

Sosyal Medyanın Siyasal Toplumsallaşmaya Etkileri: Bir Alan Araştırması*

DOI NO: 10.5578/JSS.39360

Osman METİN¹

Geliş Tarihi: 03.08.2016

Kabul Tarihi: 07.12.2016

Özet

Kullanım yaygınlığı günden güne artan sosyal medya, gündelik yaşamın önemli bir parçası olma yolundadır. Bu noktada toplumsal ilişkileri, süreçleri etkileme ve dönüştürme potansiyeli ile son zamanlarda üzerinde en çok çalışılan konular haline gelmeye başlamıştır.

Sosyoloji toplumsal ilişkiler, etkileşimler ve işleyen süreçlerle ilgilenir. Bu süreçler özü itibari ile sürekli devam etse de, gerçekleştirilme biçimleri değişebilmektedir. Bu anlamda toplum içindeki bireylerin toplumsallaşmaları ve siyasal olarak uyarlanma süreçleri sürekli devam eden bir durumdur. Her dönemde bu süreci belirlemede etkili faktörler vardır. Bu çalışmanın konusu sosyal medyanın siyasal toplumsallaşmaya etkileridir.

Çalışmanın uygulamalı bölümü nicel bir araştırma şeklinde tasarlanmıştır. Temel veri toplama tekniği ankettir. Araştırma, sosyal medya ortamlarını en yoğun kullandığı varsayılan kesim olan üniversite öğrencileri üzerinden yürütülmüştür. Araştırma sonucunda, ana hipotez doğrulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yeni Medya, Sosyal Medya, Siyasal Toplumsallaşma.

The Impacts of Social Media on Political Socialization: A Field Study

Abstract

As the prevalence of the use of social media increases from day to day it is becoming an important part of daily life. At this point, with its potential to influence and transform social relationships and processes, it has started to become one of the most studied topics in recent times.

Sociology is concerned with social relations, interactions and functioning processes. Even though, the essence of these processes are continuous the way in which they are realized can vary. In this context, the socialization of individuals and their ways of political adaptation in society is an ongoing process. In every period

* Bu makale, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından kabul edilmiş doktora tezinin özetidir.

¹ Yrd. Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, e-posta: ometin@aku.edu.tr

there are influential factors that determine this process. The subject of this study is the effects of social media on political socialization.

A quantitative research has been designed for the applied section of the study. The fundamental data collection technique is the survey. The research has been carried out on college students as the most intensive users of social media. In the results of the research, the main hypothesis was confirmed.

Keywords: *New Media, Social Media, Political Socialization.*

Giriş

Sosyal bilimciler, tarihi süreci premodern, modern ve postmodern şeklindeki dönemselleştirmelerle daha kolay anlaşılabilir kılmaya çalışırlar. Onlar içerisinde yaşanan şu zamanları ise bir şekilde modernlik sonrası dönemler veya küreselleşme etkisindeki bilgi toplumu şeklinde dönemselleştirilebilmektedir.

Teknolojik determinist bir bakış açısı ile bilgi toplumu dönemselleştirmesi yarı iletken teknolojisinin ortaya çıkışı iledir. Yarı iletkenlerin teknolojide kullanımı kitle iletişim araçlarını dönüştürmüştür. İnsanlar elektronik ortamlardan haberleşmelerini sağlamaya başlamışlardır. Bu teknoloji beraberinde bilgisayarların gelişimini ve gündelik yaşamın her alanında bilgisayarlaşmayı getirmiştir. Bilgisayarlar arası iletişimin kurulması ile oluşan ağ siteleri yeryüzünde yaşamın her alanında vazgeçilmez bir hal almıştır. En yaygın, bilinen ve kürede etkili olan ağ sistemi internettir. Küreselleşme süreci ile uyumlu olan bu teknolojik gelişme birbirlerini tamamlar hale gelmiştir. Bir dönem önceki teknolojide uydular aracılığı ile tv, radyo gibi kitle iletişim araçları etkin iken artık internet küreselleşmenin tamamlayıcı ve pekiştirici parametresi haline gelmiştir. Küreselleşmede mobilizasyonu hızlandıran ve her alana yayan bir etki gözlemlenebilmektedir.

