sayfaları (F.T.Y) oluşturmalıdır.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları ikamet yerleri, eğitim durumları, fakülte durumu ve yaş grupları bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; $p=0.074$, $p=0.730$, $p=0.897$, $p=0.576$) (Çizelge 4.16)

Cinsiyet bazında bireylere “Siyasi kararları veren yetkililerin, halkla iletişim kurmalar için sosyal medya sayfaları (F.T.Y) oluşturmalıdır.” Maddesi yöneltildiğinde erkek bireylerin

69'u kesinlikle katılıyorum, 134'ü katılıyorum, 10'u kararsızım, 12'si katılmıyorum, 7'si kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiş olup, kadın bireylerin 63'ü kesinlikle katılıyorum, 62'si katılıyorum, 3'ü kararsızım, 7'si katılmıyorum ve 5'i kesinlikle katılmıyorum cevabını vermişlerdir. (Çizelge 4.16)

Cinsiyet bazında ilgili maddeye verilen cevaplar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. ($p=0.040$) (Çizelge 4.16)

Çizelge 4.16. Demografik bilgiler bazında “Siyasi kararları veren yetkililerin, halkla iletişim kurmalar için sosyal medya sayfaları (F.T.Y) oluşturmaları” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Siyasi kararları veren yetkililerin, halkla iletişim kurmalar için sosyal medya sayfaları (F.T.Y) oluşturmalıdır.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	69 (%29,7)	134 (%57,8)	10 (%4,3)	12 (%5,2)	7 (%3,0)	232(100.0)	9,999	0,040
Kadın	63 (%45,0)	62 (%44,3)	3 (%2,1)	7 (%5,0)	5 (%3,6)	140(100.0)		
İkamet Yeriniz								
İl	69 (%35,9)	106 (%55,2)	8 (%4,2)	8 (%4,2)	1 (%0,5)	192(100.0)	14,310	0,074
Kaza	35 (%30,4)	61 (%53,0)	3 (%2,6)	8 (%7,0)	8 (%7,0)	115(100.0)		
Kasaba	28 (%43,1)	29 (%44,6)	2 (%3,1)	3 (%4,6)	3 (%4,6)	65 (100.0)		
Eğitim Durumunuz								
Lisans	126 (%35,1)	189 (%52,6)	13 (%3,6)	19 (%5,3)	12 (%3,3)	359(100.0)	2,029	0,730
Yüksek	6 (%46,2)	7 (%53,8)	0 (%0,0)	0 (%0,0)	0 (%0,0)	13 (100.0)		
Fakülteniz								
Pozitif	32 (%38,1)	41 (%48,8)	4 (%4,8)	4 (%4,8)	3 (%3,6)	84 (100.0)	1,082	0,897
Beşeri Bilimler	100 (%34,7)	155 (%53,8)	9 (%3,1)	15 (%5,2)	9 (%3,1)	288(100.0)		
Yaş Aralığınız								
18-20	19 (%32,2)	33 (%55,9)	4 (%6,8)	3 (%5,1)	0 (%0,0)	59 (100.0)	6,635	0,576
21-25	105 (%36,5)	148 (%51,4)	8 (%2,8)	15 (%5,2)	12 (%4,2)	288(100.0)		
26-30	8 (%32,0)	15 (%60,0)	1 (%4,0)	1 (%4,0)	0 (%0,0)	25 (100.0)		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağları (F.T.Y) öz güven, özgürce görüşlerimi açıklamaya, iletişim ve diyalog kurma gibi bazı kişisel özelliklerimi geliştirdi.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Lisans	125(%34,8)	89 (%24,8)	46(%12,8)	55 (%15,3)	44 (%12,3)	359(100.0)	1,199	0,878
Yüksek	4 (%30,8)	4 (%30,8)	1 (%7,7)	3 (%23,1)	1 (%7,7)	13 (100.0)		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	35 (%41,7)	24 (%28,6)	9 (%10,7)	6 (%7,1)	10 (%11,9)	84 (100.0)	7,369	0,118
Beşeri Bilimler	94 (%32,6)	69 (%24,0)	38 (%13,2)	52 (%18,1)	35 (%12,2)	288(100.0)		
Yaş Aralığınız								
18-20	17 (%28,8)	11 (%18,6)	7 (%11,9)	14 (%23,7)	10 (%16,9)	59 (100.0)	11,546	0,173
21-25	107(%37,2)	76 (%26,4)	34(%11,8)	39 (%13,5)	32 (%11,1)	288(100.0)		
26-30	5 (%20,0)	6 (%24,0)	6 (%24,0)	5 (%20,0)	3 (%12,0)	25 (100.0)		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı

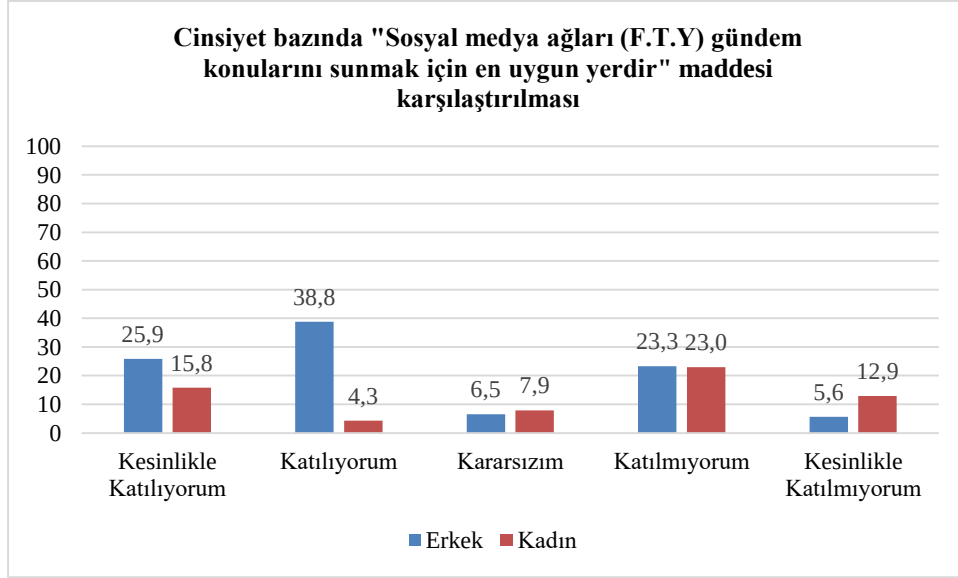
Cinsiyet bazında bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) gündem konularını sunmak için en uygun yerdir.” maddesi yöneltildiğinde erkek bireylerin 60’ı kesinlikle katılıyorum, 90’ı katılıyorum, 15’i kararsızım, 54’ü katılmıyorum, 13’ü kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiş olup, kadın bireylerin 22’si kesinlikle katılıyorum, 56’sı katılıyorum, 11’i kararsızım, 32’si katılmıyorum ve 18’i kesinlikle katılmıyorum cevabını vermişlerdir. Cinsiyet bazında ilgili maddeye verilen cevaplar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. (p=0.042) (Çizelge 4.18)

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) gündem konularını sunmak için en uygun yerdir.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları eğitim durumları, fakülte durumu ve yaş grupları bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; p=0.635, p=0.408, p=0.281) (Çizelge 4.18)

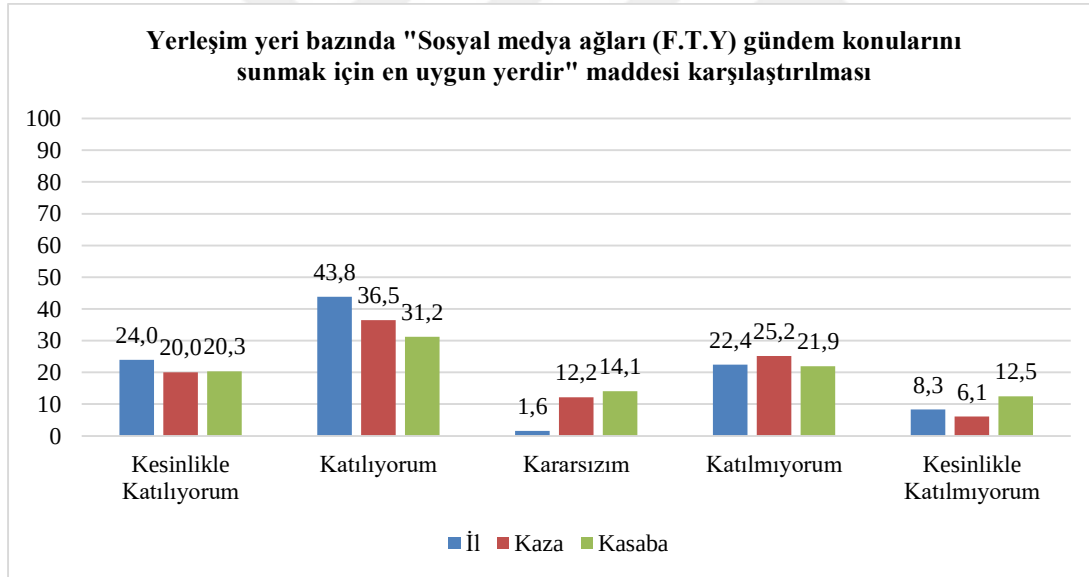
Çizelge 4.18. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) gündem konularını sunmak için en uygun yerdir” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağları (F.T.Y) gündem konularını sunmak için en uygun yerdir.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorm n (%)	Katılıyorm n (%)	Kararsızm n (%)	Katılmıyorm n (%)	Kesinlikle Katılmıyorm n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	60 (%25,9)	90 (%38,8)	15 (%6,5)	54 (%23,3)	13 (%5,6)	232(100.0)	9,886	0,042
Kadın	22 (%15,8)	56 (%40,3)	11 (%7,9)	32 (%23,0)	18 (%12,9)	139(100.0)		
İkamet Yeriniz								
İl	46 (%24,0)	84 (%43,8)	3 (%1,6)	43 (%22,4)	16 (%8,3)	192(100.0)	22,243	0,004
Kaza	23 (%20,0)	42 (%36,5)	14 (%12,2)	29 (%25,2)	7 (%6,1)	115(100.0)		
Kasaba	13 (%20,3)	20 (%31,2)	9 (%14,1)	14 (%21,9)	8 (%12,5)	64 (100.0)		
EğitimDurumunu								
Lisans	78 (%21,8)	141(%39,4)	26 (%7,3)	84 (%23,5)	29 (%8,1)	358(100.0)	2,554	0,635
Yüksek Lisans	4 (%30,8)	5 (%38,5)	0 (%0,0)	2 (%15,4)	2 (%15,4)	13 (100.0)		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	20 (%23,8)	36 (%42,9)	6 (%7,1)	13 (%15,5)	9 (%10,7)	84 (100.0)	3,988	0,408
Beşeri Bilimler	62 (%21,6)	110(%38,3)	20 (%7,0)	73 (%25,4)	22 (%7,7)	287(100.0)		
Yaş Aralığınız								
18-20	16 (%27,1)	24 (%40,7)	0 (%0,0)	15 (%25,4)	4 (%6,8)	59 (100.0)	9,780	0,281
21-25	59 (%20,6)	113(%39,4)	26 (%9,1)	64 (%22,3)	25 (%8,7)	287(100.0)		
26-30	7 (%28,0)	9 (%36,0)	0 (%0,0)	7 (%28,0)	2 (%8,0)	25 (100.0)		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.



Şekil 4.7. Cinsiyet bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) gündem konularını sunmak için en uygun yerdir" maddesi karşılaştırılması



Şekil 4.8. Yerleşim yeri bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) gündem konularını sunmak için en uygun yerdir" maddesi karşılaştırılması

İkamet yeri bazında bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) insan medeniyetini yükseltmede bir araç oldu.” maddesi yöneltildiğinde ilde oturan bireylerin 71’i kesinlikle katılıyorum, 50’si katılıyorum, 4’ü kararsızım, 35’i katılmıyorum, 32’si kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiş olup, kazada oturan bireylerin 34’ü kesinlikle katılıyorum, 19’u katılıyorum, 12’si kararsızım, 25’i katılmıyorum ve 25’i kesinlikle katılmıyorum cevaplarını vermiş, kasabada yaşayan bireylerin ise 26’sı kesinlikle katılıyorum, 10’u katılıyorum, 2’si kararsızım, 18’i katılmıyorum ve 9’u kesinlikle katılmıyorum

cevaplarını vermiştir. İkamet yeri bazında ilgili maddeye verilen cevaplar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. ($p=0.008$) (Çizelge 4.19)

Fakülte bazında bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) insan medeniyetini yükseltmede bir araç oldu.” maddesi yöneltildiğinde pozitif bilimlerde yer alan bireylerin 33’ü kesinlikle katılıyorum, 22’si katılıyorum, 20’si katılmıyorum, 9’u kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiş olup; beşeri bilimlerde yer alan bireylerin 98’i kesinlikle katılıyorum, 57’si katılıyorum, 18’i kararsızım, 58’i katılmıyorum ve 57’si kesinlikle katılmıyorum cevabını vermişlerdir. Fakülte bazında ilgili maddeye verilen cevaplar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. ($p=0.033$) (Çizelge 4.19)

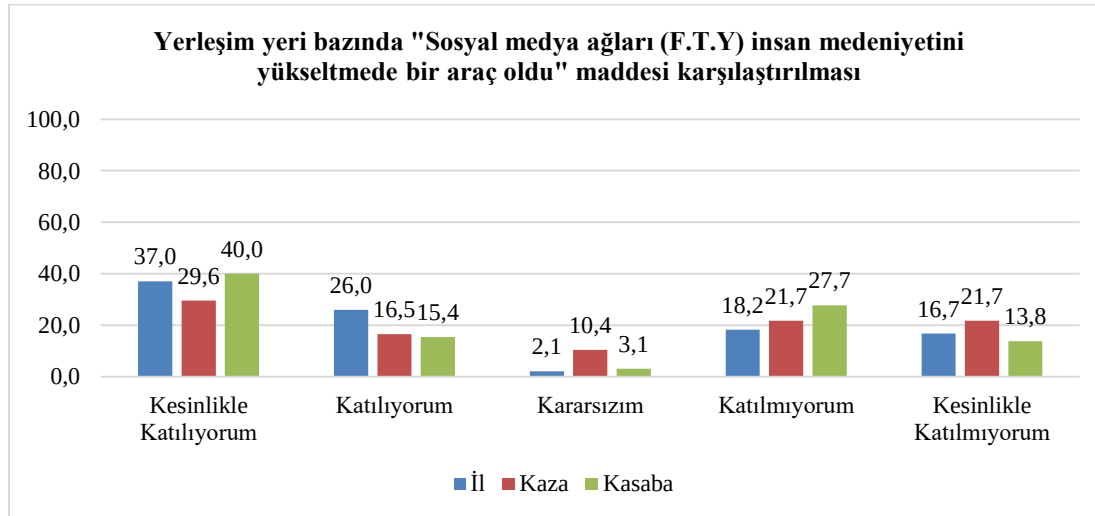
Yaş grupları bazında bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) insan medeniyetini yükseltmede bir araç oldu.” maddesi yöneltildiğinde 18-20 yaş grubunda yer alan bireylerin 25’i kesinlikle katılıyorum, 16’sı katılıyorum, 9’u katılmıyorum, 9’u kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiş olup, 21-25 yaş grubunda yer alan bireylerin 97’si kesinlikle katılıyorum, 53’ü katılıyorum, 18’i kararsızım, 63’ü katılmıyorum ve 57’si kesinlikle katılmıyorum cevaplarını vermiş, 26-30 yaş grubunda yer alan bireylerin ise 9’u kesinlikle katılıyorum, 10’u katılıyorum ve 6’sı katılmıyorum cevaplarını vermiştir. Yaş grupları bazında ilgili maddeye verilen cevaplar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. ($p=0.015$) (Çizelge 4.19)

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) insan medeniyetini yükseltmede bir araç oldu.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet ve eğitim durumları bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; $p=0.421$, $p=0.288$) (Çizelge 4.19)

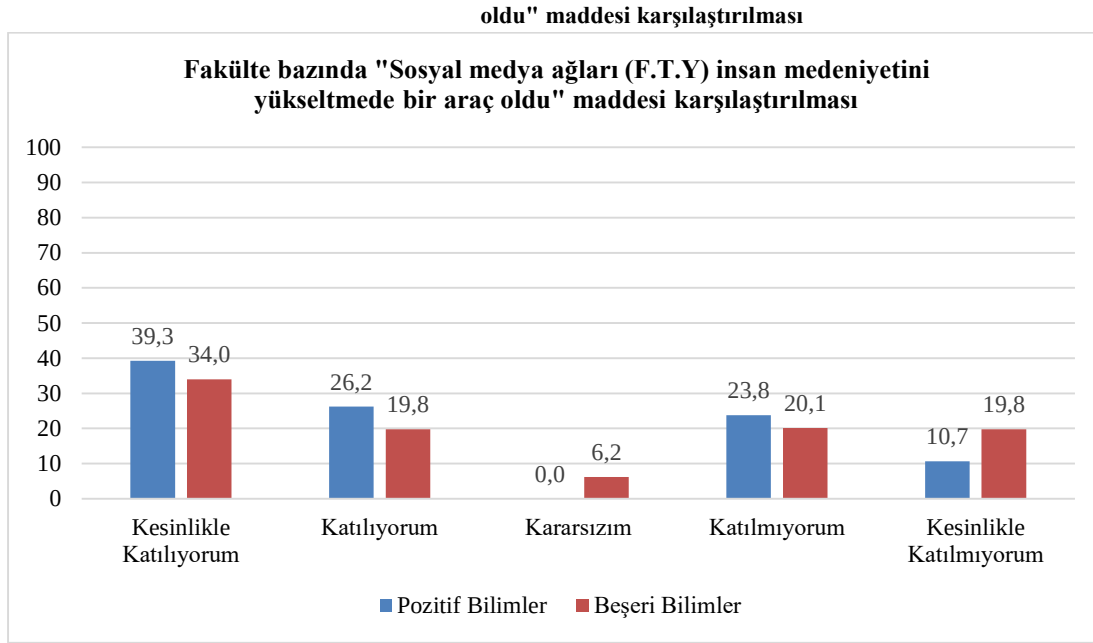
Çizelge 4.19. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) insan medeniyetini yükseltmede bir araç oldu” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağları (F.T.Y) insan medeniyetini yükseltmede bir araç oldu.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorm (%)	Katılıyorm (%)	Kararsızm (%)	Katılmıyorm (%)	Kesinlikle Katılmıyorm (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	74 (%31,9)	55 (%23,7)	12 (%5,2)	49 (%21,1)	42 (%18,1)	232(100.0)	3,893	0,421
Kadın	57 (%40,7)	24 (%17,1)	6 (%4,3)	29 (%20,7)	24 (%17,1)	140 (100.0)		
İkamet Yeriniz								
İl	71 (%37,0)	50 (%26,0)	4 (%2,1)	35 (%18,2)	32 (%16,7)	192	20,684	0,008
Kaza	34 (%29,6)	19 (%16,5)	12(%10,4)	25 (%21,7)	25 (%21,7)	115 (100.0)		
Kasaba	26 (%40,0)	10 (%15,4)	2 (%3,1)	18 (%27,7)	9 (%13,8)	65 (100.0)		
EğitimDurumunu								
Lisans	126 (%35,1)	74 (%20,6)	18 (%5,0)	75 (%20,9)	66 (%18,4)	359	4,993	0,288
Yüksek Lisans	5 (%38,5)	5 (%38,5)	0 (%0,0)	3 (%23,1)	0 (%0,0)	13 (100.0)		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	33 (%39,3)	22 (%26,2)	0 (%0,0)	20 (%23,8)	9 (%10,7)	84 (100.0)	10,453	0,033
Beşeri Bilimler	98 (%34,0)	57 (%19,8)	18 (%6,2)	58 (%20,1)	57 (%19,8)	288 (100.0)		
Yaş Aralığınız								
18-20	25 (%42,4)	16 (%27,1)	0 (%0,0)	9 (%15,3)	9 (%15,3)	59 (100.0)	18,965	0,015
21-25	97 (%33,7)	53 (%18,4)	18 (%6,2)	63 (%21,9)	57 (%19,8)	288		
26-30	9 (%36,0)	10 (%40,0)	0 (%0,0)	6 (%24,0)	0 (%0,0)	25 (100.0)		

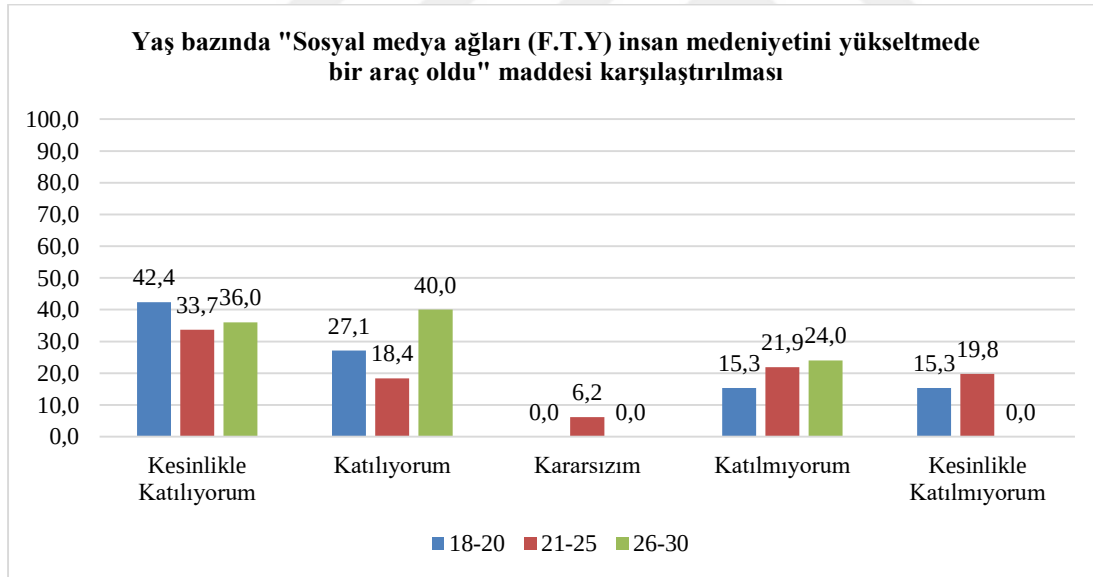
-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.



Şekil 4.9. Yerleşim yeri bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) insan medeniyetini yükseltmede bir araç



Şekil 4.10. Fakülte bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) insan medeniyetini yükseltmede bir araç oldu" maddesi karşılaştırılması



Şekil 4.11. Yaş bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) insan medeniyetini yükseltmede bir araç oldu" maddesi karşılaştırılması

İkamet yeri bazında bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) eleştiri yapma ve insanlar ile engel ve gözetim olmadan iletişim kurmamı sağladı.” maddesi yöneltildiğinde ilde oturan bireylerin 47’si kesinlikle katılıyorum, 47’si katılıyorum, 23’ü kararsızım, 27’si katılmıyorum, 48’i kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiş olup, kazada oturan bireylerin 45’i kesinlikle katılıyorum, 48’i katılıyorum, 7’si kararsızım, 13’ü katılmıyorum ve 2’si

kesinlikle katılmıyorum cevaplarını vermiş, kasabada yaşayan bireylerin ise 26'sı kesinlikle katılıyorum, 26'sı katılıyorum, 4'ü kararsızım, 7'si katılmıyorum ve 2'si kesinlikle katılmıyorum cevaplarını vermiştir. İkamet yeri bazında ilgili maddeye verilen cevaplar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. ($p<0.001$) (Çizelge 4.20)

Fakülte bazında bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) eleştiri yapma ve insanlar ile engel ve gözetim olmadan iletişim kurmamı sağladı.” maddesi yöneltildiğinde pozitif bilimlerde yer alan bireylerin 34'ü kesinlikle katılıyorum, 34'ü katılıyorum, 4'ü kararsızım 9'u katılmıyorum, 3'ü kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiş olup; beşerî bilimlerde yer alan bireylerin 84'ü kesinlikle katılıyorum, 87'si katılıyorum, 30'u kararsızım, 38'i katılmıyorum ve 49'u kesinlikle katılmıyorum cevabını vermişlerdir. Fakülte bazında ilgili maddeye verilen cevaplar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. ($p=0.003$) (Çizelge 4.20)

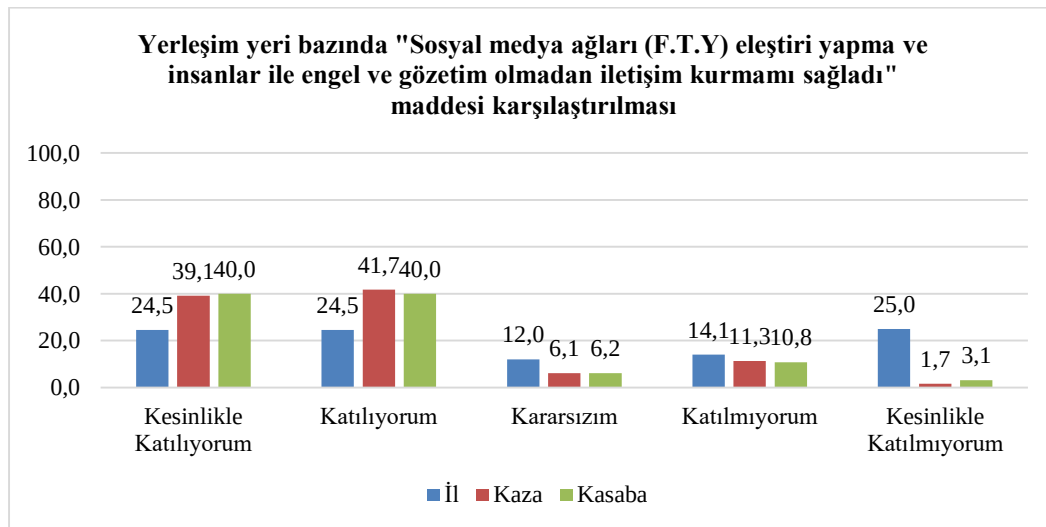
Yaş grupları bazında bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) eleştiri yapma ve insanlar ile engel ve gözetim olmadan iletişim kurmamı sağladı.” maddesi yöneltildiğinde 18-20 yaş grubunda yer alan bireylerin 15'i kesinlikle katılıyorum, 15'i katılıyorum, 4'ü kararsızım, 9'u katılmıyorum ve 16'sı kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiş olup, 21-25 yaş grubunda yer alan bireylerin 98'i kesinlikle katılıyorum, 102'si katılıyorum, 25'i kararsızım, 33'ü katılmıyorum ve 30'u kesinlikle katılmıyorum cevaplarını vermiş, 26-30 yaş grubunda yer alan bireylerin ise 5'i kesinlikle katılıyorum, 4'u katılıyorum, 5'i kararsızım, 5'i katılmıyorum ve 6'sı ise kesinlikle katılmıyorum cevaplarını vermiştir. Yaş grupları bazında ilgili maddeye verilen cevaplar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. ($p=0.003$) (Çizelge 4.20)