Bilgi toplumu tanımlamasını karşılayabilecek özelliklere bakıldığında, bilginin en temel ürün ve en değerli kaynak olduğu, üretim faaliyetlerinin bu doğrultuda şekillendiği, iş gücünün önemli bir kısmının bu sektörde çalıştığı toplum yapısı ile karşılaşılmaktadır. Böylesi bir sosyal yapının temel dinamiklerini de haliyle üretilen, sahip olunan ve dolaşımda olan bilgi oluşturacaktır. Bilginin üretildiği, yeniden şekillendirildiği, dolaşıma sokulduğu ortamlar ise bilgi toplumunun sürdürülebilir olmasını sağlayan ortamlar olmaktadır. Günümüz koşullarında çoğu konu sürdürülebilirlik ekseninde ele alınmaktadır. Bilginin temel faktör olduğu sosyal yapılarda teknoloji de bu doğrultuda belirleyici olmaktadır. Özellikle bilgi teknolojilerinin gündelik hayatta işgal ettikleri yer, sürekli gelişimi ile birlikte bir o kadar artmaktadır. Bilgi/bilişim teknolojileri kullanımının tabana doğru yaygınlaşması, bilginin çok daha kolay ve hızlı paylaşılır olmasını sağlamaktadır. İnsanlar arasında kolay ve hızlı yayılan bilgi

karşılıklı etkileşimleri de beraberinde getirmektedir. Önceki dönemlere göre haber alma veya bilginin yayılması konvansiyonel medya diye tabir edilen kitle iletişim araçları ile mümkün oluyordu. Bu tarz haber alma/bilgilenme yolu henüz kullanılmakla birlikte tek yönlü bir etkiye sahiptir. Yani bu yolla iletilen bilgiler/mesajlar vericiden alıcıya doğru tek yönlü olarak işler ve sadece alıcılar üzerinde bir etki oluşturur. Karşılıklı bir etkiden bahsetmek mümkün değildir.

Bir davranışın sosyal davranış olarak ele alınabilmesi için karşılıklı etki ile ortaya çıkmış olması gerekir. Bu doğrultuda insanların kendi aralarında kurdukları sosyal ortamlar, sosyal ağlar karşılıklı etki ile oluşmaktadır. Bir davranış, bir başkasının etkisi doğrultusunda ortaya çıkar ve davranıldığında yine bir başkasını etkilerse sosyal davranış olarak değerlendirilir. Bu durum gündelik hayatı sosyal olarak karşılamanın temel nedenlerinden birisidir.

Enformasyon için günümüz koşullarında yaygın olarak internet tabanlı uygulamalar tercih edilmektedir. İnternete hemen hemen her mobil cihazla kolaylıkla erişilebilir olması, internetin kullanım yaygınlığını arttırmaktadır. Haber alma, iletişim, eğlence, alışveriş ve daha birçok alanda etkin olarak kullanılan internet uygulamaları; teknoloji gelişimi, teknolojinin ucuzlaması ve çeşitlenmesi ile iyice yaygınlaşmaktadır. Bu bağlamda internet uygulamaları ile son on yılda ortaya çıkıp yeryüzünde yaygınlaşan toplumsal paylaşım ağları (bu ifade çalışmanın bundan sonraki bölümlerinde sosyal medya ile karşılanacaktır) insanları kolay ve hızlı etkileme gücüne sahip olduğunu düşündürebilecek bir olgudur. Çünkü yukarıda belirtilen konvansiyonel medyadan daha fazla etkiye sahip olduğu ve aynı zamanda karşılıklı etkilenmeye uygun olduğu için sosyal ortamların gelişmesine açık olarak görülmektedir. Bir ağ dâhilinde çevrim içi yapısıyla, anlık paylaşımlar ve onlara verilen karşılıklarla gündelik hayatın sosyal yapısı belli özellikleri ile bu ortama taşınmış olmaktadır. Böylelikle kişi sosyal yaşantısının bir benzerini elektronik ağlar ile oluşturulmuş bu yapıya taşıyarak sosyal yaşamını, sosyalleşmesinin devamını bu yolla sürdürebilmektedir. Bu bağlamda toplumsallaşma ve özelde siyasal toplumsallaşma biçimleri yeni sosyal ortamlarla yeniden biçimlenmektedir. Bu çalışmanın konusu da bu güncel durumdan yola çıkılarak oluşturulmuştur.