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) eleştiri yapma ve insanlar ile engel ve gözetim olmadan iletişim kurmamı sağladı.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet ve eğitim durumları bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; $p=0.159$, $p=0.614$) (Çizelge 4.20)

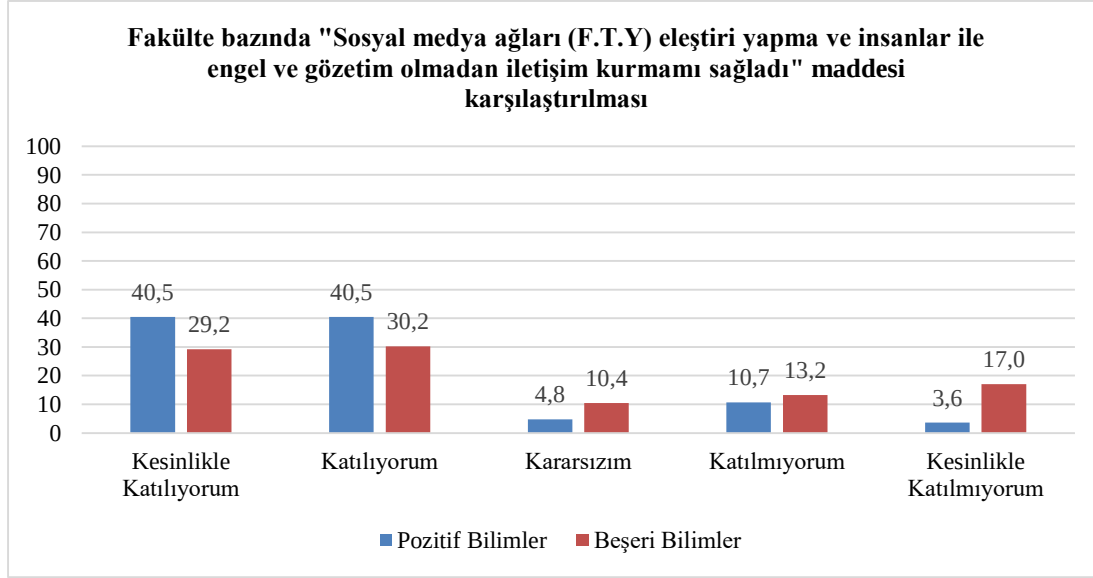
Çizelge 4.20. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) eleştiri yapma ve insanlar ile engel ve gözetim olmadan iletişim kurmamı sağladı” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağları (F.T.Y) eleştiri yapma ve insanlar ile engel ve gözetim olmadan iletişim kurmamı sağladı.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum m n (%)	Kararsız m n (%)	Katılmıyorum m n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum m n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	69 (%29,7)	70 (%30,2)	21 (%9,1)	33 (%14,2)	39 (%16,8)	232 (100.0)	6,587	0,159
Kadın	49 (%35,0)	51 (%36,4)	13 (%9,3)	14 (%10,0)	13 (%9,3)	140 (100.0)		
İkamet Yeriniz								
İl	47 (%24,5)	47 (%24,5)	23 (%12,0)	27 (%14,1)	48 (%25,0)	192 (100.0)	53,194	0,000
Kaza	45 (%39,1)	48 (%41,7)	7 (%6,1)	13 (%11,3)	2 (%1,7)	115 (100.0)		
Kasaba	26 (%40,0)	26 (%40,0)	4 (%6,2)	7 (%10,8)	2 (%3,1)	65 (100.0)		
EğitimDurumunu								
Lisans	114(%31,8)	119(%33,1)	32 (%8,9)	45 (%12,5)	49 (%13,6)	359 (100.0)	2,674	0,614
Yüksek	4 (%30,8)	2 (%15,4)	2 (%15,4)	2 (%15,4)	3 (%23,1)	13 (100.0)		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	34 (%40,5)	34 (%40,5)	4 (%4,8)	9 (%10,7)	3 (%3,6)	84 (100.0)	15,729	0,003
Beşeri Bilimler	84 (%29,2)	87 (%30,2)	30 (%10,4)	38 (%13,2)	49 (%17,0)	288 (100.0)		
Yaş Aralığınız								
18-20	15 (%25,4)	15 (%25,4)	4 (%6,8)	9 (%15,3)	16 (%27,1)	59 (100.0)	23,117	0,003
21-25	98 (%34,0)	102(%35,4)	25 (%8,7)	33 (%11,5)	30 (%10,4)	288 (100.0)		
26-30	5 (%20,0)	4 (%16,0)	5 (%20,0)	5 (%20,0)	6 (%24,0)	25 (100.0)		

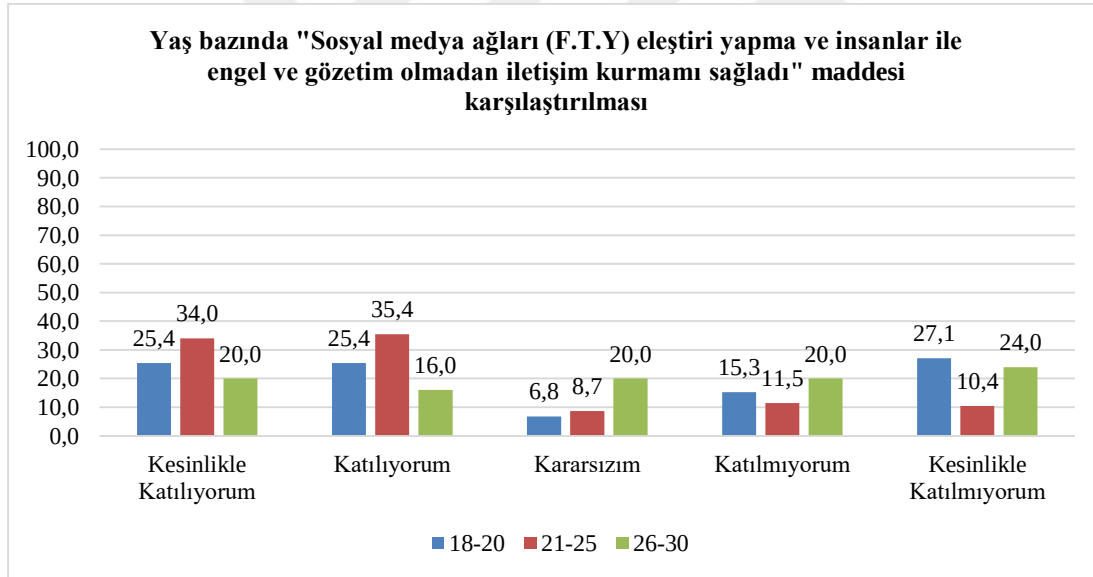
-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.



Şekil 4.12. Yerleşim yeri bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) eleştiri yapma ve insanlar ile engel ve gözetim olmadan iletişim kurmamı sağladı" maddesi karşılaştırılması



Şekil 4.13. Fakülte bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) eleştiri yapma ve insanlar ile engel ve gözetim olmadan iletişim kurmamı sağladı" maddesi karşılaştırılması



Şekil 4.14. Yaş bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) eleştiri yapma ve insanlar ile engel ve gözetim olmadan iletişim kurmamı sağladı" maddesi karşılaştırılması

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) fikir alışverişi ve kişisel diyalog geliştirilmesine ilişkin yaratıcı düşünce ve bilgi özgürlüğünü teşvik etmede rol oynadı.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet, ikamet yerleri, eğitim durumları, fakülte durumu ve yaş grupları bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; $p=0.811$, $p=0.997$, $p=0.855$, $p=0.822$, $p=0.989$) (Çizelge 4.21)

Çizelge 4.21. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) Fikir alışverişi ve kişisel diyalog geliştirilmesine ilişkin yaratıcı düşünce ve bilgi özgürlüğünü teşvik etmede rol oynadı” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağları (F.T.Y) Fikir alışverişi ve kişisel diyalog geliştirilmesine ilişkin yaratıcı düşünce ve bilgi özgürlüğünü teşvik etmede rol oynadı.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum m n (%)	Kararsız m n (%)	Katılmıyorum m n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum m n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	111(%48,3)	73 (%31,7)	7 (%3,0)	25 (%10,9)	14 (%6,1)	230(100.0)	1,58 7	0,81 1
Kadın	71 (%51,1)	44 (%31,7)	2 (%1,4)	16 (%11,5)	6 (%4,3)	139		
İkamet Yeriniz								
İl	95 (%50,3)	59 (%31,2)	5 (%2,6)	20 (%10,6)	10 (%5,3)	189	1,19 4	0,99 7
Kaza	54 (%47,0)	39 (%33,9)	2 (%1,7)	13 (%11,3)	7 (%6,1)	115		
Kasaba	33 (%50,8)	19 (%29,2)	2 (%3,1)	8 (%12,3)	3 (%4,6)	65 (100.0)		
EğitimDurumunu								
Lisans	175(%49,2)	113(%31,7)	9 (%2,5)	39 (%11,0)	20 (%5,6)	356 (100.0)	1,34 0	0,85 5
Yüksek Lisans	7 (%53,8)	4 (%30,8)	0 (%0,0)	2 (%15,4)	0 (%0,0)	13 (100.0)		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	43 (%51,2)	25 (%29,8)	3 (%3,6)	10 (%11,9)	3 (%3,6)	84 (100.0)	1,52 6	0,82 2
Beşeri Bilimler	139(%48,8)	92 (%32,3)	6 (%2,1)	31 (%10,9)	17 (%6,0)	285 (100.0)		
Yaş Aralığınız								
18-20	32 (%54,2)	17 (%28,8)	1 (%1,7)	6 (%10,2)	3 (%5,1)	59 (100.0)	1,69 7	0,98 9
21-25	137(%48,1)	92 (%32,3)	8 (%2,8)	32 (%11,2)	16 (%5,6)	285 (100.0)		
26-30	13 (%52,0)	8 (%32,0)	0 (%0,0)	3 (%12,0)	1 (%4,0)	25 (100.0)		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) siyasetçiler ile iletişim kurmama yardımcı oldu.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet, ikamet yerleri, eğitim durumları, fakülte durumu ve yaş grupları bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; p=0.189, p=0.291, p=0.929, p=0.415, p=0.055) (Çizelge 4.22)

Çizelge 4.22. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) siyasetçiler ile iletişim kurmama yardımcı oldu” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağları (F.T.Y) siyasetçiler ile iletişim kurmama yardımcı oldu.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyor m n (%)	Katılıyor m n (%)	Kararsız m n (%)	Katılmıyor m n (%)	Kesinlikle Katılmıyor m n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	91 (%39,2)	89 (%38,4)	13 (%5,6)	9 (%3,9)	30 (%12,9)	232(100.0)	6,144	0,189
Kadın	72 (%51,4)	39 (%27,9)	6 (%4,3)	6 (%4,3)	17 (%12,1)	140(100.0)		
İkamet Yeriniz								
İl	81 (%42,2)	66 (%34,4)	13 (%6,8)	4 (%2,1)	28 (%14,6)	192(100.0)	9,639	0,291
Kaza	49 (%42,6)	41 (%35,7)	3 (%2,6)	8 (%7,0)	14 (%12,2)	115(100.0)		
Kasaba	33 (%50,8)	21 (%32,3)	3 (%4,6)	3 (%4,6)	5 (%7,7)	65 (100.0)		
EğitimDurumunu								
Lisans	157 (%43,7)	124 (%34,5)	18 (%5,0)	15 (%4,2)	45 (%12,5)	359(100.0)	0,869	0,929
Yüksek Lisans	6 (%46,2)	4 (%30,8)	1 (%7,7)	0 (%0,0)	2 (%15,4)	13 (100.0)		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	40 (%47,6)	32 (%38,1)	3 (%3,6)	3 (%3,6)	6 (%7,1)	84 (100.0)	3,935	0,415
Beşeri Bilimler	123 (%42,7)	96 (%33,3)	16 (%5,6)	12 (%4,2)	41 (%14,2)	288(100.0)		
Yaş Aralığınız								
18-20	23 (%39,0)	19 (%32,2)	4 (%6,8)	0 (%0,0)	13 (%22,0)	59 (100.0)	15,230	0,055
21-25	131 (%45,5)	101 (%35,1)	12 (%4,2)	15 (%5,2)	29 (%10,1)	288(100.0)		
26-30	9 (%36,0)	8 (%32,0)	3 (%12,0)	0 (%0,0)	5 (%20,0)	25 (100.0)		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.

“Sosyal medya ağları (F.T.Y), belirli konular hakkında düşüncelerimi değiştirmeme katkıda bulundu.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet, ikamet yerleri, eğitim durumları, fakülte durumu ve yaş grupları bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; p=0.390, p=0.268, p=0.843, p=0.753, p=0.662) (Çizelge 4.23)

Çizelge 4.23. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y), belirli konular hakkında düşüncelerimi değiştirmeme katkıda bulundu” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağları (F.T.Y), belirli konular hakkında düşüncelerimi değiştirmeme katkıda bulundu.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	49 (%21,1)	88 (%37,9)	5 (%2,2)	50 (%21,6)	40 (%17,2)	232(100.0)	4,118	0,390
Kadın	28 (%20,3)	66 (%47,8)	3 (%2,2)	22 (%15,9)	19 (%13,8)	138		
İkamet Yeriniz								
İl	44 (%22,9)	72 (%37,5)	2 (%1,0)	41 (%21,4)	33 (%17,2)	192	9,961	0,268
Kaza	17 (%14,8)	54 (%47,0)	5 (%4,3)	21 (%18,3)	18 (%15,7)	115		
Kasaba	16 (%25,4)	28 (%44,4)	1 (%1,6)	10 (%15,9)	8 (%12,7)	63 (100.0)		
EğitimDurumunu								
Lisans	73 (%20,4)	150 (%42,0)	8 (%2,2)	69 (%19,3)	57 (%16,0)	357	1,408	0,843
Yüksek Lisans	4 (%30,8)	4 (%30,8)	0 (%0,0)	3 (%23,1)	2 (%15,4)	13 (100.0)		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	18 (%21,4)	39 (%46,4)	2 (%2,4)	15 (%17,9)	10 (%11,9)	84 (100.0)	1,904	0,753
Beşeri Bilimler	59 (%20,6)	115 (%40,2)	6 (%2,1)	57 (%19,9)	49 (%17,1)	286 (100.0)		
Yaş Aralığınız								
18-20	14 (%23,7)	20 (%33,9)	1 (%1,7)	12 (%20,3)	12 (%20,3)	59 (100.0)	5,865	0,662
21-25	56 (%19,6)	127 (%44,4)	7 (%2,4)	54 (%18,9)	42 (%14,7)	286		
26-30	7 (%28,0)	7 (%28,0)	0 (%0,0)	6 (%24,0)	5 (%20,0)	25 (100.0)		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.

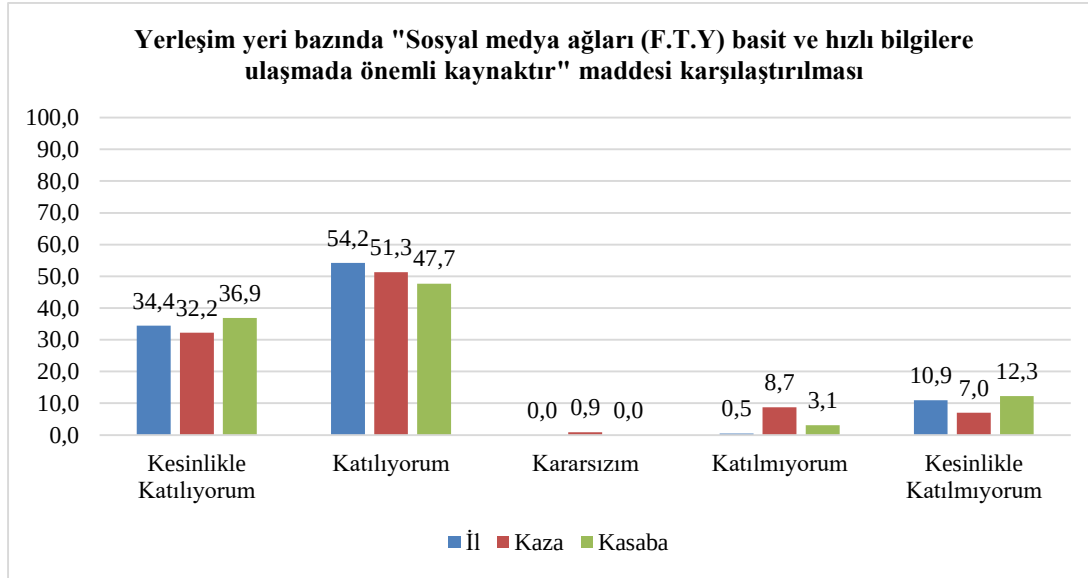
İkamet yeri bazında bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) basit ve hızlı bilgilere ulaşmada önemli kaynaktır.” maddesi yöneltildiğinde ilde oturan bireylerin 66’sı kesinlikle katılıyorum, 104’ü katılıyorum, 1’i katılmıyorum, 21’i kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiş olup, kazada oturan bireylerin 37’i kesinlikle katılıyorum, 59’u katılıyorum, 1’i kararsızım, 10’u katılmıyorum ve 8’i kesinlikle katılmıyorum cevaplarını vermiş, kasabada yaşayan bireylerin ise 24’ü kesinlikle katılıyorum, 31’i katılıyorum, 2’si katılmıyorum ve 8’ii kesinlikle katılmıyorum cevaplarını vermiştir. İkamet yeri bazında ilgili maddeye verilen cevaplar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. (p=0.019) (Çizelge 4.24)

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) basit ve hızlı bilgilere ulaşmada önemli kaynaktır.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet, eğitim durumları, fakülte durumu ve yaş grupları bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; $p=0.528$, $p=0.504$, $p=0.925$, $p=0.801$) (Çizelge 4.24)

Çizelge 4.24. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) basit ve hızlı bilgilere ulaşmada önemli kaynaktır” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağları (F.T.Y) basit ve hızlı bilgilere ulaşmada önemli kaynaktır.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyor m n (%)	Katılıyor m n (%)	Kararsız m n (%)	Katılmıyor m n (%)	Kesinlikle Katılmıyor m n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	75 (%32,3)	127(%54,7)	0 (%0,0)	8 (%3,4)	22 (%9,5)	232(100.0)	3,181	0,528
Kadın	52 (%37,1)	67 (%47,9)	1 (%0,7)	5 (%3,6)	15 (%10,7)	140 (100.0)		
İkamet Yeriniz								
İl	66 (%34,4)	104(%54,2)	0 (%0,0)	1 (%0,5)	21 (%10,9)	192 (100.0)	18,309	0,019
Kaza	37 (%32,2)	59 (%51,3)	1 (%0,9)	10 (%8,7)	8 (%7,0)	115 (100.0)		
Kasaba	24 (%36,9)	31 (%47,7)	0 (%0,0)	2 (%3,1)	8 (%12,3)	65 (100.0)		
EğitimDurumunu								
Lisans	124 (%34,5)	187(%52,1)	1 (%0,3)	13 (%3,6)	34 (%9,5)	180 (100.0)	3,332	0,504
Yüksek Lisans	3 (%23,1)	7 (%53,8)	0 (%0,0)	0 (%0,0)	3 (%23,1)	13 (100.0)		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	28 (%33,3)	43 (%51,2)	0 (%0,0)	4 (%4,8)	9 (%10,7)	84 (100.0)	0,894	0,925
Beşeri Bilimler	99 (%34,4)	151(%52,4)	1 (%0,3)	9 (%3,1)	28 (%9,7)	288 (100.0)		
Yaş Aralığınız								
18-20	20 (%33,9)	32 (%54,2)	0 (%0,0)	0 (%0,0)	7 (%11,9)	59 (100.0)	4,558	0,801
21-25	98 (%34,0)	149(%51,7)	1 (%0,3)	13 (%4,5)	27 (%9,4)	288 (100.0)		
26-30	9 (%36,0)	13 (%52,0)	0 (%0,0)	0 (%0,0)	3 (%12,0)	25 (100.0)		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.



Şekil 4.15. Yerleşim yeri bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) basit ve hızlı bilgilere ulaşmada önemli kaynaktır" maddesi karşılaştırılması

İkamet yeri bazında bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) söylentilerin kaynağıdır.” maddesi yöneltildiğinde ilde oturan bireylerin 82’si kesinlikle katılıyorum, 60’ı katılıyorum, 3’ü kararsızım, 16’sı katılmıyorum, 31’i kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiş olup, kazada oturan bireylerin 52’si kesinlikle katılıyorum, 43’ü katılıyorum, 8’i kararsızım, 9’u katılmıyorum ve 3’ü kesinlikle katılmıyorum cevaplarını vermiş, kasabada yaşayan bireylerin ise 33’ü kesinlikle katılıyorum, 26’sı katılıyorum, 3’ü kararsızım ve 3’ü katılmıyorum cevaplarını vermiştir. İkamet yeri bazında ilgili maddeye verilen cevaplar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. ($p < 0.001$) (Çizelge 4.25)

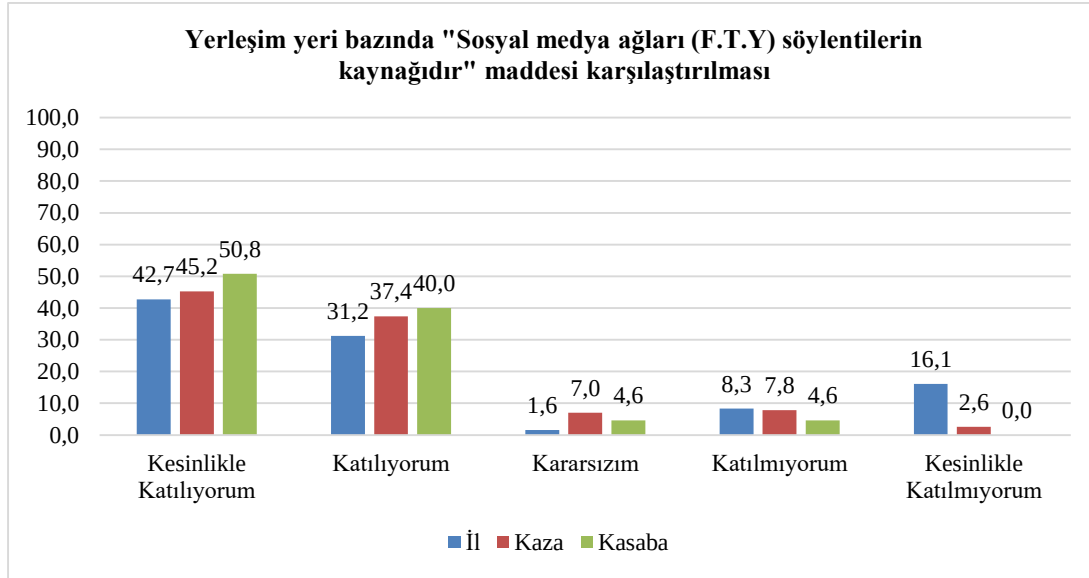
Yaş grupları bazında bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) söylentilerin kaynağıdır.” maddesi yöneltildiğinde 18-20 yaş grubunda yer alan bireylerin 22’si kesinlikle katılıyorum, 17’si katılıyorum, 4’ü katılmıyorum ve 16’sı kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiş olup, 21-25 yaş grubunda yer alan bireylerin 134’ü kesinlikle katılıyorum, 105’i katılıyorum, 14’ü kararsızım, 22’si katılmıyorum ve 13’ü kesinlikle katılmıyorum cevaplarını vermiş, 26-30 yaş grubunda yer alan bireylerin ise 11’i kesinlikle katılıyorum, 7’si katılıyorum, 2’si katılmıyorum ve 5’i kesinlikle katılmıyorum cevaplarını vermiştir. Yaş grupları bazında ilgili maddeye verilen cevaplar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. ($p < 0.001$) (Çizelge 4.25)

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) söylentilerin kaynağıdır.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet, eğitim durumları, fakülte durumu bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; p=0.418, p=0.420, p=0.185) (Çizelge 4.25)

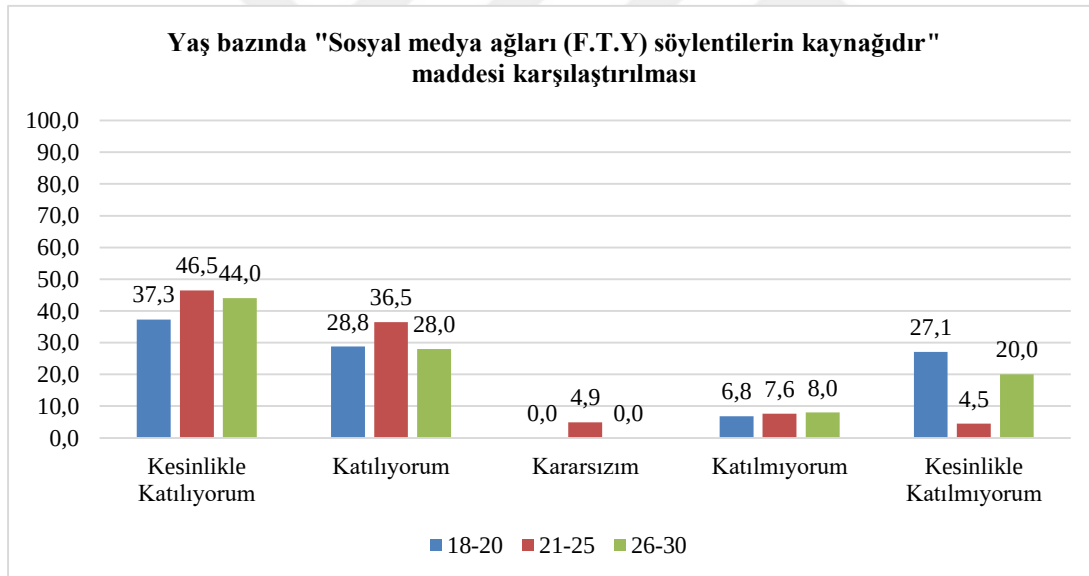
Çizelge 4.25. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) söylentilerin kaynağıdır” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler		Sosyal medya ağları (F.T.Y) söylentilerin kaynağıdır.					Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	102(%44,0)	77 (%33,2)	8 (%3,4)	19 (%8,2)	26 (%11,2)	232 (100.0)	3,916	0,418
Kadın	65 (%46,4)	52 (%37,1)	6 (%4,3)	9 (%6,4)	8 (%5,7)	140		
İkamet Yeriniz								
İl	82 (%42,7)	60 (%31,2)	3 (%1,6)	16 (%8,3)	31 (%16,1)	192	30,375	0,000
Kaza	52 (%45,2)	43 (%37,4)	8 (%7,0)	9 (%7,8)	3 (%2,6)	115		
Kasaba	33 (%50,8)	26 (%40,0)	3 (%4,6)	3 (%4,6)	0 (%0,0)	65		
EğitimDurumunuz								
Lisans	161(%44,8)	126(%35,1)	14 (%3,9)	27 (%7,5)	31 (%8,6)	359 (100.0)	3,898	0,420
Yüksek Lisans	6 (%46,2)	3 (%23,1)	0 (%0,0)	1 (%7,7)	3 (%23,1)	13		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	41 (%48,8)	32 (%38,1)	3 (%3,6)	6 (%7,1)	2 (%2,4)	84 (100.0)	6,191	0,185
Beşeri Bilimler	126(%43,8)	97 (%33,7)	11 (%3,8)	22 (%7,6)	32 (%11,1)	288 (100.0)		
Yaş Aralığınız								
18-20	22 (%37,3)	17 (%28,8)	0 (%0,0)	4 (%6,8)	16 (%27,1)	59	37,080	0,000
21-25	134(%46,5)	105(%36,5)	14 (%4,9)	22 (%7,6)	13 (%4,5)	288 (100.0)		
26-30	11 (%44,0)	7 (%28,0)	0 (%0,0)	2 (%8,0)	5 (%20,0)	25 (100.0)		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.