Çalışmanın temel sorunsalı, sosyal medya ortamlarının siyasal toplumsallaşmaya etkileridir. Bu yeni durum sosyolojik olarak araştırılıp, incelenmesi gereken bir konudur. Günümüz yaşamının popüler ifadelerinden biri olan demokrasi ve demokratikleşme süreçleri ile de ilişkilendirilebilecek bir durumdur. Çünkü sosyal medya ortamında bulunmak görece de olsa demokratik, katılımcı ve özgürlükçü bir ortamı hazırlamaktadır.

Kamusallığın dönüşüm süreci ve mahremiyet algısı bu ifadelerin yeniden tanımlanmasını gerektirecek düzeyde yapısal olarak değişmektedir.

Aydınlanma sonrasında gazete, kitap, topluluklar ve tartışma ortamları ile ortaya çıkan kamusal dönüşümünü hâlâ devam ettirmektedir. Kamusal artık doğrudan homojen bir burjuva sınıfı etkisinde değildir. İnternet ve sosyal medya ortamlarının yoğun olarak kullanılmasıyla, kitle iletişim araçlarının yeni bir forma sahip olması, bu durumun araştırılıp incelenmesini gerekli kılmaktadır. Çünkü kamusalın ortaya çıkmasında bahsedilen bu durum internet tabanlı sosyal ağlara taşınarak, oradaki paylaşımlar ve etkileşimlere dönüşmüş durumdadır. Bu sosyal ağlardaki paylaşımlar kimi zaman bağnazlık ve fanatizm için araçsallaştırılsa da kimi zaman hoşgörü ve tolerans argümanı olarak da değerlendirilmektedir.

Sosyal medya ile birlikte siyasal toplumsallaşma açısından kullanıcılarda çoğulculuk algısının durumu da ayrı bir öneme sahiptir. Çoğulculuk ortamı içerisinde bulunma eğilimi ile kullanıcılar sosyal hayattaki siyasal kimliklerinden farklı bir görünüme de sahip olabilmektedirler. Çünkü çoğulculuk ortamı içerisinde bulunma eğilimi bir şekilde diyalog ve hoşgörü ortamını gerekli kılmakta bu da sosyal medya ortamının araçsallaştırılabildiğini göstermektedir. Bilgi toplumundan ağ toplumuna doğru dönüşen günümüzün sosyal ilişkilerine, yapılarına etkisi olan yeni durumların sosyal bilimciler tarafından araştırılması gerekir. Bu aşamada yeni siyasal toplumsallaşma değişkenlerini, bunlara etki eden faktörleri anlamak ve açıklamak gerekir.

1. Sosyal Medya

Sosyal medya oldukça yeni bir ifadedir. İnternette çevrim içi araçlar ve web siteleri için kullanılan ortak bir kavramdır. Kavram olarak sosyal medya, medyanın sosyal bir boyut kazanması ile birlikte ortaya çıkmıştır. Medyanın sosyal boyut kazanması eski medyanın geleneksel anlamının dışına çıkılması ile olmuştur. Bunu sağlayan en önemli faktör iletişim teknolojilerinin gelişmesidir. Konvansiyonel medya -eski medya- tek taraflı bir iletişim işleyişine dayalıdır. Mesajların tek yönlü olarak kaynaktan hedefe doğru ulaşmasına dayalı işlemektedir. Bu şekildeki eski medya, iletişimde tek yönlü olarak insanlara sadece bilgiyi iletmektedir. Hedefteki alıcıların bu iletilen bilgileri teyit etme, doğrulama, cevap verme, gibi reaksiyon gösterme imkânları yoktur (Çıldan vd., 2012:1).