Şekil 4.16. Yerleşim yeri bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) söylentilerin kaynağıdır" maddesi karşılaştırılması



Şekil 4.17. Yaş bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) söylentilerin kaynağıdır" maddesi karşılaştırılması

Sosyal medya ağları (F.T.Y) belirli konular ile ilgili homojen toplumlar yaratabilir.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet, ikamet yerleri, eğitim durumları, fakülte durumu ve yaş grupları bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; $p=0.434$, $p=0.121$, $p=0.596$, $p=0.202$, $p=0.388$) (Çizelge 4.26).

Çizelge 4.26. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) belirli konular ile ilgili homojen toplumlar yaratabilir” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağları (F.T.Y) belirli konular ile ilgili homojen toplumlar yaratabilir.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	101(%43,5)	100 (%43,1)	5 (%2,2)	12 (%5,2)	14 (%6,0)	232 (100.0)	3,798	0,434
Kadın	57 (%40,7)	63 (%45,0)	4 (%2,9)	12 (%8,6)	4 (%2,9)	140		
İkamet Yeriniz								
İl	82 (%42,7)	81 (%42,2)	6 (%3,1)	8 (%4,2)	15 (%7,8)	192	12,741	0,121
Kaza	48 (%41,7)	52 (%45,2)	3 (%2,6)	10 (%8,7)	2 (%1,7)	115		
Kasaba	28 (%43,1)	30 (%46,2)	0 (%0,0)	6 (%9,2)	1 (%1,5)	65		
EğitimDurumunuz								
Lisans	152(%42,3)	158 (%44,0)	8 (%2,2)	24 (%6,7)	17 (%4,7)	359 (100.0)	2,775	0,596
Yüksek Lisans	6 (%46,2)	5 (%38,5)	1 (%7,7)	0 (%0,0)	1 (%7,7)	13		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	37 (%44,0)	38 (%45,2)	2 (%2,4)	7 (%8,3)	0 (%0,0)	84 (100.0)	5,959	0,202
Beşeri Bilimler	121(%42,0)	125 (%43,4)	7 (%2,4)	17 (%5,9)	18 (%6,2)	288 (100.0)		
Yaş Aralığınız								
18-20	25 (%42,4)	25 (%42,4)	1 (%1,7)	3 (%5,1)	5 (%8,5)	59	8,478	0,388
21-25	122(%42,4)	128 (%44,4)	6 (%2,1)	21 (%7,3)	11 (%3,8)	288 (100.0)		
26-30	11 (%44,0)	10 (%40,0)	2 (%8,0)	0 (%0,0)	2 (%8,0)	25 (100.0)		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) çevremde oluşan olaylardan vicdanen etkilenmemde katkıda bulundu.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet, ikamet yerleri, eğitim durumları, fakülte durumu ve yaş grupları bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; p=0.429, p=0.559, p=0.752, p=0.431, p=0.455) (Çizelge 4.27)

Çizelge 4.27. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) çevremde oluşan olaylardan vicdanen etkilenmemde katkıda bulundu” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağları (F.T.Y) çevremde oluşan olaylardan vicdanen etkilenmemde katkıda bulundu.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	44 (%19,0)	58 (%25,1)	12 (%5,2)	67 (%29,0)	50 (%21,6)	231	3,835	0,429
Kadın	20 (%14,3)	33 (%23,6)	11 (%7,9)	37 (%26,4)	39 (%27,9)	140		
İkamet Yeriniz								
İl	34 (%17,8)	49 (%25,7)	7 (%3,7)	58 (%30,4)	43 (%22,5)	191	6,428	0,559
Kaza	21 (%18,3)	26 (%22,6)	11 (%9,6)	28 (%24,3)	29 (%25,2)	115		
Kasaba	9 (%13,8)	16 (%24,6)	5 (%7,7)	18 (%27,7)	17 (%26,2)	65		
EğitimDurumunuz								
Lisans	63 (%17,6)	87 (%24,3)	22 (%6,1)	99 (%27,7)	87 (%24,3)	358	1,914	0,752
Yüksek Lisans	1 (%7,7)	4 (%30,8)	1 (%7,7)	5 (%38,5)	2 (%15,4)	13		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	13 (%15,5)	27 (%32,1)	4 (%4,8)	20 (%23,8)	20 (%23,8)	84 (100,0)	3,819	0,431
Beşeri Bilimler	51 (%17,8)	64 (%22,3)	19 (%6,6)	84 (%29,3)	69 (%24,0)	287 (100,0)		
Yaş Aralığınız								
18-20	13 (%22,4)	15 (%25,9)	0 (%0,0)	18 (%31,0)	12 (%20,7)	58	7,786	0,455
21-25	48 (%16,7)	69 (%24,0)	22 (%7,6)	77 (%26,7)	72 (%25,0)	288		
26-30	3 (%12,0)	7 (%28,0)	1 (%4,0)	9 (%36,0)	5 (%20,0)	25		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) ülkemi ilgilendiren siyasi konulara ilişkin sorumluluğumu derinleştirdi.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet, ikamet yerleri, eğitim durumları, fakülte durumu ve yaş grupları bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; $p=0.524$, $p=0.609$, $p=0.715$, $p=0.939$, $p=0.698$) (Çizelge 4.28)

Çizelge 4.28. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) ülkemi ilgilendiren siyasi konulara ilişkin sorumluluğumu derinleştirdi” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağları (F.T.Y) ülkemi ilgilendiren siyasi konulara ilişkin sorumluluğumu derinleştirdi.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	58 (%25,2)	86 (%37,4)	4 (%1,7)	33 (%14,3)	49 (%21,3)	230	3,206	0,524
Kadın	45 (%32,1)	54 (%38,6)	2 (%1,4)	16 (%11,4)	23 (%16,4)	140		
İkamet Yeriniz								
İl	50 (%26,3)	72 (%37,9)	1 (%0,5)	29 (%15,3)	38 (%20,0)	190	6,346	0,609
Kaza	32 (%27,8)	42 (%36,5)	4 (%3,5)	14 (%12,2)	23 (%20,0)	115		
Kasaba	21 (%32,3)	26 (%40,0)	1 (%1,5)	6 (%9,2)	11 (%16,9)	65		
EğitimDurumunuz								
Lisans	99 (%27,7)	137(%38,4)	6 (%1,7)	46 (%12,9)	69 (%19,3)	357 (100.0)	2,110	0,715
Yüksek Lisans	4 (%30,8)	3 (%23,1)	0 (%0,0)	3 (%23,1)	3 (%23,1)	13		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	21 (%25,0)	33 (%39,3)	2 (%2,4)	11 (%13,1)	17 (%20,2)	84 (100.0)	0,797	0,939
Beşeri Bilimler	82 (%28,7)	107(%37,4)	4 (%1,4)	38 (%13,3)	55 (%19,2)	286 (100.0)		
Yaş Aralığınız								
18-20	13 (%22,8)	21 (%36,8)	0 (%0,0)	8 (%14,0)	15 (%26,3)	57	5,548	0,698
21-25	83 (%28,8)	109(%37,8)	6 (%2,1)	36 (%12,5)	54 (%18,8)	288 (100.0)		
26-30	7 (%28,0)	10 (%40,0)	0 (%0,0)	5 (%20,0)	3 (%12,0)	25		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) kamuoyunu etkileyen başarılı bir iletişim aracıdır.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet, ikamet yerleri, eğitim durumları, fakülte durumu ve yaş grupları bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; p=0.695, p=0.812, p=0.274, p=0.222, p=0.880) (Çizelge 4.29)

Çizelge 4.29. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) kamuoyunu etkileyen başarılı bir iletişim aracıdır” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağları (F.T.Y) kamuoyunu etkileyen başarılı bir iletişim aracıdır.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	95 (%40,9)	113(%48,7)	4 (%1,7)	11 (%4,7)	9 (%3,9)	232 (100.0)	2,223	0,695
Kadın	65 (%46,4)	65 (%46,4)	1 (%0,7)	6 (%4,3)	3 (%2,1)	140 (100.0)		
İkamet Yeriniz								
İl	81 (%42,2)	91 (%47,4)	4 (%2,1)	8 (%4,2)	8 (%4,2)	192 (100.0)	4,478	0,812
Kaza	48 (%41,7)	56 (%48,7)	1 (%0,9)	7 (%6,1)	3 (%2,6)	115 (100.0)		
Kasaba	31 (%47,7)	31 (%47,7)	0 (%0,0)	2 (%3,1)	1 (%1,5)	65 (100.0)		
EğitimDurumunuz								
Lisans	154(%42,9)	172(%47,9)	4 (%1,1)	17 (%4,7)	12 (%3,3)	359 (100.0)	5,128	0,274
Yüksek Lisans	6 (%46,2)	6 (%46,2)	1 (%7,7)	0 (%0,0)	0 (%0,0)	13 (100.0)		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	39 (%46,4)	40 (%47,6)	0 (%0,0)	5 (%6,0)	0 (%0,0)	84 (100.0)	5,708	0,222
Beşeri Bilimler	121(%42,0)	138(%47,9)	5 (%1,7)	12 (%4,2)	12 (%4,2)	288 (100.0)		
Yaş Aralığınız								
18-20	24 (%40,7)	28 (%47,5)	1 (%1,7)	3 (%5,1)	3 (%5,1)	59 (100.0)	3,743	0,880
21-25	125(%43,4)	138(%47,9)	3 (%1,0)	14 (%4,9)	8 (%2,8)	288 (100.0)		
26-30	11 (%44,0)	12 (%48,0)	1 (%4,0)	0 (%0,0)	1 (%4,0)	25 (100.0)		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) ülkemde yaşanan siyasi durumun doğru yansımada katkıda bulunmuştur.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet, ikamet yerleri, eğitim durumları, fakülte durumu ve yaş grupları bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; p=0.828, p=0.778, p=0.805, p=0.985, p=0.538) (Çizelge 4.30)

Çizelge 4.30. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) ülkemde yaşanan siyasi durumun doğru yansımada katkıda bulunmuştur” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağları (F.T.Y) ülkemde yaşanan siyasi durumun doğru yansımada katkıda bulunmuştur.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	93 (%40,1)	80 (%34,5)	12 (%5,2)	36 (%15,5)	11 (%4,7)	232	1,492	0,828
Kadın	53 (%37,9)	53 (%37,9)	9 (%6,4)	17 (%12,1)	8 (%5,7)	143		
İkamet Yeriniz								
İl	77 (%40,1)	66 (%34,4)	9 (%4,7)	27 (%14,1)	13 (%6,8)	192	4,806	0,778
Kaza	43 (%37,4)	41 (%35,7)	9 (%7,8)	17 (%14,8)	5 (%4,3)	115		
Kasaba	26 (%40,0)	26 (%40,0)	3 (%4,6)	9 (%13,8)	1 (%1,5)	65		
EğitimDurumunuz								
Lisans	141(%39,3)	129 (%35,9)	20 (%5,6)	50 (%13,9)	19 (%5,3)	359 (100.0)	1,621	0,805
Yüksek Lisans	5 (%38,5)	4 (%30,8)	1 (%7,7)	3 (%23,1)	0 (%0,0)	13		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	32 (%38,1)	31 (%36,9)	4 (%4,8)	13 (%15,5)	4 (%4,8)	84 (100.0)	0,367	0,985
Beşeri Bilimler	114(%39,6)	102 (%35,4)	17 (%5,9)	40 (%13,9)	15 (%5,2)	288 (100.0)		
Yaş Aralığınız								
18-20	27 (%45,8)	23 (%39,0)	0 (%0,0)	7 (%11,9)	2 (%3,4)	59	6,990	0,538
21-25	110(%38,2)	103 (%35,8)	19 (%6,6)	41 (%14,2)	15 (%5,2)	288 (100.0)		
26-30	9 (%36,0)	7 (%28,0)	2 (%8,0)	5 (%20,0)	2 (%8,0)	25		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) Arap baharının gerçekleşmesinde en önemli araçlardan sayılmaktadır.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet, ikamet yerleri, eğitim durumları, fakülte durumu ve yaş grupları bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; p=0.722, p=0.455, p=0.485, p=0.149, p=0.561) (Çizelge 4.31)

Çizelge 4.31. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) Arap baharının gerçekleşmesinde en önemli araçlardan sayılmaktadır” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağları (F.T.Y) Arap baharının gerçekleşmesinde en önemli araçlardan sayılmaktadır.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	79 (%34,2)	63 (%27,3)	10 (%4,3)	31 (%13,4)	48 (%20,8)	231	2,076	0,722
Kadın	54 (%38,6)	35 (%25,0)	3 (%2,1)	21 (%15,0)	27 (%19,3)	140		
İkamet Yeriniz								
İl	62 (%32,5)	51 (%26,7)	11 (%5,8)	29 (%15,2)	38 (%19,9)	191	7,783	0,455
Kaza	47 (%40,9)	29 (%25,2)	1 (%0,9)	15 (%13,0)	23 (%20,0)	115		
Kasaba	24 (%36,9)	18 (%27,7)	1 (%1,5)	8 (%12,3)	14 (%21,5)	65		
EğitimDurumunuz								
Lisans	129(%36,0)	93 (%26,0)	12 (%3,4)	52 (%14,5)	72 (%20,1)	358 (100.0)	3,454	0,485
Yüksek Lisans	4 (%30,8)	5 (%38,5)	1 (%7,7)	0 (%0,0)	3 (%23,1)	13		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	36 (%42,9)	26 (%31,0)	1 (%1,2)	8 (%9,5)	13 (%15,5)	84 (100.0)	6,763	0,149
Beşeri Bilimler	97 (%33,8)	72 (%25,1)	12 (%4,2)	44 (%15,3)	62 (%21,6)	287 (100.0)		
Yaş Aralığınız								
18-20	18 (%31,0)	16 (%27,6)	3 (%5,2)	7 (%12,1)	14 (%24,1)	58	6,775	0,561
21-25	107(%37,2)	73 (%25,3)	8 (%2,8)	44 (%15,3)	56 (%19,4)	288 (100.0)		
26-30	8 (%32,0)	9 (%36,0)	2 (%8,0)	1 (%4,0)	5 (%20,0)	25		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.

Eğitim durumu bazında bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) pek çok yerel, Arap ve uluslararası konularda siyasi bilinci geliştirmiştir.” maddesi yöneltildiğinde lisans grubunda yer alan bireylerin 174’ü kesinlikle katılıyorum, 122’si katılıyorum, 1’i kararsızım 41’i katılmıyorum, 21’i kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiş olup; yüksek lisans grubunda yer alan bireylerin 7’si kesinlikle katılıyorum, 4’ü katılıyorum, 1’i kararsızım, 1’i katılmıyorum cevabını vermişlerdir. Eğitim durumu bazında ilgili maddeye verilen cevaplar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. (p=0.008) (Çizelge 4.32)

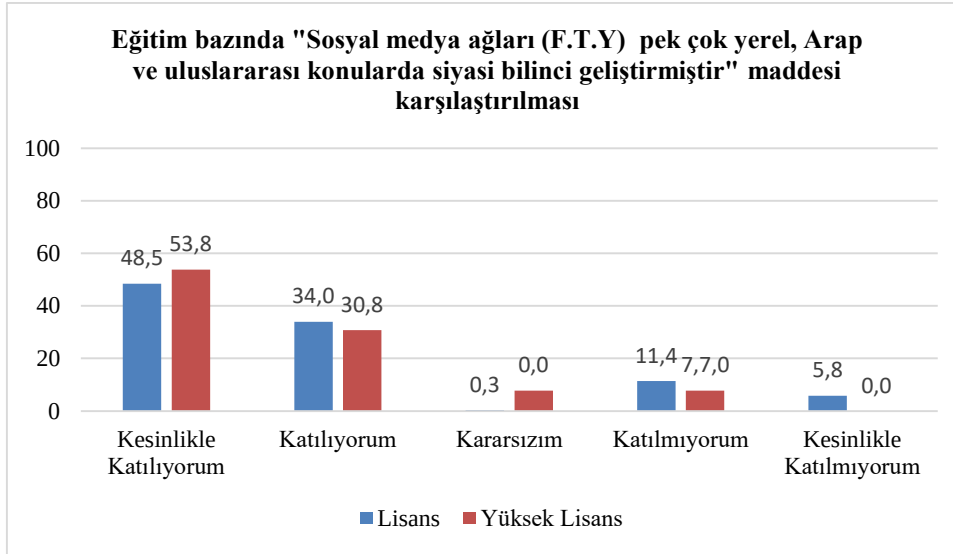
“Sosyal medya ağları (F.T.Y) pek çok yerel, Arap ve uluslararası konularda siyasi bilinci geliştirmiştir.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet, ikamet yerleri, fakülte

durumu ve yaş grupları bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; $p=0.086$, $p=0.342$, $p=0.755$, $p=0.323$) (Çizelge 4.32)

Çizelge 4.32. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) pek çok yerel, Arap ve uluslararası konularda siyasi bilinci geliştirmiştir” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağları (F.T.Y) pek çok yerel, Arap ve uluslararası konularda siyasi bilinci geliştirmiştir						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	120(%51,7)	78 (%33,6)	2 (%0,9)	24 (%10,3)	8 (%3,4)	232 (100,0)	8,170	0,086
Kadın	61 (%43,6)	48 (%34,3)	0 (%0,0)	18 (%12,9)	13 (%9,3)	140 (100,0)		
İkamet Yeriniz								
İl	98 (%51,0)	64 (%33,3)	1 (%0,5)	24 (%12,5)	5 (%2,6)	192 (100,0)	9,008	0,342
Kaza	55 (%47,8)	39 (%33,9)	1 (%0,9)	11 (%9,6)	9 (%7,8)	115 (100,0)		
Kasaba	28 (%43,1)	23 (%35,4)	0 (%0,0)	7 (%10,8)	7 (%10,8)	65 (100,0)		
EğitimDurumunuz								
Lisans	174(%48,5)	122 (%34,0)	1 (%0,3)	41 (%11,4)	21 (%5,8)	359 (100,0)	13,854	0,008
Yüksek Lisans	7 (%53,8)	4 (%30,8)	1 (%7,7)	1 (%7,7)	0 (%0,0)	13 (100,0)		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	44 (%52,4)	26 (%31,0)	0 (%0,0)	8 (%9,5)	6 (%7,1)	84 (100,0)	1,897	0,755
Beşeri Bilimler	137(%47,6)	100 (%34,7)	2 (%0,7)	34 (%11,8)	15 (%5,2)	288 (100,0)		
Yaş Aralığınız								
18-20	32 (%54,2)	18 (%30,5)	0 (%0,0)	7 (%11,9)	2 (%3,4)	59 (100,0)	9,320	0,323
21-25	137(%47,6)	99 (%34,4)	1 (%0,3)	32 (%11,1)	19 (%6,6)	288 (100,0)		
26-30	12 (%48,0)	9 (%36,0)	1 (%4,0)	3 (%12,0)	0 (%0,0)	25 (100,0)		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.



Şekil 4.18. Eğitim bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) pek çok yerel, Arap ve uluslararası konularda siyasi bilinci geliştirmiştir" maddesi karşılaştırılması

Cinsiyet bazında bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) bana bazı faaliyet ve iç siyaset ile ilgili görüşümü sunmamda katkıda bulunmuştur.” maddesi yöneltildiğinde erkek bireylerin 67’si kesinlikle katılıyorum, 27’si katılıyorum, 17’si kararsızım, 67’si katılmıyorum, 53’ü kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiş olup, kadın bireylerin 44’ü kesinlikle katılıyorum, 25’i katılıyorum, 21’i kararsızım, 25’i katılmıyorum ve 25’i kesinlikle katılmıyorum cevabını vermişlerdir.

Cinsiyet bazında ilgili maddeye verilen cevaplar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. ($p=0.012$) (Çizelge 4.33)

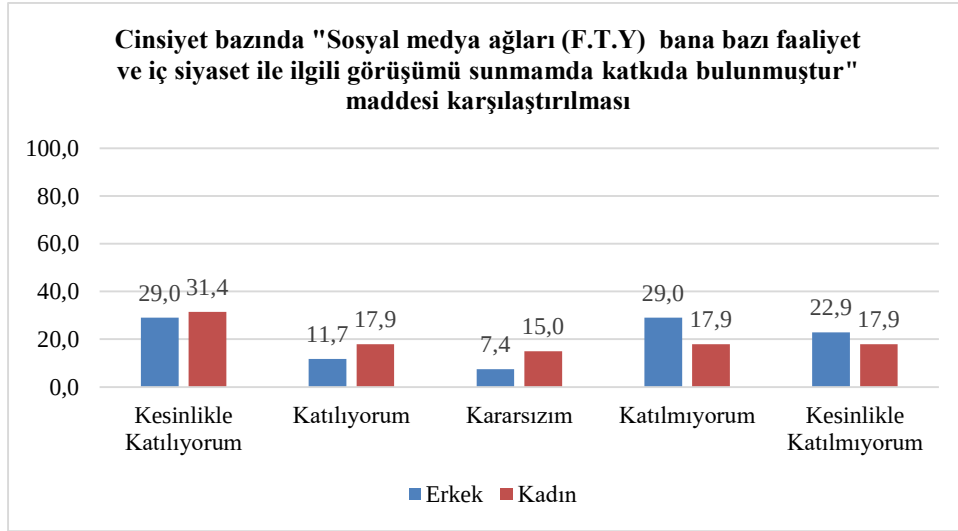
“Sosyal medya ağları (F.T.Y) bana bazı faaliyet ve iç siyaset ile ilgili görüşümü sunmamda katkıda bulunmuştur.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları ikamet yerleri, fakülte durumu, eğitim durumları ve yaş grupları bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; $p=0.969$, $p=0.429$, $p=0.895$, $p=0.277$) (Çizelge 4.33)

Çizelge 4.33. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) bana bazı faaliyet ve iç siyaset ile ilgili görüşümü sunmamda katkıda bulunmuştur” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağları (F.T.Y) bana bazı faaliyet ve iç siyaset ile ilgili görüşümü sunmamda katkıda bulunmuştur.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyor m n (%)	Katılıyor m n (%)	Kararsız m n (%)	Katılmıyor m n (%)	Kesinlikle Katılmıyor m n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	67 (%29,0)	27 (%11,7)	17 (%7,4)	67 (%29,0)	53 (%22,9)	231(100.0)	12,947	0,012
Kadın	44 (%31,4)	25 (%17,9)	21(%15,0)	25 (%17,9)	25 (%17,9)	140(100.0)		
İkamet Yeriniz								
İl	58 (%30,2)	29 (%15,1)	17 (%8,9)	48 (%25,0)	40 (%20,8)	192(100.0)	2,341	0,969
Kaza	31 (%27,2)	14 (%12,3)	14(%12,3)	30 (%26,3)	25 (%21,9)	114(100.0)		
Kasaba	22 (%33,8)	9 (%13,8)	7 (%10,8)	14 (%21,5)	13 (%20,0)	65 (100.0)		
EğitimDurumunu								
Lisans	107 (%29,9)	49 (%13,7)	37(%10,3)	89 (%24,9)	76 (%21,2)	358(100.0)	1,098	0,895
Yüksek Lisans	4 (%30,8)	3 (%23,1)	1 (%7,7)	3 (%23,1)	2 (%15,4)	13 (100.0)		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	31 (%37,3)	12 (%14,5)	6 (%7,2)	20 (%24,1)	14 (%16,9)	83 (100.0)	3,836	0,429
Beşeri Bilimler	80 (%27,8)	40 (%13,9)	32(%11,1)	72 (%25,0)	64 (%22,2)	288(100.0)		
Yaş Aralığınız								
18-20	19 (%32,2)	10 (%16,9)	2 (%3,4)	18 (%30,5)	10 (%16,9)	59 (100.0)	9,828	0,277
21-25	82 (%28,6)	37 (%12,9)	35(%12,2)	68 (%23,7)	65 (%22,6)	287(100.0)		
26-30	10 (%40,0)	5 (%20,0)	1 (%4,0)	6 (%24,0)	3 (%12,0)	25 (100.0)		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.

“Sosyal medya ağlarında (F.T.Y) ilgimi çeken konular, Arap ülkelerinde yaşanan siyasi haberlerdir.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet, ikamet yerleri, eğitim durumları, fakülte durumu ve yaş grupları bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; p=0.796, p=0.750, p=0.648, p=0.922, p=0.938) (Çizelge 4.34)



Şekil 4.19. Cinsiyet bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) bana bazı faaliyet ve iç siyaset ile ilgili görüşümü sunmamda katkıda bulunmuştur." maddesi karşılaştırılması

Çizelge 4.34. Demografik bilgiler bazında "Sosyal medya ağlarında (F.T.Y) ilgimi çeken konular, Arap ülkelerinde yaşanan siyasi haberlerdir" maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağlarında (F.T.Y) ilgimi çeken konular, Arap ülkelerinde yaşanan siyasi haberlerdir.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	30 (%12,9)	45 (%19,4)	28(%12,1)	68 (%29,3)	61 (%26,3)	232 (100.00)	1,672	0,796
Kadın	18 (%12,9)	34 (%24,3)	13 (%9,3)	39 (%27,9)	36 (%25,7)	140 (100.00)		
İkamet Yeriniz								
İl	28 (%14,6)	45 (%23,4)	23(%12,0)	48 (%25,0)	48 (%25,0)	192 (100.00)	5,074	0,750
Kaza	14 (%12,2)	22 (%19,1)	12(%10,4)	38 (%33,0)	29 (%25,2)	115 (100.00)		
Kasaba	6 (%9,2)	12 (%18,5)	6 (%9,2)	21 (%32,3)	20 (%30,8)	65 (100.00)		
EğitimDurumunuz								
Lisans	45 (%12,5)	77 (%21,4)	39(%10,9)	105 (%29,2)	93 (%25,9)	359 (100.00)	2,483	0,648
Yüksek Lisans	3 (%23,1)	2 (%15,4)	2 (%15,4)	2 (%15,4)	4 (%30,8)	13 (100.00)		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	9 (%10,7)	17 (%20,2)	11(%13,1)	25 (%29,8)	22 (%26,2)	84 (100.00)	0,915	0,922
Beşeri Bilimler	39 (%13,5)	62 (%21,5)	30(%10,4)	82 (%28,5)	75 (%26,0)	288 (100.00)		
Yaş Aralığınız								
18-20	7 (%11,9)	15 (%25,4)	7 (%11,9)	16 (%27,1)	14 (%23,7)	59 (100.00)	2,937	0,938
21-25	36 (%12,5)	58 (%20,1)	31(%10,8)	86 (%29,9)	77 (%26,7)	288 (100.00)		
26-30	5 (%20,0)	6 (%24,0)	3 (%12,0)	5 (%20,0)	6 (%24,0)	25 (100.00)		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.

“Sosyal medya ağlarında (F.T.Y) ilgimi çeken konular Irak hareketliliğiyle ilgili siyasi haberlerdir.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet, ikamet yerleri, eğitim durumları, fakülte durumu ve yaş grupları bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; $p=0.835$, $p=0.397$, $p=0.734$, $p=0.213$, $p=0.520$) (Çizelge 4.35)

Çizelge 4.35. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağlarında (F.T.Y) ilgimi çeken konular Irak hareketliliğiyle ilgili siyasi haberlerdir” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağlarında (F.T.Y) ilgimi çeken konular Irak hareketliliğiyle ilgili siyasi haberlerdir.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyor m n (%)	Katılıyor m n (%)	Kararsız m n (%)	Katılmıyor m n (%)	Kesinlikle Katılmıyor m n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	74 (%31,9)	79 (%34,1)	14 (%6,0)	21 (%9,1)	44 (%19,0)	232	1,45	0,83
Kadın	48 (%34,3)	49 (%35,0)	9 (%6,4)	8 (%5,7)	26 (%18,6)	140	1	5
İkamet Yeriniz								
İl	65 (%33,9)	71 (%37,0)	7 (%3,6)	13 (%6,8)	36 (%18,8)	192	8,38	0,39
Kaza	37 (%32,2)	37 (%32,2)	9 (%7,8)	8 (%7,0)	24 (%20,9)	115	4	7
Kasaba	20 (%30,8)	20 (%30,8)	7 (%10,8)	8 (%12,3)	10 (%15,4)	65 (%30,8)		
Eğitim Durumunu								
Lisans	118 (%32,9)	123 (%34,3)	22 (%6,1)	27 (%7,5)	69 (%19,2)	359 (100,00)	2,01	0,73
Yüksek Lisans	4 (%30,8)	5 (%38,5)	1 (%7,7)	2 (%15,4)	1 (%7,7)	13	2	4
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	28 (%33,3)	29 (%34,5)	5 (%6,0)	11 (%13,1)	11 (%13,1)	84 (100,00)	5,81	0,21
Beşeri Bilimler	94 (%32,6)	99 (%34,4)	18 (%6,2)	18 (%6,2)	59 (%20,5)	288 (100,00)	6	3
Yaş Aralığınız								
18-20	20 (%33,9)	24 (%40,7)	3 (%5,1)	2 (%3,4)	10 (%16,9)	59	7,15	0,52
21-25	94 (%32,6)	94 (%32,6)	19 (%6,6)	23 (%8,0)	58 (%20,1)	288	2	0
26-30	8 (%32,0)	10 (%40,0)	1 (%4,0)	4 (%16,0)	2 (%8,0)	25		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) reform ve kalkınma sürecini hızlandırmada önemli ve etkili bir rol oynuyor.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet, ikamet yerleri, eğitim durumları, fakülte durumu ve yaş grupları bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; $p=0.969$, $p=0.607$, $p=0.924$, $p=0.789$, $p=0.955$) (Çizelge 4.36)

Çizelge 4.36. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) reform ve kalkınma sürecini hızlandırmada önemli ve etkili bir rol oynuyor” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağları (F.T.Y) reform ve kalkınma sürecini hızlandırmada önemli ve etkili bir rol oynuyor.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	106 (%45,7)	98 (%42,2)	-	6 (%2,6)	22 (%9,5)	232(100.00)	0,25 2	0,96 9
Kadın	61 (%43,6)	60 (%42,9)	-	4 (%2,9)	15 (%10,7)	140		
İkamet Yeriniz								
İl	89 (%46,4)	80 (%41,7)	-	3 (%1,6)	20 (%10,4)	192	4,52 0	0,60 7
Kaza	50 (%43,5)	49 (%42,6)	-	6 (%5,2)	10 (%8,7)	115		
Kasaba	28 (%43,1)	29 (%44,6)	-	1 (%1,5)	7 (%10,8)	65 (100.00)		
EğitimDurumunu								
Lisans	161 (%44,8)	152 (%42,3)	-	10 (%2,8)	36 (%10,0)	359	0,47 9	0,92 4
Yüksek Lisans	6 (%46,2)	6 (%46,2)	-	0 (%0,0)	1 (%7,7)	13 (100.00)		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	37 (%44,0)	37 (%44,0)	-	1 (%1,2)	9 (%10,7)	84 (100.00)	1,05 0	0,78 9
Beşeri Bilimler	130 (%45,1)	121 (%42,0)	-	9 (%3,1)	28 (%9,7)	288 (100.00)		
Yaş Aralığınız								
18-20	26 (%44,1)	26 (%44,1)	-	1 (%1,7)	6 (%10,2)	59 (100.00)	1,57 1	0,95 5
21-25	128 (%44,4)	122 (%42,4)	-	9 (%3,1)	29 (%10,1)	288		
26-30	13 (%52,0)	10 (%40,0)	-	0 (%0,0)	2 (%8,0)	25 (100.00)		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.

Cinsiyet bazında bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) belirli amaçlar oluşturma açısından güçlü araçlardır.” Maddesi yöneltildiğinde erkek bireylerin 73’ü kesinlikle katılıyorum, 44’ü katılıyorum, 29’u kararsızım, 31’i katılmıyorum, 54’ü kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiş olup, kadın bireylerin 60’ı kesinlikle katılıyorum, 16’sı katılıyorum, 9’u kararsızım, 22’si katılmıyorum ve 33’ü kesinlikle katılmıyorum cevabını vermişlerdir.

Cinsiyet bazında ilgili maddeye verilen cevaplar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p=0.045$) (Çizelge 4.37).

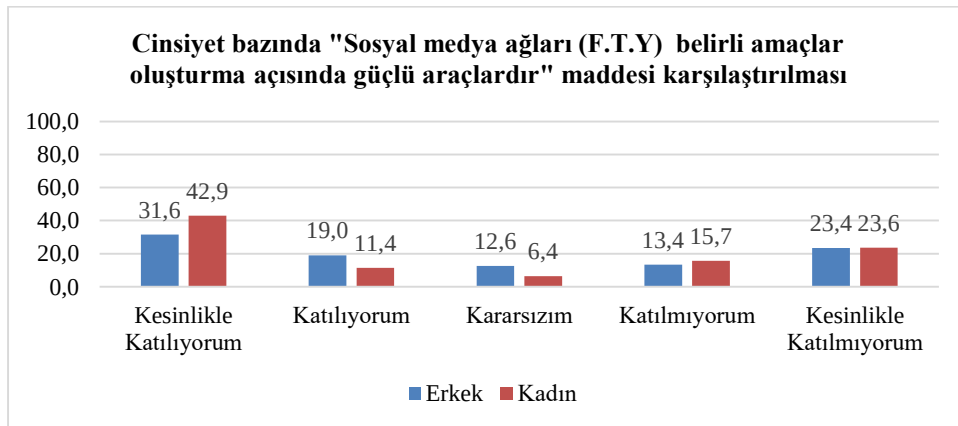
“Sosyal medya ağları (F.T.Y) belirli amaçlar oluşturma açısından güçlü araçlardır.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları ikamet yerleri, fakülte durumu, eğitim

durumları ve yaş grupları bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; $p=0.298$, $p=0.359$, $p=0.550$, $p=0.804$) (Çizelge 4.37)

Çizelge 4.37. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) belirli amaçlar oluşturma açısında güçlü araçlardır” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağları (F.T.Y) belirli amaçlar oluşturma açısında güçlü araçlardır.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyor m n (%)	Katılıyor m n (%)	Kararsız m n (%)	Katılmıyor m n (%)	Kesinlikle Katılmıyor m n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	73 (%31,6)	44 (%19,0)	29(%12,6)	31 (%13,4)	54 (%23,4)	231(100.00)	9,725	0,045
Kadın	60 (%42,9)	16 (%11,4)	9 (%6,4)	22 (%15,7)	33 (%23,6)	140(100.00)		
İkamet Yeriniz								
İl	72 (%37,5)	31 (%16,1)	23(%12,0)	30 (%15,6)	36 (%18,8)	192(100.00)	9,549	0,298
Kaza	34 (%29,8)	22 (%19,3)	10 (%8,8)	16 (%14,0)	32 (%28,1)	114(100.00)		
Kasaba	27 (%41,5)	7 (%10,8)	5 (%7,7)	7 (%10,8)	19 (%29,2)	65 (100.00)		
EğitimDurumunu								
Lisans	131(%36,6)	57(%15,9)	36(%10,1)	50 (%14,0)	84 (%23,5)	358(100.00)	3,048	0,550
Yüksek Lisans	2 (%15,4)	3(%23,1)	2 (%15,4)	3 (%23,1)	3 (%23,1)	13 (100.00)		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	35 (%41,7)	9 (%10,7)	9 (%10,7)	9 (%10,7)	22 (%26,2)	84 (100.00)	4,366	0,359
Beşeri Bilimler	98 (%34,1)	51 (%17,8)	29(%10,1)	44 (%15,3)	65 (%22,6)	287(100.00)		
Yaş Aralığınız								
18-20	23 (%39,0)	9 (%15,3)	7 (%11,9)	9 (%15,3)	11 (%18,6)	59 (100.00)	4,556	0,804
21-25	103(%35,9)	46 (%16,0)	28 (%9,8)	38 (%13,2)	72 (%25,1)	287(100.00)		
26-30	7 (%28,0)	5 (%20,0)	3 (%12,0)	6 (%24,0)	4 (%16,0)	25 (100.00)		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.



Şekil 4.20. Cinsiyet bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) belirli amaçlar oluşturma açısında güçlü araçlardır." maddesi karşılaştırılması

Cinsiyet bazında bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) vatanseverliğimi güçlendirmede katkıda bulundu.” maddesi yöneltildiğinde erkek bireylerin 77’si kesinlikle katılıyorum, 64’ü katılıyorum, 12’si kararsızım, 53’ü katılmıyorum, 25’i kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiş olup, kadın bireylerin 50’si kesinlikle katılıyorum, 30’u katılıyorum, 15’i kararsızım, 17’si katılmıyorum ve 25’i kesinlikle katılmıyorum cevabını vermişlerdir. Cinsiyet bazında ilgili maddeye verilen cevaplar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. ($p=0.008$) (Çizelge 4.38)

İkamet yeri bazında bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) vatanseverliğimi güçlendirmede katkıda bulundu.” maddesi yöneltildiğinde ilde oturan bireylerin 67’si kesinlikle katılıyorum, 57’si katılıyorum, 8’i kararsızım, 43’ü katılmıyorum, 14’ü kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiş olup, kazada oturan bireylerin 36’sı kesinlikle katılıyorum, 23’ü katılıyorum, 14’ü kararsızım, 18’i katılmıyorum ve 24’ü kesinlikle katılmıyorum cevaplarını vermiş, kasabada yaşayan bireylerin ise 24’ü kesinlikle katılıyorum, 14’ü katılıyorum, 5’i kararsızım, 9’u katılmıyorum ve 12’si kesinlikle katılmıyorum cevaplarını vermiştir. İkamet yeri bazında ilgili maddeye verilen cevaplar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. ($p=0.002$) (Çizelge 4.38)

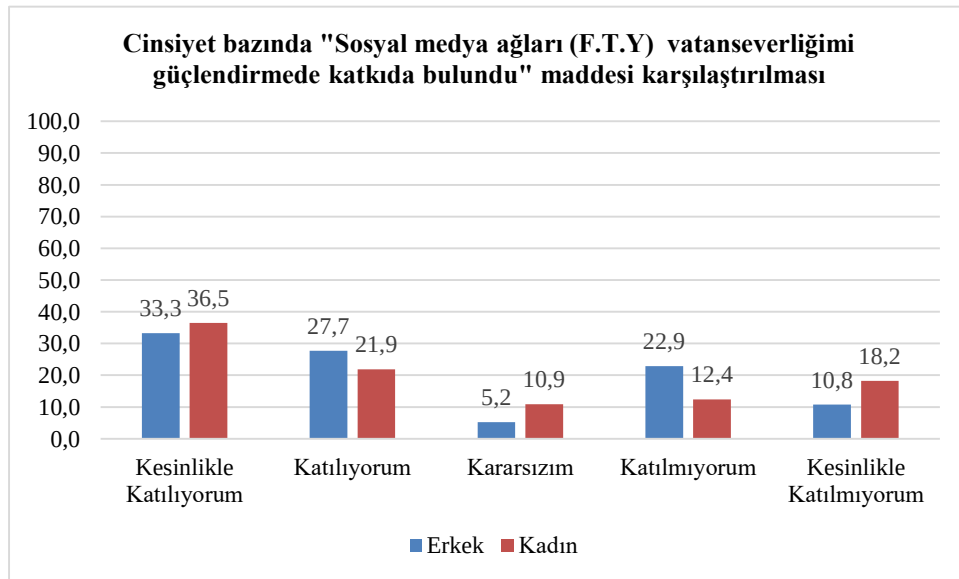
Yaş grupları bazında bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) vatanseverliğimi güçlendirmede katkıda bulundu.” maddesi yöneltildiğinde 18-20 yaş grubunda yer alan bireylerin 18’i kesinlikle katılıyorum, 22’si katılıyorum, 2’si kararsızım, 15’i katılmıyorum ve 2’si kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiş olup, 21-25 yaş grubunda yer alan bireylerin 99’u kesinlikle katılıyorum, 64’ü katılıyorum, 25’i kararsızım, 49’u katılmıyorum ve 47’si kesinlikle katılmıyorum cevaplarını vermiş, 26-30 yaş grubunda yer alan bireylerin ise 10’u kesinlikle katılıyorum, 8’i katılıyorum, 6’sı katılmıyorum ve 1’i kesinlikle katılmıyorum cevaplarını vermiştir. Yaş grupları bazında ilgili maddeye verilen cevaplar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p=0.014$) (Çizelge 4.38).

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) vatanseverliğimi güçlendirmede katkıda bulundu.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları eğitim durumları ve fakülteleri bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; $p=0.364$, $p=0.240$) (Çizelge 4.38)

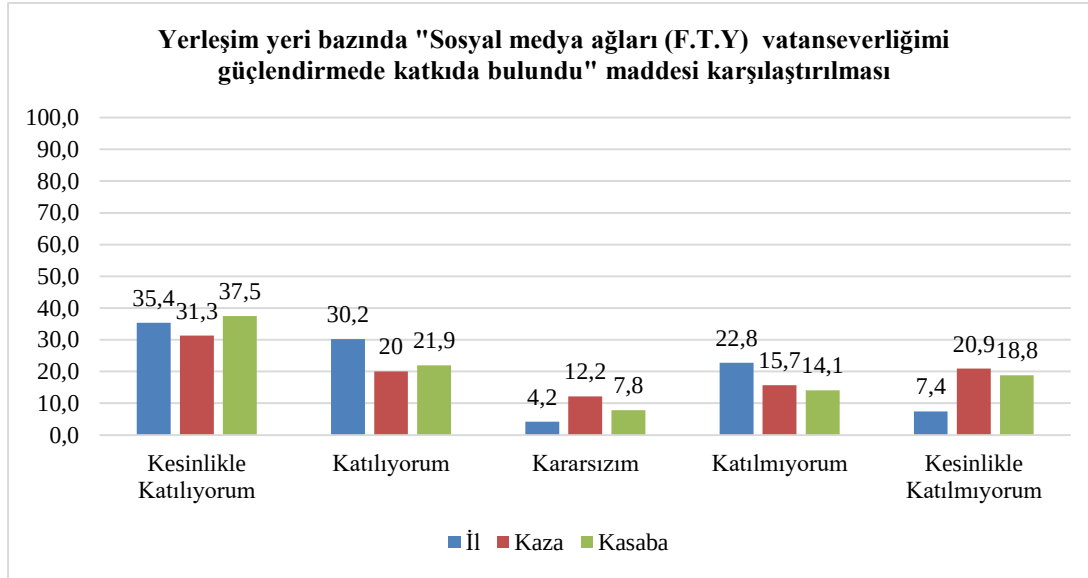
Çizelge 4.38. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) vatanseverliğini güçlendirmede katkıda bulundu” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağları (F.T.Y) vatanseverliğimi güçlendirmede katkıda bulundu.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum m n (%)	Kararsız m n (%)	Katılmıyorum m n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum m n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	77 (%33,3)	64 (%27,7)	12 (%5,2)	53 (%22,9)	25 (%10,8)	231	13,773	0,008
Kadın	50 (%36,5)	30 (%21,9)	15(%10,9)	17 (%12,4)	25 (%18,2)	137		
İkamet Yeriniz								
İl	67 (%35,4)	57 (%30,2)	8 (%4,2)	43 (%22,8)	14 (%7,4)	189	23,975	0,002
Kaza	36 (%31,3)	23 (%20,0)	14(%12,2)	18 (%15,7)	24 (%20,9)	115		
Kasaba	24 (%37,5)	14 (%21,9)	5 (%7,8)	9 (%14,1)	12 (%18,8)	64		
EğitimDurumunu								
Lisans	121(%34,1)	89 (%25,1)	27 (%7,6)	68 (%19,2)	50 (%14,1)	355	4,323	0,364
Yüksek Lisans	6 (%46,2)	5 (%38,5)	0 (%0,0)	2 (%15,4)	0 (%0,0)	13		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	24 (%29,3)	18 (%22,0)	6 (%7,3)	17 (%20,7)	17 (%20,7)	82 (100.00	5,500	0,240
Beşeri Bilimler	103(%36,0)	76 (%26,6)	21 (%7,3)	53 (%18,5)	33 (%11,5)	286 (100.00)		
Yaş Aralığınız								
18-20	18 (%30,5)	22 (%37,3)	2 (%3,4)	15 (%25,4)	2 (%3,4)	59	19,126	0,014
21-25	99 (%34,9)	64 (%22,5)	25 (%8,8)	49 (%17,3)	47 (%16,5)	284		
26-30	10 (%40,0)	8 (%32,0)	0 (%0,0)	6 (%24,0)	1 (%4,0)	25		

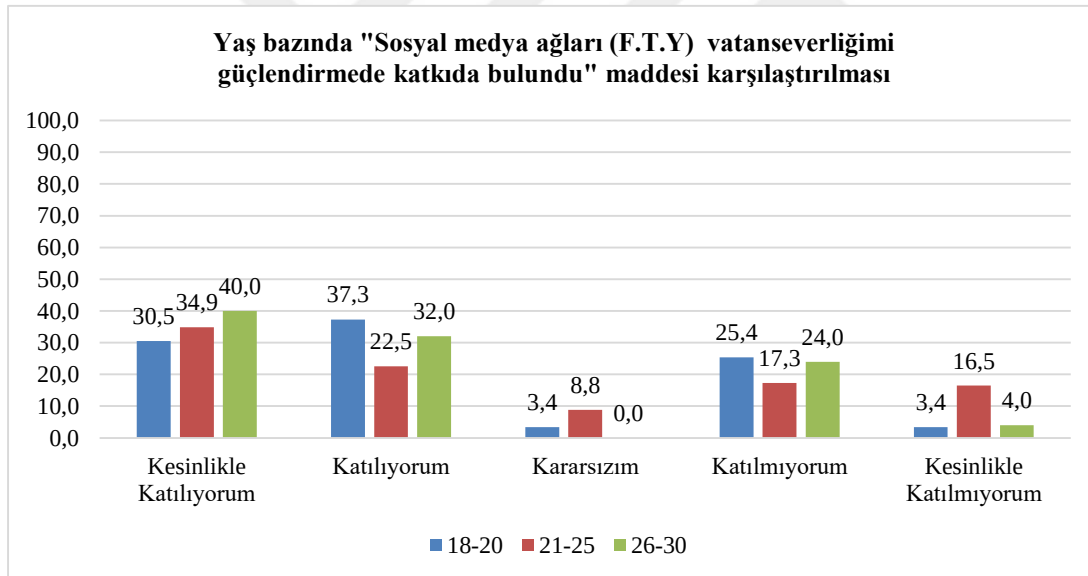
-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.



Şekil 4.21. Cinsiyet bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) vatanseverliğini güçlendirmede katkıda bulundu" maddesi karşılaştırılması



Şekil 4.22. Yerleşim yeri bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) vatanseverliğini güçlendirmede katkıda bulundu" maddesi karşılaştırılması



Şekil 4.23. Yaş bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) vatanseverliğini güçlendirmede katkıda bulundu" maddesi karşılaştırılması

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) düşünce özgürlüğü ve fikirlerin sunması ve farklı fikirlerin kabul edilmesi açısından önemli bir yere sahiptir.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet, ikamet yerleri, eğitim durumları, fakülte durumu ve yaş grupları bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; $p=0.683$, $p=0.720$, $p=0.961$, $p=0.745$, $p=0.707$) (Çizelge 4.39)

Çizelge 4.39. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) düşünce özgürlüğü ve fikirlerin sunması ve farklı fikirlerin kabul edilmesi açısından önemli bir yere sahiptir” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağları (F.T.Y) düşünce özgürlüğü ve fikirlerin sunması ve farklı fikirlerin kabul edilmesi açısından önemli bir yere sahiptir.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyor m n (%)	Katılıyor m n (%)	Kararsız m n (%)	Katılmıyor m n (%)	Kesinlikle Katılmıyor m n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	102(%44,0)	72 (%31,0)	10 (%4,3)	21 (%9,1)	27 (%11,6)	232(100.0)	2,28	0,68
Kadın	53 (%37,9)	51 (%36,4)	7 (%5,0)	10 (%7,1)	19 (%13,6)	140	7	3
İkamet Yeriniz								
İl	84 (%43,8)	64 (%33,3)	6 (%3,1)	18 (%9,4)	20 (%10,4)	192	5,35	0,72
Kaza	48 (%41,7)	36 (%31,3)	6 (%5,2)	9 (%7,8)	16 (%13,9)	115	1	0
Kasaba	23 (%35,4)	23 (%35,4)	5 (%7,7)	4 (%6,2)	10 (%15,4)	65 (100.0)		
EğitimDurumunu								
Lisans	149(%41,5)	119(%33,1)	16 (%4,5)	30 (%8,4)	45 (%12,5)	359	0,61	0,96
Yüksek Lisans	6 (%46,2)	4 (%30,8)	1 (%7,7)	1 (%7,7)	1 (%7,7)	13 (100.0)	9	1
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	34 (%40,5)	31 (%36,9)	5 (%6,0)	5 (%6,0)	9 (%10,7)	84 (100.0)	1,95	0,74
Beşeri Bilimler	121(%42,0)	92 (%31,9)	12 (%4,2)	26 (%9,0)	37 (%12,8)	288 (100.0)	2	5
Yaş Aralığınız								
18-20	27 (%45,8)	20 (%33,9)	1 (%1,7)	6 (%10,2)	5 (%8,5)	59 (100.0)	5,46	0,70
21-25	116(%40,3)	95 (%33,0)	15 (%5,2)	22 (%7,6)	40 (%13,9)	288	1	7
26-30	12 (%48,0)	8 (%32,0)	1 (%4,0)	3 (%12,0)	1 (%4,0)	25 (100.0)		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) vatandaş siyasi ile yetkililer arasında iletişim kurmasında olumlu katkıda bulunmaktadır.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet, ikamet yerleri, eğitim durumları, fakülte durumu ve yaş grupları bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; $p=0.839$, $p=0.153$, $p=0.107$, $p=0.817$, $p=0.435$) (Çizelge 4.40)

Çizelge 4.40. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) vatandaş siyasi ile yetkililer arasında iletişim kurmasında olumlu katkıda bulunmaktadır” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağları (F.T.Y) vatandaş siyasi ile yetkililer arasında iletişim kurmasında olumlu katkıda bulunmaktadır.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	123(%53,0)	85 (%36,6)	4 (%1,7)	7 (%3,0)	13 (%5,6)	232	1,432	0,839
Kadın	66 (%47,1)	59 (%42,1)	2 (%1,4)	4 (%2,9)	9 (%6,4)	140		
İkamet Yeriniz								
İl	104(%54,2)	75 (%39,1)	0 (%0,0)	6 (%3,1)	7 (%3,6)	192	11,966	0,153
Kaza	55 (%47,8)	42 (%36,5)	4 (%3,5)	3 (%2,6)	11 (%9,6)	115		
Kasaba	30 (%46,2)	27 (%41,5)	2 (%3,1)	2 (%3,1)	4 (%6,2)	62		
EğitimDurumunuz								
Lisans	183(%51,0)	140(%39,0)	6 (%1,7)	9 (%2,5)	21 (%5,8)	359	7,602	0,107
Yüksek Lisans	6 (%46,2)	4 (%30,8)	0 (%0,0)	2 (%15,4)	1 (%7,7)	13		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	43 (%51,2)	33 (%39,3)	2 (%2,4)	1 (%1,2)	5 (%6,0)	84 (100.0)	1,555	0,817
Beşeri Bilimler	146(%50,7)	111(%38,5)	4 (%1,4)	10 (%3,5)	17 (%5,9)	288 (100.0)		
Yaş Aralığınız								
18-20	35 (%59,3)	21 (%35,6)	0 (%0,0)	2 (%3,4)	1 (%1,7)	59	7,987	0,435
21-25	141(%49,0)	115(%39,9)	6 (%2,1)	7 (%2,4)	19 (%6,6)	288		
26-30	13 (%52,0)	8 (%32,0)	0 (%0,0)	2 (%8,0)	2 (%8,0)	25		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.