Medyanın sosyal boyut kazanması ve yeni medya olarak sosyal medya haline gelmesi bu karşılıklı iki yönlü iletimin ortaya çıkması ile mümkün olmuştur. Sosyal bilimlerde herhangi bir davranışın sosyal bir davranış haline gelebilmesi karşılıklı olarak etkilemesi ve etkilenmesiyle gerçekleşir. Medyanın sosyal boyutu da bu şekilde iki yönlü iletişim ve etkileşimle ortaya çıkmaktadır. Yeni medyada insanların kendilerine ulaşan haberlere, bilgilere geri dönüşler yapmaları oldukça kolaydır. Bu karşılıklı

iletişim ve etkileşim sonucu medya sosyal olma özelliğine kavuşmaktadır. İletişim temelinde sosyal medya, insanların birbirleri ile etkileşimli iletişimlerini sağladığı çevrim içi platformlardır.

Bilişim teknolojilerinin gelişimi ile birlikte ağ sistemlerinin ortaya çıkışı ve erişimin kolaylaşması interneti hızlı bir şekilde yaygınlaştırmıştır. Yaygınlaşan bu ağ sistemi kendi içerisinde barındırdığı sosyal etkileşim özelliği sayesinde sosyal medya olgusunu ortaya çıkarmıştır. Sosyal medya yeni kuşak internet uygulamaları içerisinde yer alır. Yeni kuşak internet uygulamaları Web 2.0 ile ortaya çıkmıştır. Web 1.0, internetin ilk ortaya çıktığı zamanlarda tek yönlü enformasyon işleyişini ifade etmektedir.

Sosyal medyanın internet ortamında gelişimine etki eden web 2.0 teknolojisi karşılıklı iletişim ve etkileşime olanak veren bir protokoldür. İçeriğinin kullanıcılar tarafından şekillendirildiği, bir ara yüze sahiptir. İnternette sosyal paylaşım siteleri ile yaygınlık kazanmıştır. Sosyal paylaşım siteleri internet kullanıcılarının çeşitli bireysel ihtiyaçlarını karşılamaktadır. İnternet kullanıcıları; arkadaşlarına ulaşmak, yeni arkadaşlar bulabilmek, kendileri veya kendileri dışındakilerle ilgili görseller paylaşmak vb. gibi çeşitli etkileşimlerde bulunmak için sosyal içerikli siteleri kullanmaktadırlar.

Kimi kavramsallaştırmalarda sosyal web siteleri olarak da geçmektedir. Hatta bu sosyal web siteleri, sosyal ağ siteleri ile sosyal medya sitelerinin toplamına birden karşılık gelecek şekilde kullanılmaktadır. Bu sosyal web sitelerinin kullanıcının içeriğini oluşturup paylaştığı ortak özelliği vardır. Geçmiş on yıl boyunca tüm dünyada yüz milyonlarca internet kullanıcısı sosyal ağ sitelerini ve sosyal medya sitelerini ziyaret etmiştir (Kim, Jeong, ve Lee, 2010:218). Kullanıcılar bu çevrim içi platformları mobil veya web tabanlı olarak birbirleri ile etkileşimli biçimde sürekli olarak sürdürebilmektedirler. Sosyal medya çift taraflı -karşılıklı etkileşimli- ve eş zamanlı bilgi paylaşımını sağlayan medya sistemidir. Zaman ve mekân esnekliği bu yeni medya sisteminde büyük öneme sahiptir.