Cinsiyet bazında bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) halk hareketlenmesi sonucu hükümetin siyasetini fiili bir şekilde değiştirmesine katkıda bulunmaktadır.” maddesi yöneltildiğinde erkek bireylerin 65’i kesinlikle katılıyorum, 48’i katılıyorum, 35’i kararsızım, 24’ü katılmıyorum, 60’ı kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiş olup, kadın bireylerin 66’sı kesinlikle katılıyorum, 30’u katılıyorum, 13’ü kararsızım, 3’ü katılmıyorum ve 28’i kesinlikle katılmıyorum cevabını vermişlerdir.

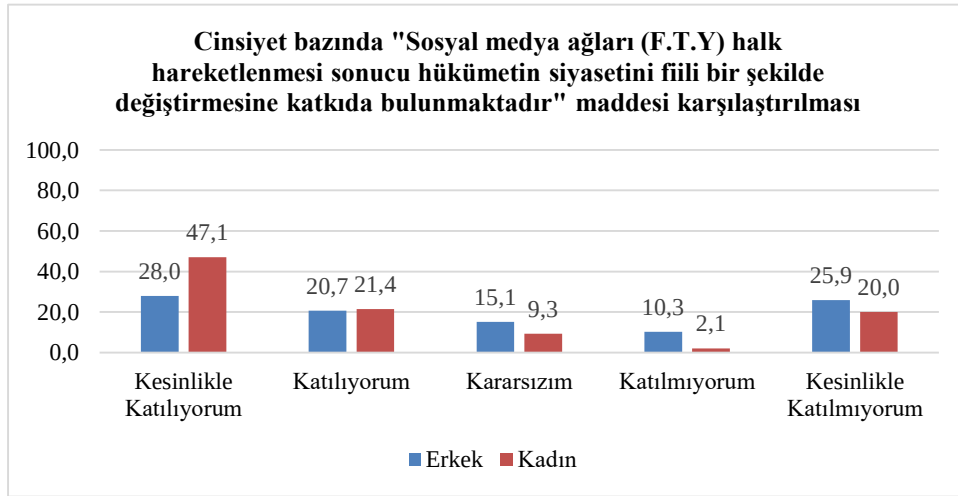
Cinsiyet bazında ilgili maddeye verilen cevaplar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. ($p<0.001$) (Çizelge 4.42)

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) halk hareketlenmesi sonucu hükümetin siyasetini fiili bir şekilde değiştirmesine katkıda bulunmaktadır.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları ikamet yerleri, eğitim durumları, fakülte durumu ve yaş grupları bazında

istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; $p=0.612$, $p=0.581$, $p=0.914$, $p=0.457$) (Çizelge 4.42)

Çizelge 4.41. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) halk hareketlenmesi sonucu hükümetin siyasetini fiili bir şekilde değiştirmesine katkıda bulunmaktadır” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağları (F.T.Y) halk hareketlenmesi sonucu hükümetin siyasetini fiili bir şekilde değiştirmesine katkıda bulunmaktadır.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	65 (%28,0)	48 (%20,7)	35(%15,1)	24 (%10,3)	60 (%25,9)	232	20,730	0,000
Kadın	66 (%47,1)	30 (%21,4)	13 (%9,3)	3 (%2,1)	28 (%20,0)	140		
İkamet Yeriniz								
İl	63 (%32,8)	47 (%24,5)	26(%13,5)	12 (%6,2)	44 (%22,9)	192	6,319	0,612
Kaza	42 (%36,5)	17 (%14,8)	14(%12,2)	11 (%9,6)	31 (%27,0)	115		
Kasaba	26 (%40,0)	14 (%21,5)	8 (%12,3)	4 (%6,2)	13 (%20,0)	65		
EğitimDurumunuz								
Lisans	128(%35,7)	74 (%20,6)	46(%12,8)	25 (%7,0)	86 (%24,0)	359	2,860	0,581
Yüksek Lisans	3 (%23,1)	4 (%30,8)	2 (%15,4)	2 (%15,4)	2 (%15,4)	13		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	28 (%33,3)	18 (%21,4)	10(%11,9)	8 (%9,5)	20 (%23,8)	84 (100,0)	0,972	0,914
Beşeri Bilimler	103(%35,8)	60 (%20,8)	38(%13,2)	19 (%6,6)	68 (%23,6)	288 (100,0)		
Yaş Aralığınız								
18-20	16 (%27,1)	15 (%25,4)	9 (%15,3)	4 (%6,8)	15 (%25,4)	59	7,763	0,457
21-25	109(%37,8)	58 (%20,1)	34(%11,8)	19 (%6,6)	68 (%23,6)	288		
26-30	6 (%24,0)	5 (%20,0)	5 (%20,0)	4 (%16,0)	5 (%20,0)	25		



Şekil 4.24. Cinsiyet bazında "Sosyal medya ağları (F.T.Y) halk hareketlenmesi sonucu hükümetin siyasetini fiili bir şekilde değiştirmesine katkıda bulunmaktadır" maddesi karşılaştırılması

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) genç grupları sayesinde, siyasi konular hakkında gençlik lobisi oluşturmaktadır.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet, ikamet yerleri, eğitim durumları, fakülte durumu ve yaş grupları bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; $p=0.184$, $p=0.122$, $p=0.850$, $p=0.165$, $p=0.924$) (Çizelge 4.42)

Çizelge 4.42. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağları (F.T.Y) genç grupları sayesinde, siyasi konular hakkında gençlik lobisi oluşturmaktadır” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağları (F.T.Y) genç grupları sayesinde, siyasi konular hakkında gençlik lobisi oluşturmaktadır.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyorum n (%)	Katılıyorum n (%)	Kararsızım n (%)	Katılmıyorum n (%)	Kesinlikle Katılmıyorum n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	66 (%28,6)	99 (%42,9)	5 (%2,2)	42 (%18,2)	19 (%8,2)	231	6,211	0,184
Kadın	49 (%35,0)	48 (%34,3)	4 (%2,9)	33 (%23,6)	6 (%4,3)	140		
İkamet Yeriniz								
İl	55 (%28,6)	73 (%38,0)	5 (%2,6)	38 (%19,8)	21 (%10,9)	192	12,721	0,122
Kaza	37 (%32,5)	48 (%42,1)	2 (%1,8)	23 (%20,2)	4 (%3,5)	114		
Kasaba	23 (%35,4)	26 (%40,0)	2 (%3,1)	14 (%21,5)	0 (%0,0)	65		
EğitimDurumunuz								
Lisans	112(%31,3)	142(%39,7)	9 (%2,5)	71 (%19,8)	24 (%6,7)	358	1,364	0,850
Yüksek Lisans	3 (%23,1)	5 (%38,5)	0 (%0,0)	4 (%30,8)	1 (%7,7)	13		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	31 (%37,3)	36 (%43,4)	2 (%2,4)	12 (%14,5)	2 (%2,4)	83 (100,0)	6,498	0,165
Beşeri Bilimler	84 (%29,2)	111(%38,5)	7 (%2,4)	63 (%21,9)	23 (%8,0)	288 (100,0)		
Yaş Aralığınız								
18-20	17 (%28,8)	25 (%42,4)	1 (%1,7)	10 (%16,9)	6 (%10,2)	59	3,152	0,924
21-25	91 (%31,7)	111(%38,7)	8 (%2,8)	60 (%20,9)	17 (%5,9)	287		
26-30	7 (%28,0)	11 (%44,0)	0 (%0,0)	5 (%20,0)	2 (%8,0)	25		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.

“Sosyal medya ağlarının (F.T.Y) halkla iletişim kurmasında daha etkili olması için bu ağları yönetmek üzere medya ve sosyoloji dalında uzmanların atanması gerekmektedir.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet, ikamet yerleri, eğitim durumları, fakülte durumu ve yaş grupları bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. (sırasıyla; $p=0.957$, $p=0.806$, $p=0.957$, $p=0.731$, $p=0.930$) (Çizelge 4.43)

Çizelge 4.43. Demografik bilgiler bazında “Sosyal medya ağlarının (F.T.Y) halkla iletişim kurmasında daha etkili olması için bu ağları yönetmek üzere medya ve sosyoloji dalında uzmanların atanması gerekmektedir” maddesi karşılaştırması

Demografik Bilgiler	Sosyal medya ağlarının (F.T.Y) halkla iletişim kurmasında daha etkili olması için bu ağları yönetmek üzere medya ve sosyoloji dalında uzmanların atanması gerekmektedir.						Test İstatistiği	
Sorular	Kesinlikle Katılıyor m n (%)	Katılıyor m n (%)	Kararsız m n (%)	Katılmıyor m n (%)	Kesinlikle Katılmıyor m n (%)	Toplam n (%)	χ^2	p
Cinsiyetiniz								
Erkek	103 (%44,4)	95 (%40,9)	1 (%0,4)	9 (%3,9)	24 (%10,3)	23 (100.00)	0,64 9	0,95 7
Kadın	58 (%41,4)	60 (%42,9)	1 (%0,7)	7 (%5,0)	14 (%10,0)	140(100.00)		
İkamet Yeriniz								
İl	86 (%44,8)	79 (%41,1)	0 (%0,0)	6 (%3,1)	21 (%10,9)	192(100.00)	4,52 9	0,80 6
Kaza	49 (%42,6)	49 (%42,6)	1 (%0,9)	6 (%5,2)	10 (%8,7)	115(100.00)		
Kasaba	26 (%40,0)	27 (%41,5)	1 (%1,5)	4 (%6,2)	7 (%10,8)	65 (100.00)		
EğitimDurumunu								
Lisans	156 (%43,5)	149 (%41,5)	2 (%0,6)	15 (%4,2)	37 (%10,3)	359(100.00)	0,65 4	0,95 7
Yüksek Lisans	5 (%38,5)	6 (%46,2)	0 (%0,0)	1 (%7,7)	1 (%7,7)	13 (100.00)		
Fakülteniz								
Pozitif Bilimler	35 (%41,7)	36 (%42,9)	1 (%1,2)	5 (%6,0)	7 (%8,3)	84 (100.00)	2,02 6	0,73 1
Beşeri Bilimler	126 (%43,8)	119 (%41,3)	1 (%0,3)	11 (%3,8)	31 (%10,8)	288(100.00)		
Yaş Aralığınız								
18-20	28 (%47,5)	25 (%42,4)	0 (%0,0)	1 (%1,7)	5 (%8,5)	59 (100.00)	3,07 6	0,93 0
21-25	123 (%42,7)	120 (%41,7)	2 (%0,7)	14 (%4,9)	29 (%10,1)	288(100.00)		
26-30	10 (%40,0)	10 (%40,0)	0 (%0,0)	1 (%4,0)	4 (%16,0)	25 (100.00)		

-Ki Kare Karşılaştırma testi kullanıldı.

4.4 Genel Değerlendirme

“Sosyal Medyanın Kullanıcılar Üzerinde Siyasi Bilinç Oluşturma Etkisi” başlıklı bu tezde 21. yy da büyük bir değişim ve yayılım gösteren sosyal medyanın, insanlar üzerindeki bireysel ve kitlesel etkileri; yani etkileşim, paylaşım ve tartışma esasları temel alınmıştır.

Bu temelden hareketle “Erbil Salahaddin Üniversitesi” lisans ve yüksek lisans öğrencilerinin de katkılarıyla; “Bireylerin sosyal medya kullanıcılığı ve sosyal medya kullanımının siyasi bilinç üzerine etkisi” adlı ankette hazırlanılmıştır. Yapılan anket

çalışmalarında bireylerin; yaş aralıkları, ikamet ve cinsiyet bilgileri, eğitim durumları, eğitim aldıkları fakülte birimleri gibi gerekli veriler elde edilmiştir. Daha sonra ankete Katılanlara, ellerindeki araçlarla internete ulaşım ulaşılmadıkları, internete ulaşabilenlerin interneti kullanma süreleri, interneti kullanma sebepleri ve sosyal meydanın güvenilirliği hakkında bilgi sahibi olup olmadıkları gibi sosyal medya kullanıcılarının bilgilerini ölçen sorulara yöneltildi.

Yapılan hesaplamaların istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini analiz edebilmek amacıyla Ki-KARE karşılaştırma testleri uygulandı. Anlamlı farklılık gösteren verilere göre grafikler çizildi. İstatistiksel anlamlılık düzeyi (yanılma payı) $p < 0,05$ olarak kabul edildi.

Anket sonucunda sosyal iletişim sitelerinin (Facebook, Twitter, Youtube) Salahaddin Üniversitesi öğrencilerinin siyasal yönelimlerinin oluşmasına katkı sağladığı ve bu siyasal yönelimin farklı değişken etkileriyle (ikamet edilen yer, eğitim düzeyi, fakülte, yaş kategorisi) farklı kulvarlarda kendini gösterdiği tespit edilmiştir. Sosyal medyanın gençlerin kendilerini birey olarak göstermede ve siyasal davranış biçimlerini, siyasal düşüncelerini yansıtma rollerinde önemli ölçüde rol oynadığı kanısına varıldı. Bu durumun Irak'ın siyasal sahalarına da aksettici gözlemlendi. Ankete katılan bireylerin %77,7'sinin evde bilgisayarının olduğu %23,3'ünün ise bilgisayara sahip olmadığı, %90,6'sının akıllı telefonun olduğu %9,4'ünün ise akıllı telefon kullanmadığı ve bireylerin tamamının ise elindeki imkanlar dahilinde (n=372) internet kullanmakta olduğu belirlendi.

Araştırma verilerinin değerlendirilmesi sırasında anket kapsamında yer alan üç sosyal medya iletişim sitesi kullanım oranları arasından %90,0 ile Facebook'un ilk sırada, %13,4 ile Youtube'un ikinci sırada, %11,3 ile Twitter'ın ise üçüncü sırada yer aldığı belirlendi.

Sosyal medya içerisinde sosyal paylaşım sitelerinin rolü oldukça fazladır, hatta sosyal medya denildiğinde akla ilk gelen olgu sosyal paylaşım siteleridir. Bu bağlamda katılımcıların sosyal paylaşım sitelerini kullanım oranının yüksek oluşu göze çarpmaktadır. Denek grubunun %78,2'si sosyal iletişim sitelerini Irak'ın siyasal arenasında köklü değişikliklerin ana sebebi olarak görmekteyken, %21,8'i ise bunun tam aksini beyan etmektedir.

Denek grubundaki bireylerin %54,6'sı, Arap ülkelerinin içinden geçtiği durumun ve tanık olduğu olayların sosyal iletişim sitelerindeki katılıma sebep olduğunu düşünürken, %45,4'ü Arap ülkelerinde meydana gelen olayların, kişilerin sosyal iletişim sitelerine katılmalarına etki etmediğini belirtmektedir. Yine denek grubundaki bireylerin %64,3'ünün Irak'ta meydana gelen olaylar neticesinde sosyal iletişim sitelerinin kullanımının arttığını ifade ederken, %31,9'u ise kişilerin sosyal medya kullanımının Irak'ta meydana gelen olaylardan etkilenmediğini ifade etmektedir. Bunun yanı sıra denekteki fertlerin %3,8'i ise Irak'ta meydana gelen olayların neticesinde sosyal iletişim sitelerinin kullanımının azaldığını da ifade etmiştir.

Örneklerle de belirtildiği gibi sosyal medya, kullanıcıların istedikleri içeriğe ulaşmalarına, içerik oluşturmalarına, edindikleri bilgilerin paylaşımına katkı sağlar sosyal medya kullanıcıları ise, sosyal medya ile haberleri anında veya daha sonra listelerindeki kullanıcılarla direkt olarak veya habere yorum ekleyip paylaşarak haberlerin daha fazla yayılımına imkân sağlamaktadırlar.

Denek grubundaki fertlerin %59,5'i sosyal iletişim sitelerini kullanmaları neticesinde siyasi bilinçlerinin arttığını söylemiş, gruptaki fertlerin %40,5'i ise sosyal medya kullanımının siyasi bilinç oluşumunda bir etkisinin olmadığını belirtmiştir. Araştırmanın bir diğer sonucuna göre bireylerin %36,1'i sosyal iletişim ağlarının, Irak'taki siyasi bilincin etkin hale getirilmesinde önemli bir rol oynadığına inanmaktadır. %63,9'u ise tam tersini düşünmekte, sosyal iletişim ağlarının Irak'taki siyasi bilincin canlandırılmasında herhangi bir rol oynamadığını ifade etmektedir.

Araştırma bünyesinde yürütülen analiz sonuçlarını Facbook kullanımı ile karşılaştırdığımızda Facebook kullanımının Twitter kullanımına göre daha fazla olduğu gözlenmektedir. Hatta sosyal medya kullanıcılarının gördükleri, beğendikleri ya da beğenmedikleri haberleri kendi duvarlarında ve (F.T.Y)'da paylaşarak takipçilerini de bu bulgulardan haberdar ettikleri gözlemlenmektedir.

Bireylerin çoğunun interneti evde kullandıkları ve çoğunluklarda eğlence, sosyal medyada aktif olma amacıyla internete başvurduğu gözlemlendi. Bu gözlem devamında ise araştırmaya katılan bireylere “Her oturumda internet sayfaları gezintisinde ne kadar vakit geçiriyorsunuz?” sorusu sorulduğunda %17,8'sinin 30 dakikadan az, %18,5'inin 30 dakika

ile 1 saat arası, %36,8'inin 1 ile 2 saat arasında , %16,1'inin 2 ile 3 saat arasında, %10,8'inin 4 saat ve üstü olarak cevap verdiği not edildi. Bireylerin çoğunun Facebook hesabının mevcut olduğu öğrenildiğinde, bireylere yöneltilen (F.T.Y) günlük ne kadar sorusuna verdikleri cevapla da % 51,62'sinin 1 saatten az %39,0'nın 1-3 saat arası, %5,6'sının 4-6 saat arası ve %3,8'inin 6 saatten fazla (F.T.Y)'de vakit geçirdiği belirlendi.

Sonuçlara göre kullanımların böylesine yaygın oluşunun sebebi incelendiğinde kitle iletişim araçlarıyla sağlanan içeriklerin medya şirketleri tarafından hazırlanıp sunulmak olduğu böylece iletişimin tek yönlü olup, bireylerin tüketici konumunda yer aldıkları bildirildi. Ayrıca, medya araçlarının, toplumun ne konuşacağı konusunda da gündem belirleme özelliğine sahip olduğu ve bu sebeple. Genelde internete, özelde ise sosyal medyaya olan ilginin artırılmakta olduğu kanısına varıldı.

Arap Baharı Kuzey Afrika ülkeleri ve Ortadoğu ülkelerinde gerçekleşen devrimlere verilen isimdir. Bu devrimlerin bahar diye adlandırmasının nedeni yüzyıllardır süregelen Arap ülkelerindeki diktatöryal rejimlere halkın isyan etmesidir. Bu isyanların temelinde diktatöryal rejimlerin yanı sıra işsizlik, gıda enflasyonu, siyasi yozlaşma, ifade özgürlüğü ve kötü yaşam koşulları vardır. Yapılan açıklamaya yönelik ankette yer alan; “Sosyal medya ağları (F.T.Y) Arap baharının gerçekleşmesinde en önemli araçlardan sayılmaktadır.” maddesine bireylerin verdiği cevaplar %35,8'ile kesinlikle katılıyorum, %26,4'ile katılıyorum, %3,5'i kararsızım, %14,0 ile katılmıyorum ve %20,2'ile katılmıyorum olarak saptanmıştır devamında katılımcılara yöneltilen sorulara verilen cevaplar yüzdeleri ile birlikte, sırasıyla aşağıda yer almaktadır.

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) pek çok yerel, Arap ve uluslararası konularda siyasi bilinci geliştirmiştir.” maddesine bireylerin %48,7'si kesinlikle katılıyorum, %33,9'u katılıyorum, %0,5'i kararsızım, %11,3'ü katılmıyorum ve %5,6'sı kesinlikle katılmıyorum cevabını verdikleri bulunmuştur.

Bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) bana bazı faaliyet ve iç siyaset ile ilgili görüşümü sunmada katkıda bulunmuştur.” maddesi yönlendirildiğinde %29,9'u kesinlikle katılıyorum, %14,0'ı katılıyorum, %10,2'si kararsızım, %24,8'i katılmıyorum ve %21,0'ı kesinlikle katılmıyorum cevabını verdikleri saptanmıştır.

“Sosyal medya ağlarında (F.T.Y) ilgimi çeken konular, Arap ülkelerinde yaşanan siyasi haberlerdir.” maddesine bireylerin %12,9’u kesinlikle katılıyorum, %21,2’si katılıyorum, %11,0’ı kararsızım, %28,8’i katılmıyorum ve %26,1’i kesinlikle katılmıyorum cevabını verdikleri bulunmuştur.

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) reform ve kalkınma sürecini hızlandırmada önemli ve etkili bir rol oynuyor.” maddesine bireylerin %44,9’u kesinlikle katılıyorum, %42,5’i katılıyorum, %2,7’si katılmıyorum ve %9,9’u kesinlikle katılmıyorum cevabını verdikleri bulunmuştur.

Sosyal medyanın gücüne yönelik bir örnekte; Mısır başkanı Hüsnü Mübarek’in istifasını sunmasından önceki hafta Tweet oranlarının “ günde 2,300’den günde 230,000’a”, ulaşırken, zirvedeki 23 videonun yaklaşık 5,5 milyon görüntülenme sayısına ulaşmış olmasıdır.

İsyanın Tunus’tan Mısır’a sıçramasının akabinde sosyal medya üzerinden örgütlenmeye başlayan halkı durdurmak için Mısır hükümeti Twitter’a erişimi engellemiş ayrıca Facebook, Yahoo’ya da erişimi önemli ölçüde azaltmıştır. Bundan dolayı Arap isyanları, sosyal medya devrimleri, Facebook devrimi ya da Twitter devrimi adlarıyla da nitelendirilmiştir. Sosyal medyanın Arap baharında gözlemlenen gücünün aksine her zaman etkili olabileceği ya da başarıya ulaşacağı söylenemez. İran da 2009 yılında yapılan Cumhurbaşkanlığı seçimlerinin ardından başlayan ve “Yeşil Devrim” ya da “Twitter Devrimi” olarak adlandırılan protestolar başarısızlıkla sonuçlanmıştır.

Öğrencileri sosyal medyanın gelecekteki öneminin artacağına yönelik görüşleri ve buna katılan çoğunluğun aynı zamanda sosyal medyanın yönlendirici güç olduğunu düşünmeleri, verilen örneklerde yer alan konu temelli olabilir ve bu yöndeki görüşlerine destek niteliği taşıyabilir.

Yargıya yönelik ankete eklenen sorular ve cevaplar yargıyı destekler nitelik taşımaktadır. “Sosyal medya ağları (F.T.Y) belirli amaçlar oluşturma açısında güçlü araçlardır.” maddesine bireylerin %35,8’i kesinlikle katılıyorum, %12,2’si katılıyorum, %10,2’si kararsızım, %14,3’ü katılmıyorum ve %23,5’i kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiştir.

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) vatanseverliğimi güçlendirmede katkıda bulundu.” maddesine bireylerin %34,5’i kesinlikle katılıyorum, %25,5’i katılıyorum, %7,3’ü kararsızım, %19,0’ı katılmıyorum ve %13,6’sı kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiştir.

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) düşünce özgürlüğü ve fikirlerin sunması ve farklı fikirlerin kabul edilmesi açısından önemli bir yere sahiptir.” maddesine bireylerin %41,7’si kesinlikle katılıyorum, %33,1’i katılıyorum, %4,6’sı kararsızım, %8,3’ü katılmıyorum ve %12,4’ü kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiştir.

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) vatandaş siyasi ile yetkililer arasında iletişim kurmasında olumlu katkıda bulunmaktadır.” maddesine bireylerin %50,8’i kesinlikle katılıyorum, %38,7’si katılıyorum, %1,6’sı kararsızım, %3,0’ı katılmıyorum ve %5,9’u kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiştir.

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) halk hareketlenmesi sonucu hükümetin siyasetini fiili bir şekilde değiştirmesine katkıda bulunmaktadır.” maddesine bireylerin %35,2’si kesinlikle katılıyorum, %21,0’ı katılıyorum, %12,9’u kararsızım, %7,3’ü katılmıyorum ve %23,7’si kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiştir.

Sosyal medyada bir mesajın çok kısa sürede birçok kişiye ulaşması özelliği yönlendirme amacı ile kullanımda başarı sağlayabilir. Muhabirlerde sosyal medyanın yönlendirici bir güç olarak kullanılabileceğini ve sosyal medyanın önemini farkında olduklarını belirtmişlerdir. Korkmaz (2014) bu konu ile ilgili görüşünü şu şekilde ifade etmiştir, insanlar yeni medya ile birlikte buluşma ve paylaşma alanı olarak sosyal medyayı kullanmaktadır böylece sosyal, siyasal, ekonomik ve diğer alanlardaki konular, sosyal medya ve sosyal ağlar üzerinde tartışılmakta, insanları harekete geçirmektedir.

Dünya siyaseti açısından 2011 yılının önemli bir milat olduğunu belirten korkmaz, bu yıl içerisinde de Twitter’da en çok kullanılan kelimenin ‘Mısır’ olduğunu vurgulayarak sosyal medyanın önemini ortaya koymuştur. Günümüzde sosyal medyanın hızı yazılı ve görsel medyanın çok ilerisindedir. Dünyanın herhangi bir yerinde olan bir olay kullanıcılar tarafından anında öğrenilebilmekte, o konu üzerinde yorumlar ve tartışmalar başlayabilmektedir. Bu yönüyle sosyal medya kısa sürede kitleleri etkilemekte ve organize olmalarını kolaylaştırmaktadır.

İkamet yeri bazında bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) insan medeniyetini yükseltmede bir araç oldu. ” maddesi yöneltildiğinde ilde oturan bireylerin %37,0’ı kesinlikle katılıyorum, %26,0’sı katılıyorum, %2,1’i kararsızım, %18,2’si katılmıyorum, %16,7’si kesinlikle katılmıyorum, kazada oturan bireylerin %29,6’sı kesinlikle katılıyorum, %16,0’ı katılıyorum, %10,4’ü kararsızım, %21,7’si katılmıyorum ve %21,7’si kesinlikle katılmıyorum cevaplarını vermiş, kasabada yaşayan bireylerin ise %40,0’ı kesinlikle katılıyorum, %15,4’ü katılıyorum, %3,1’i kararsızım, %27,7’si katılmıyorum ve %13,8’i kesinlikle katılmıyorum cevaplarını vermişti olduğu görülmektedir. (İkamet yeri bazında ilgili maddeye verilen cevaplar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir).

Fakülte bazında bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) insan medeniyetini yükseltmede bir araç oldu.” maddesi yöneltildiğinde pozitif bilimlerde yer alan bireylerin %39,3’ü kesinlikle katılıyorum, %26,2’si katılıyorum, %23,8’i katılmıyorum, %10,7’si kesinlikle katılmıyorum beşeri bilimlerde yer alan bireylerin %34,0’ı kesinlikle katılıyorum, %19,8’i katılıyorum, %6,2’si kararsızım, %20,1’i katılmıyorum ve %19,8’i kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiş olduğu görülmektedir. (Fakülte bazında ilgili maddeye verilen cevaplar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir).

Yaş grupları bazında bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) insan medeniyetini yükseltmede bir araç oldu.” maddesi yöneltildiğinde 18-20 yaş grubunda yer alan bireylerin %42,4’ü kesinlikle katılıyorum, %27,1’i katılıyorum, %15,3’ü katılmıyorum, %15,3’ü kesinlikle katılmıyorum 21-25 yaş grubunda yer alan bireylerin %33,7’si kesinlikle katılıyorum, %18,4’ü katılıyorum, %6,2’si kararsızım, %21,9’u katılmıyorum ve %19,8’i kesinlikle katılmıyorum 26-30 yaş grubunda yer alan bireylerin ise %36,0’ı kesinlikle katılıyorum, %40,0’ı katılıyorum ve %24,0’ı katılmıyorum cevaplarını vermiş olduğu görülmektedir. (Yaş grupları bazında ilgili maddeye verilen cevaplar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir).

Sosyal medya zaman ve mekân sınırlaması olmadan, paylaşımın, tartışmanın esas olduğu bir iletişim şeklidir. Mobil tabanlı sosyal medyada kelimelerin, görsellerin, ses dosyalarının paylaşılması söz konusu olmaktadır. Yıldız’a göre coğrafi, fiziksel ve ekonomik engelleri ortadan kaldırması nedeniyle, gerçek hayatta girilmesi mümkün

olmayan gruplara girip kişilerin kendilerini daha rahat ifade edebilmeleri bu sitelerin popüler hale gelmesini sağlamıştır.

Vural, Bat ve Yıldız'ın da belirttiği gibi bilgi ve habere ne kadar çabuk ulaştığı son derece önemlidir, koşullar gereği bazen bir yere ulaşmak çabukluk açısından mümkün olmayabilir, ya da zaman alabilir fakat sosyal medya sayesinde zaman, mekân sınırlaması olmadan kullanıcılar bilgi ve veriye daha kolay ulaşabilmektedir. Sosyal medyanın bu bakımdan öğrencilerin işlerini kolaylaştırdığı söylenebilir.

Verilen bilgiler ışığında ve anket kapsamında katılımcılara ikamet yeri baz alınarak yöneltilen “Sosyal medya ağları (F.T.Y) basit ve hızlı bilgilere ulaşmada önemli kaynaktır.” maddesine ilde oturan bireylerin %34,4’ü kesinlikle katılıyorum, %54,2’si katılıyorum, %0,5’i katılmıyorum, %10,9’u kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiş olup, kazada oturan bireylerin %32,2’si kesinlikle katılıyorum, %51,3’ü katılıyorum, %0,9’u kararsızım, %8,7’si katılmıyorum ve %7,0’ı kesinlikle katılmıyorum, kasabada yaşayan bireylerin ise %36,9’u kesinlikle katılıyorum, %47,7’si katılıyorum, %3,1’i katılmıyorum ve %12,3’ü kesinlikle katılmıyorum cevaplarını vermiştir.(İkamet yeri bazında ilgili maddeye verilen cevaplar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.)

“Sosyal medya ağları (F.T.Y) basit da ve hızlı bilgilere ulaşmada önemli kaynaktır.” maddesine cevap veren bireylerin cevapları cinsiyet, eğitim durumları, fakülte durumu ve yaş grupları bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir.

Yapılan çalışmaları saptayacak olursak Analiz sonuçlarına göre katılımcılar sosyal medyanın hızlı bir iletişim ortamı olduğunu düşünmektedir. Yaş cinsiyet, okul, fakülte ve kurum bazında kategorilere bakıldığında ise görüşler arasında bir farklılık belirlenmemiştir ve internetin, bilginin ulaştırılması bakımından her sektör için vazgeçilmez bir öneme sahip olduğu açıkça ifade edilmiştir.

Bilginin hem hızlı bir şekilde yayılmasını sağlaması, hem de bilgiye müdahale etmeye olanak tanıyan bir mecra olması bakımından internetin, her geçen gün önem kazanmakta olduğu ve kullanımının arttığı belirlenmiştir. İnternet kullanımı için verilen bu belgilerin sosyal medya içinde geçerli olduğu bildirilmelidir. Aynı zamanda sosyal medyanın hızlı ve etkili bir biçimde toplu iletişime izin vermesi paylaşımların daha kolay gerçekleşmesine

böylece bağlantılı bir iletişimin sağlanmasına katkıda bulunmaktadır. Aynı zamanda sosyal medya da hızlı geri bildirim almak, kullanımı cazip hale getirmektedir.

Son olarak yöneltilen anket sorusunda görüşünü desteklemektedir.

Eğitim durumu bazında bireylere “Sosyal medya ağları (F.T.Y) pek çok yerel, Arap ve uluslararası konularda siyasi bilinci geliştirmiştir. ” maddesi yöneltildiğinde lisans grubunda yer alan bireylerin %48,5’i kesinlikle katılıyorum, %34,0’ı katılıyorum, %0,3’ü kararsızım %11,4’u katılmıyorum, %5,8’i kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiş olup; yüksek lisans grubunda yer alan bireylerin %53,8’si kesinlikle katılıyorum, %30,8’i katılıyorum, %7,7’si kararsızım, %7,7’si katılmıyorum cevabını vermişlerdir.(Eğitim durumu bazında ilgili maddeye verilen cevaplar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir).

“Sosyal medyada içerik paylaşan kişilerin, ana akım medyadaki haberlerde gördükleri dengesizliklere “düzeltme” amacıyla mı yoksa var olan paylaşıma karşılık olarak mı yorumda bulunduklarını ve bu yorumların profesyonel medya haberlerini etkileme ihtimalinin olup olmadığı araştırılmıştır. Yapılan araştırmada ulaşılan sonuçlar göstermektedir ki; Facebook, Twitter, YouTube gibi sosyal medya ağları, sosyal açıdan uygun ve politik olarak önemli olaylarda bireylere, kamusal söylemleri yönlendirme ve bazen de öncülük etme fırsatı sunar”.

Öğrencilerin de bu paylaşımları takip etmeleri işlerini daha iyi yapabilmeleri açısından önemlidir, çünkü tarafsız olabilmek için her açıdan konuyu değerlendirmek gerekmektedir.

Yapılan birçok araştırma sonucuna ve düzenlenen anket formlarının çıktılarına göre oluşturulan değerlendirme formu kapsamında:

Tezin başlangıç aşamasında, araştırılması istenilen ve “Sosyal Medyanın Kullanıcılar Üzerinde Siyasi Bilinç Oluşturma Etkisi” başlığı altında ele alınan konu kapsamınca yapılan nitelikli yöntem ve metot uygulamaları ile birlikte sonuçlar değerlendirilip demografik veri çizelgesi oluşumuna katkı sağlayan anket çıktılarının birbirini destekler nitelik ve orantıda olması, araştırma doğruluğunu ispatlamaktadır.

5. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

5.1. Sonuçlar

Araştırmanın amacı, yapılan birçok araştırmaya ve çalışmaya göre bu sitelere en çok maruz kalan öğrenci grubuna sosyal iletişim sitelerinin etkisini anlamaya çalışmaktadır. Araştırma, araştırma bölümleri için onaylanan niteliksel metotlara dayanmaktadır. Bunun yanı sıra gerçeği yansıtacak şekilde güvenilir neticelere ulaşmak için metodolojinin gerektirdiklerine uygun olarak tarihi ve teorik yön de dikkate alınmıştır.

Araştırmada, sosyal iletişim sitelerinin etkisini ve siyasi bilincin gelişmesini gösteren reel veriler ve sonuçlar çıkarmak amacıyla konunun tüm yönleriyle ele alınarak hazırlanan anket formu kullanılmıştır. Araştırmanın doğası gereği, daha önceden yapılan birçok araştırma incelenmiş ve bu araştırmanın yorumlanmasındaki eksiklikler belirlenmiştir. Bu konuda akademik ilkeler dikkate alınmıştır.

Yeni medya (sosyal iletişim siteleri), diğer alanlarda yapılan araştırmalara nazaran hak ettiği derecede araştırma konusu olarak ele alınmamıştır. Bu durum bizleri kendi araştırmamıza uygun yapılmış yabancı araştırmaları inlemeye yönlendirmiştir. Ulaşılan sonuçlar göstermiştir ki, sosyal iletişim sitelerine en fazla ve artan bir şekilde maruz kalan grup üniversite öğrencileridir. Ayrıca araştırma, bu sitelerin araştırmayla ilgili gruptan kullanıcılar üzerindeki siyasi etkinin olduğunu saptamıştır. Bu etkinin olumlu yönlerinin olmasına karşın olumsuz yönlerinin olduğunu da söylemek gerekir. Bu olumsuz etkilerinden biri de iktidarda olan siyasi oluşumun düşüncesi ve isteği doğrultusunda ulusal kimliği korumak amacıyla ırkçı bir yaklaşımla milli birlik tesis edilmesine ilişkin yönlendirmelerdir. Bu siteler, öğrencileri farklı siyasi, içtimai ve kültürel alanlarda görüşlerini ifade etmeye teşvik etmektedir denilebilir. Araştırma sonuçlarına göre sosyal medya siteleri gençlerin, yaşadıkları yerdeki siyasi meselelere ilgi duymalarına ve hayatlarında siyasi bilincin önemini idrak etmelerine neden olan yerel ve uluslararası düzeydeki haberler sunularak siyasi bir tablonun oluşmasına katkı sağlamaktadır.

Araştırma, bir dizi sonuçlara ulaşmıştır. Bunların en önemlileri şunlardır:

- Sosyal iletişim siteleri (Facebook, Twitter, Youtube), Salahaddin üniversitesi öğrencilerinin siyasal yönelimlerinin oluşmasına katkı sağlamaktadır.
- Sosyal iletişim sitelerinin farklı değişkenlerin (tür, ikamet edilen yer, eğitim düzeyi, fakülte, yaş kategorisi) üniversite öğrencilerinin siyasal yönelimlerini etkilemekte -0,05 oranındaki seviyede istatistik sonuçlarda fark yoktur.
- Sosyal iletişim siteleri Facebook, Twitter, Youtube üniversite gençlerinin kendilerini göstermede ve onların siyasal davranışlarını ve siyasal düşüncelerini etkilemede rol oynamaktadır. Bu durum Irak'ın siyasi sahasına da aksetmektedir.
- Araştırma sonuçlara göre üç sosyal iletişim sitesinin kullanım oranlarını şöyledir; %90,0 oranla Facebook ilk sırada yer alırken, %13,4 oranla Youtube ikinci sırada, %11,3 oranla Twitter ise üçüncü sırada yer almıştır.
- Araştırma sonuçlarına göre denek grubun %78,2'i sosyal iletişim sitelerinin Irak'ın siyasi arenasında bazı değişikliklerin temel etkeni olarak görmekteyken %21,8 si ise bunun tam aksini beyan etmiştir.
- Araştırma sonuçlarına göre denek gruptaki kişilerin %54,6 u Arap ülkelerinin içinde geçtiği durum ve tanık olduğu olayların sosyal iletişim sitelerindeki katılıma sebep olduğunu düşünürken, %45,4 oranındaki kişiler ise Arap ülkelerinde meydana gelen olayların kişilerin sosyal iletişim sitelerine katılmalarına etki etmediğini belirtmektedir.
- Araştırma sonuçlarına göre denek gruptaki kişilerin %64,3 ı Irak'ta meydana gelen olaylar neticesinde sosyal iletişim sitelerinin kullanımının arttığını ifade ederken, %31,9 u ise kişilerin sosyal medya kullanımının Irak'ta meydana gelen olaylardan etkilenmediğini ifade etmektedir. Bunun yanı sıra denekteki fertlerin %3,8 u ise Irak'ta meydana gelen olayların neticesinde sosyal iletişim sitelerinin kullanımının azaldığını ifade etmiştir.
- Araştırma sonuçlarına göre denek gruptaki fertlerin %59,5 oranı sosyal iletişim sitelerini kullanmaları neticesinde siyasi bilinçlerinin arttığını ifade ederlerken,

gruptaki fertlerin %40,5 si ise sosyal medya kullanımının siyasi bilinç oluşumunda bir etkisinin olmadığını belirttiler.

- Araştırma sonuçlarına göre denek gruptaki kişilerin %36,1 oranı sosyal iletişim ağı sitelerinin, Irak'ta siyasi bilincin etkin hale getirilmesinde önemli bir rol oynadığına inanırken, denek kişilerin %63,9 i ise sosyal iletişim ağı sitelerinin Irak'taki siyasi bilincin canlandırılmasında herhangi bir rol oynamadığına inanmaktadırlar.

5.2. Öneriler

Araştırmacının ulaştığı sonuçlar ışığında aşağıda beyan edilen hususlar tavsiye edilmektedir:

Hükümet başkanlarını, liderleri, bakanları, siyasileri, siyasi karar sahiplerini ve genel müdürleri, vatandaşların sorunlarının çözümünde, engelleri aşmakta ve vatandaşın karşılaştığı engelleri ortadan kaldırmakta insanlarla iletişime geçmeleri için sosyal iletişim ağları üzerinde kendilerine ait hesaplar açmalarını teşvik etmek gereklidir.

Araştırmacı, sosyal medyanın olumlu yönlerine odaklanmakta ve olumsuz yönlerini aşmakta insanlarla daha etkili bir şekilde iletişim halinde olabilmek amacıyla sosyal iletişim sitelerinin denetlenmesi için medya ve sosyal bilimler alanına uzmanlar atanmasının gerekliliğine işaret etmektedir.

Sosyal iletişim siteleri üzerinden mesajlarla yönlendirmek suretiyle siyasi, iktisadi ve içtimai alanlarda reform yapmak için harcanan çabalarda, Arap ülkelerine yardımcı olacak uygun bir fırsat olması bakımından sosyal iletişim sitelerinin olumlu yönde kullanılması ve değerlendirilmesi gerekir. Ayrıca belirsizlik ve karmaşıklıktan uzak bir şekilde basit bir dil kullanarak kendi günlük hayatlarını anlatabilecekleri uygun ve reel mesajlarla gençler yönlendirilmelidir.

Farklı stratejik meseleler hakkında kamuoyunun yönelimleri ve bu yöndeki akımların gözlemlenmesinde kendisinden faydalanılmak üzere sosyal iletişim siteleri daha fazla derinlemesine analize ve saha araştırmalarına tabi tutulmalıdır. Ayrıca medya metotları bu konudaki her türlü güncellemelere uygun olmalıdır.

Toplumun farklı kesimleri üzerinde buna benzer araştırmalar yapılarak farklı uzmanlık alanlarında farklı sosyal medya gereçlerinin kullanımına ilişkin olumlu ve olumsuz etkiler ortaya konulmalıdır.

Bu araştırmanın sonuçları, Salahaddin üniversitesi ve muhtelif kamu kurumlarına genellenerek, sosyal iletişim sitelerinin olumsuzluklarını ortadan kaldırıp olumlu yönlerini anlatmak suretiyle yapılmıştır. Daha geniş araştırmalar yapılarak bu sitelerin kullanımındaki olumsuz ve olumlu yönler ortaya konulmalıdır.

Vatandaşların, özellikle de Salahaddin üniversitesindeki öğrencilerin medya sitelerine katılımı etkin hale getirilmelidir. Böylece her bir vatandaş, medya değeri olan bir haber ve olayı yapıcı duruma gelir ve dahası normal vatandaşların buna karşı güvenleri ve özenleri artarak devam eder.

KAYNAKLAR

- Abbas, M. A. (1990). *Üçüncü Dünyada Siyasal Kalkınma, Katılım Krizi, Kalkınma Sorunları Deneyimleri*, Bağdat. علي عباس مراد، التنمية السياسية وأزمة المشاركة، مشكلات وتجارب التنمية في العالم الثالث، (بغداد دار الحكمة 1990). 92
- Abdul Rezak, D.(2012). *Basın araçları ve çocuk*, Ürdün. عبد الرزاق : وسائل الاعلام و الطفل ، دار المسيرة – الطبعة الاولى ، 2012
- Abdul Rezak, D.(2012). *Yeni basın araçları*, Ürdün. عبد الرزاق : مدخل الى وسائل الاعلام جديد، دار المسيرة – الاردن ، الطبعة الاولى- 2012
- Abdülkafi, İ.A. F.(2010). *Mısır ve Arap Dünyasındaki Medya Politikaları*. Kahire, عبد الكافي، اسماعيل عبدالفتاح: السياسات الاعلامية في مصر و العالم العربي، هبة النيل للتوزيع- 2010
- Abu Amud M. (2001). *Topluluklara iletişim ve siyasi karar ve yasa koyma*, Kahire. (محمد أبو عامود، (2001) الاتصال بالجماهير و صنع القرار السياسي، دار الشروق للنشر و التوزيع القاهرة
- Abu Halif, A. K. (2010) *Siyasi Katılım Etkinleştirmede Irak Medyasının Rolü, Irak'ta* احمد كامل ابو خليف ، دور الإعلام العراقي في تفعيل ، *Günlük Çıkan Siyasi Al-Sabah Gazetesi* , *الأحد 20 حزيران 2010، يومية سياسية عراقية* :1992المشاركة السياسية ، جريدة الصباح العدد النسخة الإلكترونية المتاحة في الموقع الخاص بالجريدة تاريخ الإطلاع : 04مارس 2010 <http://www.alsabaah.com/index.php>
- Abu Halif, A. K. (2010) *Siyasi Katılım Etkinleştirmede Irak Medyasının Rolü, Irak'ta* احمد كامل ابو خليف ، دور الإعلام العراقي في تفعيل ، *Günlük Çıkan Siyasi Al-Sabah Gazetesi* , *الأحد 20 حزيران 2010، يومية سياسية عراقية* :1992المشاركة السياسية ، جريدة الصباح العدد النسخة الإلكترونية المتاحة في الموقع الخاص بالجريدة تاريخ الإطلاع : 04مارس 2010 <http://www.alsabaah.com/index.php>
- Akçay, H. (2011). “Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında sosyal medya kullanımı: Gümüşhane üniversitesi üzerine bir araştırma”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 33, 137-162.
- Aksu S. (2013). *Lüks Markaların Sosyal Medya Kullanımı: Facebook Üzerine Bir İnceleme*, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Akyol, A. Ç., Akyol, M. ve Yılmaz, A. (2014). “Yeni Medya Araçlarında Görsel İletişim: Otomobil Markalarının Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir İnceleme”. *Selçuk İletişim Dergisi*, 3, 5.
- Al Ansari, M. J. (1980). *Arap Doğu'sunda Düşünce ve Siyasetin Dönüşümleri (1930-1970)*. İstanbul: Sistem Yayıncılık
- Aldanani, A. R.(2001) *İnternet Medya İşİ*. عبد الملك ردمان : الوظيفة الاعلامية لشبكة الانترنت الدنانى، عبد الملك ردمان : الوظيفة الاعلامية لشبكة الانترنت 2001 – دار الراتب الجامعية
- Alemdar K. ve Erdoğan İ. (1990). *İletişim ve Toplum*. Ankara: Bilgi Yayınlan.

- Alemdaroğlu, A., Demirtaş, N. (2004). Mynet'te erkeklik halleri. *Toplum ve Bilim*, 2, 63-101
- Alhudaif, A. (2010). *Facebook sosyal web sitesinin medya rolü üzerine bir belgesel çalışması*. <http://alhudaif.blogspot.com> 14.8.2013
- Argın F. S. (2013), *Ortaokul ve Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının İncelenmesi (Çekmeköy Örneği)*, Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Basım N. (2002). "Aa Bilgisayarlar Aralarında Konuşuyor", *İnternet Çağında Gazetecilik*, Haz.: Serhan Yedig, Haşim Akman, İstanbul: Metis Yayınları.
- Benhalal, M. (2009). *Yeni Medya ve Siyasal Uygulamayı Geliştirme Sorunu: Arap Dünyasındaki En Önemli Teori ve Eğilimleri Analiz Etmek*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Binark, M. vd., (2009). *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: Görülüyorum Öyleyse Varım*. İstanbul: Kalkedon.
- Bozarth, J. (2010). *Social Media For Trainers*. San Francisco: Pfeiffer Publish.
- Bozkurt, V. (1996). (akt.). *Enformasyon Toplumu ve Türkiye*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Castells, M.(2005). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür. Birinci Cilt: Ağ Toplumunun Yükselişi*, (Çev. E. Kılıç), C. III, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cuayd, H.(2000). *İslami kültür krizi*. Beyrut. هشام جعيط- (2000) أزمة الثقافة الإسلامية – دار الطليعة – بيروت- طبعة 10
- Derviş, A. (2006). *İletişimin bilimine giriş nasi kütüphanesi*. Mısır. عبدالرحيم درويش(2006) مقدمة في علم الاتصال مكتبة ناسى دمياط : مصر
- Dickson D.(1992). Alternatif teknoloji. (Çev. N. Erdoğan). İstanbul: Ayrıntı Yayınlan.
- Dombaç, A. (2014). *Sosyal medya TV reyting ölçümlerinin analizi. Twitter örneği*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Dr. Al-Ani, İ. M. S. (1968). *Politik Sosyolojinin Genel Özellikleri*. Bağdat Üniversitesi. د. إحسان محمد شفيق العاني – الملامح العامة لعلم الاجتماع السياسي- مطبعة جامعة بغداد 1968 – ص 127
- Dr. Bağdadi, A .İ. (1993). *Afrika'da Milli Birlik ve Azınlık Sorunları, Arap Birliği Araştırmaları Merkezi*. Beyrut. د. عبد السلام إبراهيم بغدادى، الوحدة الوطنية ومشكلة الأقليات في أفريقيا، بيروت مركز دراسات الوحدة العربية، 1993، ص 288.
- Dr. El Aswad, S. (1990). *Siyasal Sosyoloji*. Bağdat. بغداد – السياسي د. صادق الأسود – علم الاجتماع – ط 1 – 1990 ص 438
- Dr. İmad A.(2015) *Moderniteden Küreselleşmeye Kültür Sosyolojisi, Kavramlar ve Sorunlar*, Beyrut, Arap Birliği Çalışmaları Merkezi. د. عبد الغنى عماد، ((سوسيولوجيا الثقافة- المفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2015

- Dr. Sadık A. M. (2011). *Yeni Medya: Teorik Bilgiler ve Genel Özellikler Hakkında Bir Çalışma*, Medya Bilimi ve İletişim Arap Portalı. د. عباس مصطفى صادق، "الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"، النوبة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011
- Dr. Zaher, A. J. (1988). *Siyasal Felsefe Araştırmalar*. Ürdün. د. أحمد جمال ظاهر – دراسات الفلسفة السياسية – دار الكندي – أردن – الطبعة الأولى – 1988 – ص 412
- Dr.El Ghazali Harb, U. (2015). *Üçüncü Dünya Ülkelerinde Siyasi Partiler*. Kuveyt. د. إسماعيل الغزالي حرب، الأحزاب السياسية في العالم الثالث – عالم المعرفة – مطابع الرسالة – الكويت – ص 182-117
- El Majed, A. M.(1995). *Felsefe ve sosyolojide ekoller ve kavramlar*. Beyrut. عبد المسلم الماجد. (1995) *مذاهب و مفاهيم في الفلسفة و الاجتماع – المكتبة العصرية- بيروت طبعة 01-1995*
- El Şammari, H. H. K. (2010) *Demokratik Gelişme ve Siyasi Gelişimin Unsurları*. Kurumun Web Sitesi Mevcuttur; حميد حسين كاظم الشمري، التطور الديمقراطي ومقومات التنمية السياسية، الموقع الإلكتروني لمؤسسة البلاغ، h/المتاح تاريخ الإطلاع: 02 مارس 2010 <http://www.balagh.com/mosoa/eqtsad/ri07f615.htm> (02.03.2010)
- Ersoy, S. ve Nazik, M. H. (2006). "Ergenlerde Tüketicilik Bilinç Düzeyi Üzerine Bir İnceleme", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16, 313-328.
- Ersöz Karakulakoğlu, S. ve Uğurlu, Ö.(2015). *Twitter: İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar*. İstanbul: MediaCat Kitapları, Kapital Medya Yayınları.
- Fuchs, C. (2014). *Sosyal Medya - Eleştirel Bir Giriş*.) İstanbul: Metis Yayınları.
- G. Al-Rashidi, M.(2012). *Bilgi güvenliği uzmanı, İnternet ve Facebook "30 Ocak Devrimi Modeli"*, Kahire. اللواء الرشيدى، محمود: خبير الامن المعلوماتى، الانترنت و الفيس بوك ثورة 30 الدار المصرية اللبنانية طبعة اولى، 2012، يناير نموذجاً
- Garip, S. A.(1998). *Sosyolojik araştırmada istatistik ve ölçüm*, Kahire.
- Gerbir, D. A. (1999). *Politika Alanında Medyanın Otoritesi* (Tercüme: Dr. Ebu Lida A.). Amman. دوريس اية جربير – سلطة وسائط الاعلام في السياسة – ترجمة د. اسعد أبو ليده – دار البشير للنشر والتوزيع 1999 – عمان – 200 – ص 277
- Ghani, Ş.(2010). *Siyasal Katılımın Güçlendirilmesinde Sivil Toplum Örgütlerinin Rolü*, Verkale Üniversitesin, Hukuk ve Siyasal Bilimler Fakültesinden Çıkan Siyaset ve Kanun Defteri Adlı Dergi, Cezayir, شليغم غنية، دور تنظيمات المجتمع المدني في تكريس المشاركة السياسية، مجلة "دفاتر السياسة والقانون"، الصادرة عن كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة ورقلة. الجزائر، العدد 02 / جانفي 2010، ص
- Gunelius, S. (2011). *30 Minute Social Media Marketing*. New York: McGraw Hill.
- Gülsoy T. (2009). *Etkileşimli Medya ve Pazarlama Terimler Sözlüğü*, L. Baruh ve M. Yüksel (Ed.). *Değişen İletişim Ortamında Etkileşimli Pazarlama*. İstanbul: Doğan Kitap.
- Güngör N.(2013). *İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar* (2.baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi.