İletişim disiplininde medyanın tarihi, mağara duvarlarına çizilmiş resimlerden itibaren başlatılabilmektedir. Hatta toplumsal örgütlenmenin ve kültürel değişimin temelini, iletişim teknolojisinde gerçekleşen değişim ve dönüşümlerde arayan kuramlar vardır. Teknolojik determinizm olarak adlandırılan bu yaklaşımlarda toplumsal örgütlenmenin temeli ekonomi merkezli değil iletişim teknolojisinin gelişimi çerçevesinde açıklanmaya çalışılır. En önemli temsilcileri Harold Innis ve Marshall McLuhan'dır (Cangöz, 2012:17).

İletişim tarihinde, kitle iletişimi, matbaanın kitlelere ulaşacak şekilde -ticari boyutuyla birlikte- kullanılması ile başlatılmaktadır. Bu durumda Avrupa'daki matbaa kullanımına karşılık gelmektedir. Yaygın olan kanının aksine, matbaa ilk olarak Avrupa'da kullanılmamıştır. Matbaanın Avrupa'da

ilk kullanımından çok daha önce Çin, Uygur gibi Asya, Orta Asya ve Uzak Doğu uygarlıklarında kullanılmaktaydı (Cangöz, 2012:21). Avrupa'daki ilk kullanımın temel alınmasında en önemli etken kitlesel bir amaç güdülmüş olması ve ticari boyutunun öne çıkmasıdır. Matbaa ile ortaya çıkan basılı materyallerin ileride yaşanacak sosyal hayatın her alanındaki kırılmaya etkisi olacaktır.

Dilin ve fonetik seslerin ortaya çıkışı, yazının kullanılması, mektup, matbaa, kitap, dergi, gazete, radyo, televizyon ve son olarak internet yolu ile iletişim insanlık tarihindeki iletişimin gelişim seyrini oluşturmaktadır. Her dönem kendi iletişim teknolojileri ile toplumsal yapısını örgütlemektedir. Her yeni iletişim teknolojisi giderek artan bir şekilde toplumsallaşmayı etkilemektedir. Televizyonun etkisi ile radyonun etkisi farklı olacağı gibi internet tabanlı iletişim biçimleri ile televizyonun toplumsallaşmaya etkileri farklı olacaktır. İletişimin kitleselleşme seviyesi ile etkileme oranı birbirleri ile orantılı olarak gelişecektir. Bilgi ne kadar çok insana ulaşırsa, o kadar fazla etki söz konusu olacaktır. İnternet tabanlı iletişim biçimleri de kendi içinde gelişerek sosyal medyayı ortaya çıkarmıştır.

İnternet teknolojisi temelli paylaşımlardan önce insanlar daha geleneksel usullerle paylaşımlarını gerçekleştiriyorlardı. Sonraları modern hayatın etkisi ile insanlar arası ilişkiler ağırlıklı olarak ikincil düzeyde gerçekleştiğinden artık bunlara az rastlanmaktadır. Örneğin; berber esnafının iş yeri ortamı, kadınlar arası toplantılar, kahvehaneler, köy yerindeki çeşmenin etrafında toplanmalar gibi. Bu örneklerde görüldüğü gibi insanlar arasındaki paylaşımlar medya aracılığı ile olmayıp, geleneksel olarak görülebilecek biçimlerdeydi. Modern zamanların insanı; çevresindeki kalabalıklara rağmen yalnızlaştıkça, çevresi ile birincil düzeydeki ilişkileri minimize ettikçe, bu ihtiyacını farklı kanallar aracılığı ile gidermenin yollarını da arayacaktır.

Sosyal medya şu sıralar yaygın olarak kullanılan toplumsal paylaşım siteleri (Facebook, Twitter vb.) ile ortaya çıkmamıştır. Toplumsal paylaşım sitelerinden önce de insanların karşılıklı paylaşımlarda bulunabildikleri birçok ortam vardı. Bu dönemler kronolojik olarak ele alındığında ilk olarak 1978 yılında, W. Christensen ve R. Suess isimli iki arkadaşın, birbirleri ile irtibatlı kalmak için bir yazılım geliştirmeleri milat olarak ele alınır. Bu girişimden on bir yıl sonra ilk web sitesi kurulur. Web siteleri internet ağı ile yaygınlaşmaya devam ederken 1995 yılında irc (internet relay chat) sunucuları üzerinden sohbet etme programları geliştirilir. O dönemlerde kullanıcılar sanal olarak gördükleri internet ortamında yaygın bir biçimde gerçek kimliklerini kullanmama eğilimindedirler. Sonradan geliştirilen internet tabanlı anlık mesajlaşma programları (msn, icq, aol) kısmen de olsa kişileri gerçek kimlikleri ile internete taşımıştır (Çile, 2012).