- Güngör N.(2013). *İletişim Kuramları ve Yaklaşımları*. 2.b. Ankara: Siyasal Kitabevi
- Güzel, M. (2006). “Küreselleşme, internet ve gençlik kültürü”. *Küresel İletişim Dergisi*, (9) 3.
- Güzel, M. (2006). Küreselleşme, internet ve gençlik kültürü. *Küresel İletişim Dergisi*, 1, 5-23.
- Heykel, M.H. (1985). *Öfke sonbaharı*. Beyrut. خريف الغضب- بيروت البعة (1985) محمد حسنين هيكل
الحادي عشر
- Hibe Muhammed A. H. (2009). *Sosyal Medya Siteleri Nedir?*
<http://www.alyaseer.net/vb/showthread.php?t=17775>. خليفة هبة محمد ، مواقع الشبكات الاجتماعية .. ما هي ؟ قاعة د. شوقي سالم، المكتبة المركزية – جامعة حلوان. منتديات اليسير في 19—1-
<http://www.alyaseer.net/vb/showthread.php?t=17775>. 2009 متاح
- Hisani, R. (2007) *Medya Bilimi ve İletişim Giriş – Küresel Basın Çağında Temel Kavramlar ve Yeni Fonksiyonlar*. Cezayir. رحمة عيساني، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال – المفاهيم الأساسية و الوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، الجزائر، باتنة: 2007 مطبوعات الكتاب والحكمة، ط1 ص213،
- Hüseyin Ş.(2011). *Yeni Medya Alternatif Medyası (Etkileşim sonrası dönemde yeni teknolojiler)*. Kahire. شفيق حسين: الإعلام الجديد البديل (تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية)، دار فكر وفن للطباعة و النشر و التوزيع ، القاهرة ، 2011.
- İbrahim, M.(1994). *Modern ve muasır siyasal düşünce işaretleri* Beyrut. موسى ابراهيم (1994) معالم الفكر السياسي الحديث والمعاصر - مؤسسة عز الدين للطباعة والنشر – بيروت 1994
- İnternet: (February, 2015) Web: <http://www.boomsocial.com/Facebook/Ulkeler>, (25.02.2017)
- İnternet: (February, 2015) Web: <http://www.boomsocial.com/Facebook/Ulkeler>, (25.02.2017).
- İnternet: (February, 2015) Web: <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2016>, (25.04.2016)
- İnternet: Al-Biltahi. (2013). 8343. htm-<http://nai77.blogspot.com/2013/04/bloghtml>, 15.10.2013
- İnternet: Arageek, (2013). *Teknoloji*, <http://www.arageek.com/2013/02/08/top-20-websites-most-visited.html>, 1.11.2013
- İnternet: Company N.(2009). “Global Faces and Networked Places A Nielsen report on Social Networking’s New Global Footprint”.
http://blog.nielsen.com/nielsenwire/wpcontent/uploads/2009/03/nielsen_globalfaces_mar09.pdf (14.02.2017).
- İnternet: Demirel, F. (2017). *Sosyal Ağlardaki Hayatımız ve Facebook*, <http://www.webrazzi.com/2011/06/16/sosyal-aglar-facebook-rapor/>, Erişim Tarihi: 14.02.2017

İnternet:

http://blog.nielsen.com/nielsenwire/wpcontent/uploads/2009/03/nielsen_globalfaces_mar09.pdf (14.02.2017).

İnternet: <http://www.nkfu.com/internetin-tarihsel-gelisimi/> 8 Mayıs 2015.

İnternet: <http://www.seokursu.com.tr/sosyal-medya-siteleri/>, 30.5.2017

İnternet: <http://www.sosyalmedyacci.com/2012/01/sosyal-imleme-nedirsosyal-imleme-ve-sosyal-medya.html>, (Erişim Tarihi: 19.03.2014)

İnternet: İyiler, Z. (2009). *Elektronik Ticaret ve Pazarlama-İhracatta İnternet Zamanı, Ankara: Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi*. s.9. (Çevrimiçi) <http://www.ekonomi.gov.tr/upload/46D1EEAF-D8D3-8566-4520C3D0A2D71545/eticaretyen.pdf>, (Erişim Tarihi: 18.12.2013),

İnternet: Kırık, A. M. (2012). “Arap Baharı Bağlamı’nda Sosyal Medya-Birey Etkileşimi ve Toplumsal Dönüşüm”. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum Dergisi*, <http://asosindex.com/journal-article-fulltext?id=22318&part=1>. (04.03.2014)

İnternet: Rossen, L. (2010). Rewired: Understanding the iGeneration and the Way They Learn. <http://ejabat.google.com/ejabat/thread?tid=0849c4a3ef9d3742>, (15.10.2013)

İnternet: Safko L.(2010). *The Social Media Bible*, New Jersey, s.3. (Çevrimiçi) <http://msport04.free.fr/Books/The%20Social%20Media%20Bible.pdf>, (11.11.2013),

İnternet: Safko L. (2010). *The Social Media Bible*. New Jersey, s.3, <http://msport04.free.fr/Books/The%20Social%20Media%20Bible.pdf>, (11.11.2013)

İnternet: Safko, L. (2013). *The Social Media Bible*. New Jersey <http://msport04.free.fr/Books/The%20Social%20Media%20Bible.pdf>.(11.11.2013)

İnternet: Sosyal Ağların Dezavantajları. http://www.teach-ict.com/gcse_new/being_online/social%20networking/miniweb/pg4.htm., (erişim tarihi: 08.03.2014)

İnternet: Teknoloji Dünyası. (2012). http://www.computer-wd.com/2012/04/blog-post_26.html, 25.9.2013

İnternet: Teknoloji Dünyası. (2013). <http://www.tech-wd.com/2013/01/01/facebook-mena-infographic>, 15.9.2013

İnternet: Vip4Soft, GörülenTarih, <http://www.vip4soft.com/news/%D8%AA%D9%88%D9%8A%D8%AA%D8%B1>, (20.11.2011)

İnternet: Web 2.0. İçin Kendinizi Hazırlayın. 2009 http://www.chip.com.tr/makale/web-2.0-ve-sosyal-medya.-sosyal-medyanin-avantajlari_16428_2.html (08.03.2014)

İnternet: Wikipedia, *Facebook*, <http://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook>, Erişim Tarihi: 13.02.2017

İnternet: Wikipedia, *Microblogging*, <http://en.wikipedia.org/wiki/Microblogging>, Erişim tarihi: 11.02.2017

İnternet: YouTube'nin Tarihi, (2009). <http://ejabat.google.com/ejabat/thread?tid=0849c4a3ef9d3742>, 15.10.2013

İşleyen, E.(2002). "*Milliyet Nasıl Hazırlanıyor?*", *İnternet Çağında Gazetecilik*, İstanbul: Metis Yayınları.

Jeanney, J. N.(1998). *Medya Tarihi*. (Çev. E. Atuk), İstanbul: YKY.

Kahraman, M. (2013). *Sosyal Medya 101 2.0, Pazarlamacılar İçin Sosyal Medyaya Giriş* (2.baskı). İstanbul: MediaCat Kitapları, Kapital Medya Yayınları.

Kazarda Hayat (2008) *Gazetecilik ve Siyaset*, Cezayir: Taksij Kom Yayın Vakfı, 5.

Kırık, A. M. (2012). "Arap Baharı Bağlamı'nda Sosyal Medya-Birey Etkileşimi ve Toplumsal Dönüşüm". *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum Dergisi*. (Çevrimiçi) <http://asosindex.com/journal-article-fulltext?id=22318&part=1>. (Erişim Tarihi: 04.03.2014).

Koçer, M. (2012). "Erciyes üniversitesi öğrencilerinin internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıkları". *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 18, 70-85

Laroussi, R. (2007). *Cezayir'de Siyasi Katılım ve Çok Partili Deneyim*. Cezayir. رابح لعروسي ، المشاركة السياسية و تجربة التعددية الحزبية في الجزائر ،الجزائر : 2007 ، دار قرطبة ، ط1 ، 32 ،

Larrain, J. (1995). *İdeoloji ve kültürel kimlik*. (Çev. N. Domaniç). İstanbul: Sarmal Yayınevi.

Larrain, J. (1995). *İdeoloji ve kültürel kimlik*. (Çev. N. Domaniç). İstanbul: Sarmal Yayınevi.).

Lietsala, K. ve Sirkkunan, E. (2008). *Social Media: Introduction to The Tools and Processes of Participatory Economy*, Tampere, Finlandiya: Tampere University Press, (Çevrimiçi) <http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/65560/978-951-44-7320-3.pdf>, (Erişim Tarihi: 12.11.2013), s.18.

Mahalli, H. (2 Haziran 2013). "Önce Arap Baharı'na Bakalım" *Yeni Düzen Gazetesi*.

Makavi, H. İ. ve El Said, L. H. (2006). *İletişim ve çağdaş teorisi*, Mısırlı Lübnanlı Evi. Kahire. حسن عماد مكاوى و ليلي حسن السيد / (2006) الاتصال و نظريات المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة

Martin, W. J.(1988). *Association for Management*. London: akt.

Massey, D. (2016). *Radikal demokrasiyi mekân üzerinden düşünmek*. Cogito: Mekân ve Siyaset.

Masuda. (1985). *The Information Society as Post- Industrial Society*. Bethesda, Maryland: World Futures Society.

- Mattelart, A.(2001). *İletişimin Dünyasallaşması*. (Çev. H. Yücel), İstanbul: YKY.
- Mustafa, A.C.(1982). *Arabulucu modern siyasal düşünce*. Bağdat. (1982) *عبدالجبار مصطفى الفكر السياسي الوسيط والحديث - جامعة بغداد طبعة*
- Özçağlayan, M. (1998). *Yeni iletişim Teknolojileri ve Değininim*. Bursa: Alfa Yayıncılık.
- Radhi Z. (2003) "Arap dünyasında Sosyal Ağ Sitelerinin Kullanımı", *Milli Eğitim Dergisi*, Özel Amman Üniversitesi, Amman. *زاهر راضي، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003م*
- Resuloğlu Geylani, S.(2014). *Arap baharı, Toplumsal hareketler ve sosyal medya: Tunus ve Mısır örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Schnapper, D.(2005). *Sosyoloji Düşüncesinin Özünde Öteki ile İlişki*. (Çev. A. Sönmezay). İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Simmel, G. (2015). *Bireysellik ve Kültür* (Çev: Tuncay Birkan). İstanbul: Metis Yayınları.
- Süleyman, Z. (2004). Amerikan Seçimleri ve Irak Düğümü. *مقال 60 ص* *زیرقان سلیمان - مقال 60 ص بعنوان (الانتخابات الأمريكية - وعقدة العراق) 2004م*
- Talimciler, A. (2013). "Sosyal Medya Aracılığıyla Değişen Futbolun Yeni Dünyası, Yeni Medya Üzerine..." *Yeni İletişim Teknolojileri*, Konya: Literatürk Yayınları
- Talimciler, A. (2013). *Sosyal Medya Aracılığıyla Değişen Futbolun Yeni Dünyası, Yeni Medya Üzerine... Yeni İletişim Teknolojileri*, M. Demir (ed.). Konya: Literatürk Yayınları.
- Timisi N.(2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost Yayınları
- Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi
- Topak, S.T. (2014). "Sivil Toplum Kuruluşları ve Sosyal Medya Bağlamında "Renkli Devrimler" ve "Arap Baharı" Süreçlerinin Karşılaştırmalı Analizi". *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İBBF Dergisi*, 9(3), 233-254.
- Törenli, N. (2005). *Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimleniş: Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Uluç, G. (2008). *Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı, Olanaklar- Sorunlar-Tartışmalar* (İkinci Baskı). İstanbul: Anahtar Kitaplar.
- Velit R. Z.(2012). *Sosyal Ağlar Teorisi*, Irak. *وليد رشيد زكي نظريةالتواصل الاجتماعي، - عراق، 2012. ص5*
- Vural, Z. B. A., ve Bat, M. (2010). "Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma". *Journal of Yaşar University*, 5, 2.

Yayla, K. (2010). *İnternet Pazarlamasında Yeni Eğilimler: Çevrim İçi Sosyal Ağların Üniversite Öğrencilerinin Satın Alma Davranışlarına Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.

Yazarlar Grubu (2007) *Kültürel Kalkınma (İlk Arap Raporu)*, Beyrut, Arap Düşünce Vakfı. مجموعة مؤلفين، ((التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية))، بيروت، مؤسسة الفكر العربي، 2007م44

Yıldız Kakırman, A. (2012). “Sosyal paylaşım sitelerinin dijital yerlilerin bilgi edinme ve mahremiyet anlayışına etkisi”. *Bilgi Dünyası*, 13(2), 529-542

Youssef, H.(2006). *Medya ve siyaset ... birleşik bir yaklaşım*. Beyrut: Beyrut.

Zülfikar, Ş. (2004). *Kamuoyunun teşkil edilmesindeki yönler eğilimler*. Kahire. شيماء دوى الفقار. / (2004) اتجاهات فى التشكيل الرأى العام، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة، ط، 1

قزادري حياة ، الصحافة و السياسة ، الجزائر 2008 ، مؤسسة طاكسيج كوم للنشر ص 5



EKLER

EK 1



کیماری تورکیا
زاکوئی غازی
لۆژیی پاپرسی



رئیس قسم الاعلام في كلية الاداب
جامعة صلاح الدين
د. حوشيار مظفر علي
٢٠١٧/١٤٠٠

نهم کاههت باش قوتاس به ریز.....

نهم کۆیه به دوا دا چوئیکێ زانستی یه له ژێر ناوێشانی (کارگهري به کار به ریز تۆیه کۆیه لایه تیه کاهه نه چه سپاندنی هزی سیاس)، و به فیکه نه پێداویستیه کانی به دست هیکانی پروانهی ماستر له یواری پاگه یانن، ههروهها وڵامه راسته کات لهم به دوا دا چوونه دا گرنگیه کێ گهرووی نه غهزگرتووه، وڵامه کات به دنیایه یه به ئێتی ده ییتیه و به بۆ هه به ده ییتیه کێ به کار نا هیکرت.. ژێر سوپاس بۆ به غه یینی نهم کاهه زۆری نهت

- 1- رهگهز () تیر () من ()
- 2- شوێنی ئیشه جێبوون () شار () ناحیه () قهزا ()
- 3- ئاسانی خوێندن () زانکۆ () ماستر ()
- 4- زانکۆ () زانستی () نه ده یی ()
- 5- ته مه ن () 18 - 20 سا ن () 21- 25 سا ن () 26 زیاتر ()
- 6- لا ئه رێت له ماله وه هه یه ؟ () به ئن () نه خیر ()
- 7- موبایل زۆری بۆ ئه ئه ترێت و به رنامه کانی تۆیه کۆیه لایه تیه کانی و به ر (Facebook, Twitter, You tube) به کار به ییتیه ؟ () به ئن () نه خیر ()
- 8- ئه ئه ترێت به کار به ییتیه ؟ () به ئن () نه خیر ()
- 9- له کۆچ ئه ئه ترێت به کار به ییتیه ؟ () ماله وه () زانکۆ () خاوه خانه () موبایل () جینگه تر ()
- 10- ئه ئه ترێت بۆ چه مه به یستیک به کار به ییتیه ؟ ده توانیت زیاتر له هه لێ ژ به یه ک هه لێ ژ لێت: () لیکۆتینه وه توێژینه وه () بۆ خوێش و کات به سه ره بر د () ده ست خستی زانیاری () چاوه ریکردنی هه و له کاه () چاوه ریکردنی رۆژنامه وه مانیه ره له لیکۆترو نییه کاه () هه مو وه وانه ی سه ره وه
- 11- رۆژانه چه نه کاتژمێر ئه ئه ترێت به کار به ییتیه ؟ () که مه تر له نیو کاتژمێر () نیو کاتژمێر زیاتر و که مه تر له کاتژمێر () کاتژمێرێک زیاتر و که مه تر له دوو کاتژمێر () دوو کاتژمێر زیاتر و که مه تر له سه کاتژمێر () سه کاتژمێر زیاتر
- 12- ئایا لا به ر یی تاییه تی خوێت هه یه نهم تۆیه کۆیه لایه تیه یانه ی خواریه ؟ ده توانیت زیاتر له هه لێ ژ به یه ک هه لێ ژ لێت: () Facebook () Twitter () You tube ()
- 13- رۆژانه چه نه کاتژمێر تۆیه کۆیه لایه تیه کاه به کار به ییتیه (F. T. Y) ؟ () که مه تر له کاتژمێر () کاتژمێرێک تا سه کاتژمێر () چوار تا شه ی کاتژمێر () زیاتر له و کاتانه
- 14- پێداوییه تۆیه کۆیه لایه تیه کاه (F. T. Y) ده توانیت هه یه ک گۆیا کاه ی له گۆیه یانی سیاس ته هه ر یی کۆیه ستان له نه یام یه ؟ () به ئن () نه خیر ()
- 15- پێداوییه تۆیه کۆیه لایه تیه کاه هه یه ک به تواج به ییتیه ییتیه یی گۆیا کاه یه ؟ () به ئن () نه خیر ()

EK 2

- 16- پیتوایه ئەو گۆرانکارییانەی لە هەندیک لە ولاتان روویاندا بەهۆی (F. T. Y) تۆرە کۆمەڵایەتییهکانەو بوو ؟
() بەئێ () نەخیر
- 17- ئەو رووداوانەی لە عێراق روودەدەن، تۆرە کۆمەڵایەتییهکان (F. T. Y) چەندە کاریگەرییان هەبوو ؟
() کاریگەری هەبوو () کاریگەری نەبوو
- 18- ئایا بەشدار بووێت لە هەر چالاکییەک (F. T. Y) لە تۆرە کۆمەڵایەتییهکان پەیوەستە بە دۆخی عێراق ؟
() بەئێ () نەخیر
- 19- جۆری ئەو چالاکییە چی بوو ؟ دەتوانی زیاتر لە وەلامیک هەتێژیت.
() لاپەڕیەکی تاییبەتم دروستکردوو بۆ رووداوەکانی عێراق و هەرتە کوردستان () بەشداربوو لە دووبارە بلاوکردنەوەی چەند چالاکییەکی دیاریکراو.
() وینەیان گرتەبەشی قیدیۆنیم بلاوکردنەوە () تیچینم لەسەر بلاوکردن نووسیو
- 20- هۆشیاری سیاسی، بوودتە هۆی زیاتر بەکارهێنانی تۆرە کۆمەڵایەتییهکان (F. T. Y) ؟
() بەئێ () نەخیر
- 21- هۆکاری چاودێری و گرنگیدانی بە تۆرە کۆمەڵایەتییهکان (F. T. Y) بۆچی دەگەرێتەو ؟ دەتوانی زیاتر لە هەتێژاردەییەکی هەتێژیت:
() زانی و چاودێریکردنی هەواڵە ناوخی و بیانییهکان () هۆگریوونم بە نینتەرنت () خیرایی گواستنەوەی هەواڵەکان
() هەمیشە نوێبوونەوەی هەواڵەکان. () بۆ خوێ و کات بەسەربردن () کاری بۆژانە
() هی دیکە.
- 22- بە بەراورد بەوێ دموکرتێ بەهاری عەرەبی کە لە تونس و لیبیا و میسر روویاندا، پیتوایه تۆرە کۆمەڵایەتییهکان دەتوانی هەمان رۆلی هاوشتو بەگێژیت لە هۆشیاریکردنەوەی سیاسی خەڵک لە عێراق ؟
() بەئێ () نەخیر
- 23- ئەگەر وەلامەکت نەخیر، ئەوا چی لە دۆخەکە گۆردراو (F. T. Y) ؟ دەتوانی زیاتر لە هەتێژاردەییەکی هەتێژیت:
() هۆکاری دیکە بەکاردهێنن جگە لە تۆرە کۆمەڵایەتییهکان.
() تۆرە کۆمەڵایەتییهکان سیاسەتەکانیان گۆربوو نەمەش وایکردوو نەبیته ئەو مینەرە گونجاو.
() چی دیکە پێویست بە تۆرە کۆمەڵایەتییهکان ناکات، چونکە میدیا و رۆژنامە تەقیدی رووداوەکان بەگۆرنی پێویست دگوازیتهو.
() هی دیکە.
- 24- کام لە تۆرە کۆمەڵایەتییهکان لای عێراقیهکان کاریگەرییان زیاتەر، هەیسبووک ، تویتەر ، یوتیوب ؟
() هەیسبووک کاریگەری زیاتری هەیە () تویتەر کاریگەری زیاتری هەیە
() یوتیوب کاریگەری زیاتری هەیە () هیچیان ئەو کاریگەرییهیان نییه

ژمارە	پرسیار	بەتەواوەتی لەگەڵ ئیدام	لەگەڵ ئیدام	نازانم	لەگەڵ ئیدام	بەتەواوەتی لەگەڵ ئیدام
25	خوێندنی بالا هاوکارە لە تیکەشتنی قوتلەر لەسەر تۆرە کۆمەڵایەتییهکان (F. T. Y).					
26	ئەو دۆسیەو قیدیوانە داوئۆد دەکەم لە تۆرە کۆمەڵایەتییهکان (F. T. Y) کە پێویست پێیان دەبێت.					
27	نووسین و وتار و قیدیۆ لەسەر تۆرە کۆمەڵایەتییهکان (F. T. Y) بلاوئەکەمەو بەشداریش دەکەم ئە نووسینی تیچین (کۆمێنت).					
28	تۆرە کۆمەڵایەتییهکان (F. T. Y) پرسیکی بابەتیین و جینگە یاوەن شایانی ئەوەن چاودێرییان بکەم.					
29	تۆرە کۆمەڵایەتییهکان (F. T. Y) هۆکارگەلێکی خیرا و کاریگەرە بۆ گۆگرتن و پەڕووننی کردن بە گەنجان.					
30	ئەوێ تۆرە کۆمەڵایەتییهکان (F. T. Y) جیادەکاتەو ئەوێ کە چاودێرییان بەسەرەو نییه.					
31	هەبوونی نازادی رادەرپرین لە تۆرە کۆمەڵایەتییهکان (F. T. Y) هۆکاری سەرەکی ئەوێ گەنجان روویان تیکردوو بۆ بەکارهێنانی.					
32	تاکە هۆکاری سەرکەوتن و بلاوپیوونەوێ تۆرە کۆمەڵایەتییهکان (F. T. Y) بە شۆیەکی بەرھراوان بۆ پێشوازی گەنجان رۆشنیەر دەگەرێتەو.					

EK 3

33	تۆرە كۆمەلەيەتتەكەن (F. T. Y) كۆتۈرۈلۈپ كات و ھەزى گەنجەنى كىرەدۇ؟				
34	پىشنىياز بۇ بىرلەر بەدەستە سىياسىيەكەن دەكەم لاپەردە تايىيەتلى ئەسەر تۆرە كۆمەلەيەتتەكەن (F. T. Y) دوست بىكەن بۇ پەيۋەندى كىرەن ئەگەن چەماۋەر.				
35	تۆرە كۆمەلەيەتتەكەن (F. T. Y) باۋەر بەغۇبۇۋى زىياد كىرەدۇم ئە دەرىپىنى راي نازادى خۇم و پەيۋەندى كىرەن و كىتۇگۇ كىرەن.				
36	تۆرە كۆمەلەيەتتەكەن (F. T. Y) شۇنچىكى گۇنچاۋە بۇ خىستەن پەيۋەندى كىرەن ئەو قۇناغە؟				
37	تۆرە كۆمەلەيەتتەكەن (F. T. Y) ھۇكارگەلىكە بۇ گەشەسەندى مەۋى شارىستانى؟				
38	تۆرە كۆمەلەيەتتەكەن (F. T. Y) باۋەر پىندام ئە پىيادەكەندى رەخەنەگىرەن و مامەنەكەن ئەگەن خەنك پەن ھەبۇۋى پەرىيەست و چاۋدەتلى.				
39	تۆرە كۆمەلەيەتتەكەن (F. T. Y) ھاۋكارم پەۋە ئەۋى ھەز داخراۋ ئەبەم و داھىنەن بىكەم و نازاد پە ئە ھىر پەۋە ئە گۇرپەنەۋى بىرۈكە و گەشەسەندى كەسايەتلى ئە رىگە كىتۇگۇۋە.				