Tarihsel olarak sosyal ağ siteleri, sosyal medya siteleri çıkmadan önce başlamıştı. Classmates.com (1995) ve SixDegrees.com (1997) ilk sosyal ağ siteleridir. Friendster (2002), MySpace, Bebo ve Facebook (2004) sosyal ağ sitelerinin bir sonraki grubudur. Sosyal medya sitelerini Flickr (2004) ve Youtube (2005) izledi (Kim, Jeong, ve Lee, 2010:217).

İletişim alanı ve bilişim teknolojileri ile uğraşanlardan, sosyal medyayı, network (ağ) yapılarının ilk kurulduğu zamanlarla temellendiren bu yaklaşımlar olmasına rağmen, bu çalışmanın konusu olan ve günümüz internet ortamındaki sosyal medya olgusu internette, web 2.0 teknolojisine geçilmesi ile boyut değiştirmiştir. Web 2.0 kullanıcıların interaktif katılımına izin veren internet platformlarını ifade etmektedir (Joseph, 2012:146). Henüz tam olarak bir tanımlaması yapılmamış bu teknoloji 2000'li yıllardan sonra geliştirilmeye başlanmış, 2004 yılında O'Reilly Media isimli yazılım firması tarafından terminolojiye kazandırılmıştır (O'Reilly, 2005).

Web 2.0'nin internette yer alması ile birlikte iki yönlü iletişim ve etkileşim üzerine dayalı internet siteleri kullanıma sunulmaya başlanmıştır. Bunlardan en çok etkiye sahip olanları ve sosyal medya denince ilk akla gelenleri -araştırmanın yapıldığı dönem itibari ile- sırasıyla Facebook ve Twitter'dır.

2. Siyasal Toplumsallaşma

Birey yeryüzüne ilk geldiğinde kendisinden önceki insanların oluşturdukları kültürel-sosyal dünyaya yabancıdır. Gelişimini tam olarak tamamlamamış prematüre bir biyolojik canlıdır. Bu ilk zamanlardaki eksikliğini insan olmanın avantajı ile kültürel ve sosyal donanımları edinerek kapatacaktır. Bu doğrultuda içerisinde bulunduğu toplumun özelliklerini, önce ailesinden sonra çevresinden daha sonra daha çok genişleyen sosyal ve fiziksel çevreden edinecektir. Daha önce ifade edildiği üzere bu sürece genel hatları ile toplumsallaşma denmektedir. Toplumsallaşmanın siyasal alana dair olanı ise, toplumsallaşmanın alt türü olan siyasal toplumsallaşmadır.

İnsanların içerisinde buldukları fiziki ve sosyal çevrenin siyasal hayata dair olan değerlerini, tutumlarını ve davranış kalıplarını nasıl edindiklerine yönelik bir soruya verilebilecek cevap elbette siyasal toplumsallaşma ile olacaktır. Bireyin, toplumsal yaşamda siyasal hayata hangi boyutlarda katıldığını ve davrandığını anlayabilmek, etkilendiği araçları ve etkilediklerini araştırabilmek bir siyasal toplumsallaşma çalışmasının konusudur. Siyasal hayat içerisindeki konumunu belirlemeye çalışmak, bireyin siyasal toplumsallaşma süreciyle ilgilidir (Dursun, 2002:217-220).