ژمارە	پرسىيار	بەتەۋاۋەتلى ئەگە ئىدام	ئەگە ئىدام	ئازانم	ئەگە ئىدائىم	بەتەۋاۋەتلى ئەگە ئىدائىم
40	تۆرە كۆمەلەيەتتەكەن (F. T. Y) ھۇكارگەلىكى پەيۋەندى سەركەۋتۇۋ پەۋە ئە دوستكەندى كارىگەرى ئەسەر راي كىتۇ؟					
41	تۆرە كۆمەلەيەتتەكەن (F. T. Y) بەشدار پەۋە ئە گۈستەۋەندى ۋىتە راسەتەقەندى رەۋى سىياسى ۋەلەكەم؟					
42	تۆرە كۆمەلەيەتتەكەن (F. T. Y) پە يەكەن ئە كەرسەتە بەشدارەكەن دادەنچىرە ئە ھەنچەسەن شۇرە بەھارى عەربە؟					
43	تۆرە كۆمەلەيەتتەكەن (F. T. Y) تۈۋى ھۇشيارى سىياسى تەك بەرەز پەكەتەۋە ئەسەر زۇرە ئە پەرسە ناۋخۇزى و جىيەنەكەن؟					
44	تۆرە كۆمەلەيەتتەكەن (F. T. Y) ھاندەر پەۋە ئەۋى تەك بەشدار پەت ئە دوستكەندى راي كىتۇ ئە ھەندىك چالەكى و پەرسى سىياسى ناۋخۇ؟					
45	زىاتىر ئەۋە بابەتەن سەرنچەم رادەكەن ئە تۆرە كۆمەلەيەتتەكەن (F. T. Y) ھەۋالە سىياسىيەكەن پەيۋەندە بە ۋەلاتانى رۇۋەلەتلى ناۋىن					
46	زىاتىر ئەۋە بابەتەن سەرنچەم رادەكەن ئە تۆرە كۆمەلەيەتتەكەن (F. T. Y) ھەۋالە سىياسىيەكەن پەيۋەندە بە جۈلەۋەندى مەنچەكەنە					
47	تۆرە كۆمەلەيەتتەكەن (F. T. Y) رۇنچى كىرەن دەپىن ئە خىزاركەندى پەۋە چاكسازى و گەشە پەندە؟					
48	لەيەن دىيارىكار ھەيە تۆرە كۆمەلەيەتتەكەن (F. T. Y) بەكاردەھىتتە بۇ ئامانچى كەسى					
49	تۆرە كۆمەلەيەتتەكەن (F. T. Y) ھاۋكار و بەشدار ئە زىادەۋەندى ئىتەمە بۇ ئىشتەم؟					
50	ئەۋى تۆرە كۆمەلەيەتتەكەن (F. T. Y) جىيادەكەتەۋە پەۋە رەۋەرىكى باشى نازادى را دەرىپەنە كە ئىيەۋە دەۋەلەن نازادانە ھەز و خەمەكەنەن باس بىكەن و گۈن ئە راي جىياۋزىش بىگىرەن					
51	تۆرە كۆمەلەيەتتەكەن (F. T. Y) بەشدارىكى كاراي ھەبۇۋە ئە دوستكەندى كەنەن پەيۋەندى راسەۋخۇ ئە ئىۋان ھاۋلاتىيان و بەرپەرسەن					
52	تۆرە كۆمەلەيەتتەكەن (F. T. Y) رۇن ھەبۇۋە ئە گۇپانگارى كىرەن ئە سىياسەتى ھەۋەت ئە دەرنەنچامى جۈلەۋەندى گەل					
53	تۆرە كۆمەلەيەتتەكەن (F. T. Y) تۈۋىۋەتە بىتە مەنچە بۇ بەيەك گەيەندى گروپى گەنچەن و دوستكەندى ئۇنى گەنچەنە ئەۋەرى پەرسە سىياسىيەكەن					
54	پىشنىياز دەكەم شەرزەيان و پىشۇران ئە راگەيەندى و زانستى كۆمەلەنەسە سەرىپەشتى تۆرە كۆمەلەيەتتەكەن بىكەن تا چالەكى و كارىگەرى زىاتىر پەت ئە پەيۋەندەكەن بە چەماۋەر					

EK 4

					تۆره كۆمەلەيەتچىلىكى (F. T. Y) بۈيۈك جەڭچىلىك رايونىدا تۇرۇپ رۇبىرۇ بۈيۈك سىياسىي جەڭچىلىك	55
					تۆره كۆمەلەيەتچىلىكى (F. T. Y) ھاۋكەم بۈيۈك جەڭچىلىك بىرگەنەۋەم دەريانى پىرسىكى دىيارىكراۋ	56
					تۆره كۆمەلەيەتچىلىكى (F. T. Y) سەرجاۋىيەكى گىرگىن لە دەستىسى زانىارى خىرا و سادە	57
					تۆره كۆمەلەيەتچىلىكى (F. T. Y) بۈيۈك سەرجاۋى پىرپاگەندە	58
					تۆره كۆمەلەيەتچىلىكى (F. T. Y) دەۋلەت تەڭكەلى كۆمەلەكە سەرجاۋى پىرسىكى دىيارىكراۋ پەيەك بىگەيەنەت	59
					تۆره كۆمەلەيەتچىلىكى (F. T. Y) كارىگەرىيان ھەبۈۋە لە جۈلەندى ۋىژدانەم لەسەر ئەۋ روۋداۋانەي لە دەۋرۈر روۋدەمەن	60
					تۆره كۆمەلەيەتچىلىكى (F. T. Y) ھەستى بەرپىسارىيەتى زىاتىر كىرەم لەبارەي پىرسە سىياسىيەكەلى پەيۋەند بە نىشتەمەكەم	61

EK 5

رئيس قسم الاعلام في كلية الاداب
جامعة صلاح الدين
د. حبيب الرحمن
٢٠١٧/١٠/١٠



SOSYAL MEDYANIN KULLANICILAR ÜZERİNDE SİYASİ BİLİNÇ OLUŞTURMA ETKİSİ

İyi günler, bu anket, yüksek lisans tez araştırması kapsamında yapılmaktadır. Vereceğiniz doğru cevaplar araştırmanın sonucu, tez çalışması için büyük önem taşımaktadır. Cevaplarınız kesinlikle saklı kalacak ve başka hiçbir amaç için kullanılmayacaktır. Vakit ayırdığınız ve bu araştırmaya katkıda bulunduğunuz için teşekkür ederiz.

1. Cinsiyetiniz? ☐ Erkek ☐ Kadın
2. İkamet yeriniz? ☐ İl ☐ Kaza ☐ Kasaba
3. Eğitim durumunuz? ☐ Lisans ☐ Yüksek lisans
4. Fakülteniz? ☐ Pozitif bilimler ☐ Beşeri bilimler
5. Yaş aralığınız? ☐ 18-20 ☐ 21-25 ☐ 26-30
6. Evde bilgisayarınız var mı? ☐ Evet ☐ Hayır
7. Akıllı telefonunuz var mı? ☐ Evet ☐ Hayır
8. İnternet kullanıyor musunuz? ☐ Evet ☐ Hayır
9. İnterneti daha çok nerede kullanıyorsunuz? (Birden fazla seçenek işaretlenebilir)

☐ Evde ☐ Üniversitede ☐ İnternet kafe ☐ Cep telefonu yolu ile

☐ Diğer:
10. İnterneti kullanma nedenlerin nelerdir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

☐ Araştırma ve çalışmalar ☐ Eğlence ve vakit geçirme ☐ Yetenek ve bilgi kazanma

☐ Haber ve yenilikleri takip etme ☐ Sosyal medya

☐ Hepsi ☐ Diğer:
11. Her oturumda internet sayfaları gezintisinde ne kadar vakit geçiriyorsunuz?

☐ 30 dakikadan az ☐ 30 dakika ile 1 saat arası

☐ 1-2 saat arası ☐ 2-3 saat arası ☐ 4 saat ve üstü
12. Aşağıda belirten sosyal medya ağlarından hangisine üyesiniz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

☐ YouTube ☐ Twitter ☐ Facebook ☐ değilim
13. Sosyal medya ağlarında(F.T.Y) günlük ne kadar zaman harcıyorsunuz?

☐ Bir saatten az ☐ Bir saat ile üç saat arası

☐ Dört saat ile altı saat arası ☐ Daha fazlası
14. Sosyal medya ağlarının (F.T.Y) Arap siyaset sahnesinde bir takım değişikliklerin oluşmasında etkili olduğunu düşünüyor musunuz?

☐ Evet ☐ Hayır
15. Sosyal medya ağlarını (F.T.Y) devlete destek vermek için kullanıyor musunuz?

☐ Evet ☐ Hayır
16. Sosyal medya ağlarına (F.T.Y) katılmanda Arap ülkelerinde yaşanan değişikliklerin etkisi var mı?

☐ Evet ☐ Hayır

* Değerli katılımcı F.T.Y'nin açılımı Facebook, Twitter, Youtube'dir.

EK 6

17. Irak'ta yaşanan olaylar neticesinde, Sosyal medya ağlarını (F.T.Y) kullanma süren nasıl etkilendi?
☐ Sosyal medya ağlarını kullanmam arttı ☐ Sosyal medya ağlarını kullanmam azaldı
☐ Sosyal medya ağlarını kullanmam etkilenmedi
18. Şuanda Irak'ta yaşanan olaylarla ilgili sosyal medya ağlarında her hangi bir elektronik faaliyetlerde bulundun mu? ☐ Evet ☐ Hayır
19. Eğer cevabın evetse, ne tür bir etkinleşmeydi? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)
☐ Şuan Irak'ta yaşanan olaylar ile ilgili bir sayfa oluşturdum.
☐ Daha önce bahsedilenlerle ilgili bazı sayfalarda bazı etkinliklere yorum yaptım.
☐ Belirli bir fotoğraf ya da kayıt yayınladım.
☐ Irak sahasında yaşanan olaylar ile ilgili haberler yayınladım.
20. Siyasi bilinçlenmeniz sosyal medya ağları (F.T.Y) kullanımınızla arttı mı?
☐ Evet ☐ Hayır
21. Sosyal medya ağlarını takip etme ve ilgilenmenin nedenleri nelerdir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)
☐ Yerli ve uluslararası haberleri öğrenme ve takip etme ☐ Göz atmayı sevme
☐ Haberin hızlı bir şekilde taşınması ☐ Haberlerin sürekli güncellemesi
☐ Eğlence ve teselli ☐ Harç ödemeye gerek bulunmaması
☐ Diğer.....
22. Sosyal medya ağları, Mısır, Tunus, Libya ve son olarak Suriye'de gerçekleşen Arap devrimleri, Irak'ta siyasi bilinci hareket ettirme açısında benzer rolü üstlenmiştir? ☐
☐ Evet ☐ Hayır
23. Eğer cevabın hayırsa, o zaman sizin fikrinize göre ne değişti? (Birden fazla seçenek işaretlenebilir)
☐ Sosyal medya ağlarından başka araçları kullanmaya başladılar.
☐ Sosyal medya şirketlerinin politikalarını değiştirmesi uygunsuz kıldı.
☐ Sosyal medya ağlarını kullanmaya gerek kalmadı çünkü gazeteler ve geleneksel medya olayları yeterli bir şekilde dile getiriyor. ☐ Diğer.....
24. Görüşüne göre Irak'ta yaşanan olaylarda hangi sosyal medya ağı daha önemlibir rol oynadı?
☐ Facebook daha önemli bir rol oynadı. ☐ Twitter daha önemli bir rol oynadı.
☐ Youtube daha önemli bir rol oynadı. ☐ Hiç birini daha önemli bir rolü olmadı.

sıra	Önermeler	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
25	Üniversite eğitimi, Sosyal medya ağlarını (F.T.Y) daha geniş anlamaya yardımcı olur.					
26	Sosyal medya ağlarına (F.T.Y) dosya ve video yüklüyorum.					
27	Sosyal medya ağları (F.T.Y) aracılığı ile yorumlara katılıyorum.					
28	Sosyal medya ağları (F.T.Y) objektif ve güvenilirdir.					
29	Sosyal medya ağları (F.T.Y) gençlere ulaşmada ve onları dinlemede hızlı, aktif ve gerekli bir araçtır.					
30	Sosyal medya ağlarının (F.T.Y) ayırt edici özelliği, denetime ve kısıtlamalara bağlı olmamasıdır.					
31	Gençlerin, Sosyal medya ağlarına (F.T.Y) yönelmelerinin ana nedeni özgürlük alanını genişletmektir.					

* Değerli katılımcı F.T.Y'nin açılımı Facebook, Twitter, Youtube'dir.

EK 7

sıra	Önermeler	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
32	Sosyal medya ağlarının (F.T.Y) yaygınlaşmasının nedeni, ağlara eğitilmiş ve kültürlü gençlerin rağbet göstermesindendir.					
33	Sosyal medya ağları (F.T.Y) gençlerin düşünce ve vakitlerini ele geçirmiştir.					
34	Siyasi kararları veren yetkililerin, halkla iletişim kurmaları için sosyal medya sayfaları (F.T.Y) oluşturmalarıdır.					
35	Sosyal medya ağları (F.T.Y) öz güven, özgürce görüşlerimi açıklamaya, iletişim ve diyalog kurma gibi bazı kişisel özelliklerimi geliştirdi.					
36	Sosyal medya ağları (F.T.Y) gündem konularını sunmak için en uygun yerdir.					
37	Sosyal medya ağları (F.T.Y) insan medeniyetini yükseltmede bir araç oldu.					
38	Sosyal medya ağları (F.T.Y) eleştiri yapma ve insanlar ile engel ve gözetim olmadan iletişim kurmamı sağladı.					
39	Sosyal medya ağları (F.T.Y) Fikir alışverişi ve kişisel diyalog geliştirilmesine ilişkin yaratıcı düşünce ve bilgi özgürlüğünü teşvik etmede rol oynadı.					
40	Sosyal medya ağları (F.T.Y) siyasetçiler ile iletişim kurmada yardımcı oldu.					
41	Sosyal medya ağları (F.T.Y), belirli konular hakkında düşüncelerimi değiştirmeme katkıda bulundu.					
42	Sosyal medya ağları (F.T.Y) basit ve hızlı bilgilere ulaşmada önemli kaynaktır.					
43	Sosyal medya ağları (F.T.Y) söylentilerin kaynağıdır.					
44	Sosyal medya ağları (F.T.Y) belirli konular ile ilgili homojen toplumlar yaratabilir.					
45	Sosyal medya ağları (F.T.Y) çevremde oluşan olaylardan vicdanen etkilenmemde katkıda bulundu.					
46	Sosyal medya ağları (F.T.Y) ülkemi ilgilendiren siyasi konulara ilişkin sorumluluğumu derinleştirdi.					
47	Sosyal medya ağları (F.T.Y) kamuoyunu etkileyen başarılı bir iletişim aracıdır.					
48	Sosyal medya ağları (F.T.Y) ülkemde yaşanan siyasi durumun doğru yansımada katkıda bulunmuştur.					

* Değerli katılımcı F.T.Y'nin açılımı Facebook, Twitter, Youtube'dir.

EK 8

sıra	Önermeler	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
49	Sosyal medya ağları (F.T.Y) Arap baharının gerçekleşmesinde en önemli araçlardan sayılmaktadır.					
50	Sosyal medya ağları (F.T.Y) pek çok yerel, Arap ve uluslararası konularda siyasi bilinci geliştirmiştir.					
51	Sosyal medya ağları (F.T.Y) bana bazı faaliyet ve iç siyaset ile ilgili görüşümü sunmada katkıda bulunmuştur.					
52	Sosyal medya ağlarında (F.T.Y) ilgimi çeken konular, Arap ülkelerinde yaşanan siyasi haberlerdir.					
53	Sosyal medya ağlarında (F.T.Y) ilgimi çeken konular Irak hareketliliğiyle ilgili siyasi haberlerdir.					
54	Sosyal medya ağları (F.T.Y) reform ve kalkınma sürecini hızlandırmada önemli ve etkili bir rol oynuyor.					
55	Sosyal medya ağları (F.T.Y) belirli amaçlar oluşturma açısından güçlü araçlardır.					
56	Sosyal medya ağları (F.T.Y) vatanseverliğimi güçlendirmede katkıda bulundu.					
57	Sosyal medya ağları (F.T.Y) düşünce özgürlüğü ve fikirlerin sunması ve farklı fikirlerin kabul edilmesi açısından önemli bir yere sahiptir.					
58	Sosyal medya ağları (F.T.Y) vatandaş siyasi ile yetkililer arasında iletişim kurmasında olumlu katkıda bulunmaktadır.					
59	Sosyal medya ağları (F.T.Y) halk hareketlenmesi sonucu hükümetin siyasetini fiili bir şekilde değiştirmesine katkıda bulunmaktadır.					
60	Sosyal medya ağları (F.T.Y) genç grupları sayesinde, siyasi konular hakkında gençlik lobisi oluşturmaktadır.					
61	Sosyal medya ağlarının (F.T.Y) halkla iletişim kurmasında daha etkili olması için bu ağları yönetmek üzere medya ve sosyoloji dalında uzmanların atanması gerekmektedir.					

* Değerli katılımcı F.T.Y'nin açılımı Facebook, Twitter, Youtube'dir.

EK 9

حکومة إقليم كوردستان - العراق مجلس الوزراء وزارة التعليم العالي والبحث العلمي رئاسة جامعة صلاح الدين - اربيل مساعد رئيس الجامعة للشؤون العلمية والدراسات العليا مديرية الشؤون العلمية والدراسات العليا		حکومتێ هەرێمی کوردستان - عێراق ئێنجۆمهانی وهزیران وهزارهتی خوێندنی باڵا و توێژینهوهی زانستی سه‌رۆکایه‌تی زانکۆی سه‌لاحه‌ددین/هه‌ولێر یاریده‌ده‌ری سه‌رۆکی زانکۆی کاروباری زانستی و خوێندنی باڵا به‌ریوه‌به‌رایه‌تی کاروباری زانستی و خوێندنی باڵا
Kurdistan Regional Government- Iraq/ Council of Ministers/ Ministry of Higher Education & Scientific Research Salahaddin University/ Erbil/ Directorate of Scientific Affairs		

Dac:

١٤٤٨٥ ٧٤
ریکمو٢٠١٢/٢٠١٢
کوردی ٢٧١٧/ /



بۆ/ گشت کۆلیژه‌کان
ب/ ئاسانکاری



ریز و سلاو...

تکایه ئاسانکاری بۆ به‌ریز (ریبنوار مارف صالح) قوتابی خوێندنی باڵا/ماستر له زانکۆی غازێ له وولاتی
ترکیا بکریت به مه‌یه‌ستی دابه‌شکردنی فۆرمی راپرسی بۆ توێژینه‌وه‌که‌ی له ژێر ناوێشانی (کارگه‌ری به‌گار
به‌ری تۆره کۆمه‌ڵایه‌تییه‌کان له چه‌سپاندنی ه‌زری سیاسي).

هاوکاریتان چێگای سوپاس و پێزانینه...

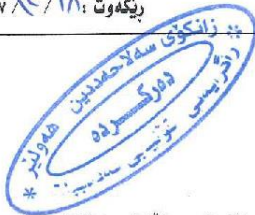
پ.ی.د. مصطفى صابر العطار
ل. سه‌رۆکی زانکۆ

وێنه‌یه‌ك بۆ ///

- ❖ نووسینه‌گه‌ی به‌ریز سه‌رۆکی زانکۆ / له‌گه‌ڵ پێژدا .
- ❖ نووسینه‌گه‌ی به‌ریز یاریده‌ده‌ری سه‌رۆکی زانکۆ بۆ کاروباری زانستی و خوێندنی باڵا / بۆ زانی له‌گه‌ڵ پێژدا .
- ❖ کاروباری زانستی / له‌گه‌ڵ به‌رایه‌یه‌کان .
- ❖ ده‌رگه‌ده .

EK 10

 FIRAT TERCÜME NOTER YEMİNLİ TERCÜME TRANSLATION OFFICE www.firattercu.me	Kürdistan Bölgesel Hükümeti – Irak Yardımcılar Meclisi Yüksek Öğretim ve Bilimsel Araştırma Bakanlığı Salahaddin Üniversitesi – Erbil Bilim ve Yüksek Lisans Çalışmaları Rektör Yardımcısı	logo	Kürdistan Bölgesel Hükümeti – Irak Yardımcılar Meclisi Yüksek Öğretim ve Bilimsel Araştırma Bakanlığı Salahaddin Üniversitesi - Erbil Bilimsel ve Yüksek Lisans Çalışmaları Rektör Yardımcısı
Kurdistan Regional Government- Iraq / Council of Ministers / Ministry of Higher Education & Scientific Research Salahaddin University / Erbil / Directorate of Scientific Affairs.			
Numara / 14485 1/3			
Tarih / 11 Aralık 2017			
Salahaddin Üniversitesi Rektörlük Mührü			
Salahaddin Üniversitesi Rektörlük Mührü			
Tüm Bölümler			
Konu / İmkânlar			
Gazi Üniversitesi yüksek lisans öğrencisi Rebwar Marif Salih yüksek lisans tezi kapsamında 'Sosyal Medyanın Kullanıcılar Üzerinde Siyasi Bilinç Oluşturma Etkisi' başlıklı tezinin anketini Salahaddin Üniversitesinin tüm bölümlerinde paylaşmak istiyor. İşbirliğiniz ve yardımınız için çok teşekkür ederiz.			
Adresine Kopyala///			
• Sayın Rektör • Bilim ve Yüksek Lisans Çalışmaları Rektör Yardımcısı • Sosyal Bilimler Enstitüsü • Evrak			
imza			
Prof. Dr. Mustafa Sabır Atar			
Rektör Yardımcısı			
İşbu Çeviri <u>Kurtan</u> ASUNDAN FOTOKOPİDEN <u>Yüksek</u> Tarafından Aslına Sadık Kalınarak Tercüme Edilmiştir. Yeminli MÜTERCİM Terziman-Savaş HÖRMÜZ		 FIRAT TERCÜME Turizm Dış Ticaret Ltd. Şti İsmet Çelebi Bulvarı No: 367 / Sıkay / ANKARA Tel: 0312 425 28 87 • 4 46 44 71 • 4 18 35 44 • Fax: 419 44 73 www.firattercu.me • firat@firattercu.me • firat@firattercu.me firat@firattercu.me • firat@firattercu.me Mühür No: V.D. 368 046 5416	

حکومة اقليم كردستان العراق رئاسة مجلس الوزراء وزارة التعليم العالي والبحث العلمي رئاسة جامعة صلاح الدين / هوليير كلية الآداب مكتب العميد		حکومه ئه هه‌ریه‌ی کوردستانه‌ی عێراق سه‌رۆکایه‌تی نه‌ ئه‌نجومه‌نی وه‌زیران وه‌زاره‌تی خوێندنی باڵا و توێژینه‌وه‌ی زانسته‌ی سه‌رۆکایه‌تی زانکۆی سه‌لاحه‌ددین / هه‌ولێر کۆلیجی نه‌ده‌بیات نووسینگه‌ی راگر
Kurdistan Regional Government-Iraq\ Council of Ministers\ Ministry of Higher Education and Scientific research Salahaddin University\ College of Arts\ Dean's Office		
پێکه‌وت: ٢٠١٧ / ٨ / ١٨ زایینی	کۆدی ٢٧١٧ / /	ژماره: ٢٤٩٥ / ١ / ١
	بۆ/ سه‌رۆکایه‌تی به‌شه‌ زانستیه‌کان ب/ گشتان	
سه‌لا و رێژه... داواکارین له به‌رێرتان ئاسانکاری بۆ به‌رێژ (رێبوار ماره‌ف صالح) قوتابی خوێندنی باڵا له زانکۆی غازێ له ولاتی تورکیا بکڕیت به‌مه‌به‌سته‌ی دابه‌ش کردنی فۆرمی راپرسی لایه‌نی مه‌یدانی توێژینه‌وه‌که‌ی که به‌ناونیشانی (کارێگه‌ری به‌کاربه‌ری تۆره‌ کۆمه‌ڵایه‌تیه‌کان له چه‌سپاندنی هه‌زری سیاسی) له زانکۆی غازێ له‌سه‌ر قوتابیانی به‌شه‌گانتان		
له‌گه‌ڵ رێژدا..		
 پ.ی.د. زیدان رشید برادۆستی راگر		
وێنه‌یه‌ك بۆ// .. نووسینگه‌ی به‌رێژ راگری کۆلیج. .. نووسینگه‌ی به‌رێژ یاریده‌ده‌ری راگر. .. ده‌رکړه.		
Kurdistan Region- Erbil E- mail: college_arts@yahoo.com		هه‌ریه‌ی کوردستانه‌ی عێراق - هه‌ولێر تمه‌لفۆن: 0662511441

EK 12

			
Kürdistan Bölgesel Hükümeti – Irak Yardımcılar Meclisi Yüksek Öğretim ve Bilimsel Araştırma Bakanlığı Salahaddin Üniversitesi – Erbil Sanat Koleji Dekanlık Ofisi	logo	Kürdistan Bölgesel Hükümeti – Irak Yardımcılar Meclisi Yüksek Öğretim ve Bilimsel Araştırma Bakanlığı Salahaddin Üniversitesi - Erbil Sanat Koleji Dekanlık Ofisi	
Kurdistan Regional Government- Iraq / Council of Ministers / Ministry of Higher Education and Scientific research Salahaddin University / College of Arts / Dean's Office			
Numara / 3495		Tarih / 18 Aralık 2017	
Salahaddin Üniversitesi Dekanlık Mührü			
Sayın/ Tüm Bölüm Başkanları Konu / Genelleştirme			
Gazi Üniversitesi yüksek lisans öğrencisi Rebwar Marif Salih yüksek lisans tezi kapsamında 'Sosyal Medyanın Kullanıcılar Üzerinde Siyasi Bilinç Oluşturma Etkisi' başlıklı tezinin anketini Salahaddin Üniversitesinin tüm bölümlerinde paylaşmak istiyor. İşbirliğiniz ve yardımınız için çok teşekkür ederiz. Saygılarımızla..			
Adresine Kopyala///			
• Sayın Dekanlık • Sayın Dekan Yardımcısı • Evrak			
imza			
Prof. Dr. Zedan Reşid Bradosti			
Dekan			
Bu Çeviri... FOTOKOPİDEN... Tarafından Aslına Sadık Kalınarak Tercüme Edilmiştir. Yeminli Mütercim Tercüman Savaş HÖRMÜZ			

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : Salih, Rebwar Marif Salih
Uyruğu : Irak
Doğum tarihi ve yeri : 27.7.1980
Telefon : 05342518717
e-mail : rebwarmsalah@gmail.com



Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet tarihi
Yüksek lisans	Gazi Üniversitesi/ Radyo Televizyon ve Sinema	Devam ediyor
Lisans	Salahaddin Üniversitesi/ İletişim Fakültesi	2010
Lise	Erbil Lisesi	2003

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
2007	Zgros Tv	Muhabir

Yabancı Dil

İngilizce

Yayınlar

Zagros TV

Hobiler

Film izlemek, kitap okumak, Yürüyüş yapmak, müzik dinlemek.



GAZİLİ OLMAK AYRICALIKTIR..