Siyasal toplumsallaşma olgusuna yönelik ilk çalışmalarda, Harold D. Lasswell tarafından 1930'da yapılan "Psikopatoloji ve Politika" isimli yaygın,

siyasal toplumsallaşmayı psikanalitik olarak ele almasıyla ilk sırada yer almaktadır. Siyasal toplumsallaşmaya yönelik bu yaklaşımı Erik H. Erikson (1958), Lucian W. Pye (1962), Lewis S. Feuer (1969) sürdürmüştür. Bunların haricinde Avrupa'daki psikanalitik yaklaşım ile Amerika'daki davranışçı yaklaşımı birleştirmeye çalışan Adorno ve çevresi 1950'de "Otoriter Kişilik" adlı nitel çalışma ile bu konuya yönelik çalışanlar arasında sıralanabilirler. Müstakil bir şekilde kavramın kullanımı 1954'de Lipset ile birlikte görülecektir. Daha sonra 1959 Hyman'ın kullanımına kadar geniş bir kullanım ile karşılaşmayacaktır (Alkan, 1979:4). Amerikalı toplum bilimci Herbert Hyman'ın (1959) "Political Socialization" isimli çalışmasının sistematik ilk siyasal toplumsallaşma çalışması olduğunu aktaran Tokgöz (1978:81) siyasal toplumsallaşmanın yapılan bu sentez yayımla üzerinde sözü edilmeye başlanan bir kavram olduğunu bildirmektedir.

Siyasal toplumsallaşma tanımları, toplumsallaşma tanımları ile ilişkilendirilmesinden dolayı yaygın olarak, devam eden bir süreç olarak ele alınmış ve tanımlamaları bu doğrultuda yapılmıştır. Siyasal toplumsallaşma bir süreç olarak ele alındığında, toplumsallaşmanın bir bölümünü oluşturacaktır. Bu çerçevede siyasal toplumsallaşma, siyasal inanç, değer ve davranışların birey tarafından benimsenmesi veya toplum tarafından öğretilme süreci olarak tanımlaması yapılabilir (Kışlalı, 1999:112-113). Toplumsallaşmanın bir alt türü olarak siyasal toplumsallaşma; süreç içerisinde siyasal kültür, tutum ve davranışların öğrenilip, sürdürülebilir olarak devam etmesini anlatan bir kavramdır.

Ayrıca tanımları dar veya geniş kapsamlı olmalarına göre değerlendirmek mümkündür. Dar kapsamda, siyasal davranışların, değerlerin ve tüm donanımın toplumsallaşan bireye aktarılmasıdır. Geniş kapsamda ise bunların yanı sıra, toplumsallaşma amacına yönelmemiş toplumsallaşma süreç ve etmenlerinin doğurduğu siyasal davranışları inceleyen daha geniş kapsamlı olarak ele alınmasıdır şeklinde açıklayan Alkan bu durumu Merton'un "toplumsal işlevlerin amaçlanmamış sonuçları" deyimini ile karşılamaktadır (Greenstein, Rush ve Althoff'tan aktaran, Alkan, 1979:5).

Bazı tanımlar bireyi tamamen edilgen varsayıp, süreç içerisinde tek yönlü kültürlenmiş (bireyin toplumsallaştırılması olarak) durumunu anlatmaya çalışmışlardır. Bu şekilde tek yönlü süreç açıklamaları sosyolojik açıklamalarda yetersiz görülmektedir. Toplumsallaşma başlığında da ele alındığı gibi bu durum karşılıklı etkileşimin ortaya çıktığı bir süreçtir. Bu yüzden bu doğrultudaki tanım ve açıklamalara burada ayrıca değinilmeyecektir. Bunların haricinde bu süreci girdi-çıktı olarak görenler de vardır. Bu bakış açısında toplumsal etkiler girdi, bireysel niteliklerin gelişmesi ise çıktı olarak görülmektedir (Inkeles'ten aktaran, Alkan, 1979:6). Fakat daha öncede belirtildiği gibi bu çalışmada karşılıklı etkileşimle ortaya çıktığı yaklaşımı benimsenmiştir. Bireyin eğitim ve toplumsallaşma

sürecinde tam anlamıyla edilgen olmadığı varsayılmaktadır. Göreceli de olsa toplumsal yapının ayrıca etkilendiği kabul edilmektedir.

Siyasal toplumsallaşma, Cambridge Üniversitesi Sosyoloji Sözlüğünde iki yerde yer almaktadır. İlk olarak yurttaşlık kültürü maddesinde geçmektedir. Burada siyasal süreçlere ve kurumlara katılma ile ilgili bir kavram olarak ele alınmaktadır (Turner, 2006:69). Diğer ele alınan yer ise sosyalleşme maddesinde olmuştur. Sosyalleşmenin bir alanı ve daha çok ikincil sosyalizasyon olarak değerlendirilmekle yetinilmiştir (Turner, 2006:591). Bir başka kaynakta siyasal toplumsallaşmanın seksenlere kadar ciddi bir çalışma konusu olmayışı, dönemin politik yaklaşımlarıyla ilişkilendirilmektedir (Ascher ve Hirschfelder-Ascher, 2005:91-92).

Siyasal toplumsallaşmayı yapılan çalışmalar açısından sınıflandırarak tanımlamaya çalışan Greenstein, aşağıdaki dört kategoriye oluşturur (Alkan, 1979:6-7).

- a) Çocukların siyasal eğilimlerinin incelenmesi, siyasal toplumsallaşma çalışması olarak görülüyor.
- b) Süregelen normların nasıl kazanıldığının araştırılmasına da bu ad veriliyor.
- c) Bazen de, yaşamın herhangi bir aşamasındaki herhangi bir siyasal öğrenme eyleminin incelenmesine siyasal toplumsallaşma adı veriliyor.
- d) Nihayet, hem toplumsallaşma etmenlerini, hem de toplumsallaşan kişinin davranışlarını göz önüne alarak, toplumsallaşma sürecini, yukarıdaki kategorilerden herhangi birini kullanarak inceleyen çalışmalara siyasal toplumsallaşma deniyor.

Greenstein'in yukarıdaki kategorileri dikkate alındığında bu çalışmanın kapsamı ilk madde haricindeki diğer maddelere girebilecek bir içeriğe sahip olmaktadır.

Siyasal toplumsallaşma, toplu halde yaşamın olduğu her yerde siyaset ve hayatın siyasal boyutunun olmasından dolayı bütün toplumlarda yaşanan bir alt toplumsallaşma biçimidir. Bütün bu tanımlama çabalarından sonra Alkan (1979:8) siyasal toplumsallaşmayı şu şekilde tanımlamaktadır: "Toplumsal-siyasal çevre ile birey arasında yaşam boyu süren dolaylı ve doğrudan etkileşim sonucunda, bireyin siyasal sistemle ilgili görüş, davranış, tutum ve değerlerinin gelişmesidir".

2.1. Siyasal Toplumsallaşma Kuramları

Siyasal toplumsallaşma kuramları, genel olarak siyasal toplumsallaşmanın nasıl ele alındığı, siyasal toplumsallaşmaya nasıl yaklaşıldığı ile ilgilidir. Bu konuya yaklaşım biçimi bakış açısını ve dolayısıyla kuramını oluşturacaktır. Kuramların konuyu ele alış biçimleri,

kuramı oluşturan genel ilkelerle paraleldir. Örneğin; psikanalitik yaklaşım konuyu Freud'un temellendirdiği çerçevede ele alacaktır. Siyasal toplumsallaşma için bireyin siyasal hayata katılımının ve etkileşimin çerçevesi, kaynaklarda yaygın olarak üç yaklaşım biçimi ile ele alınmaktadır. Psikanalitik yaklaşım, işlevselci yaklaşım ve çatışmacı yaklaşım (Alkan, 1979:13-17).

Psikanalitik denilince akla ilk gelen Sigmund Freud'tur. Freud'un kişilik teorisi hormonlar ve biyolojik etmenlerle ilişkili olarak kuruludur. Freud temelde bunu iki dürtü ile açıklar: saldırganlık ve cinsellik. Freud'un yapısal kişilik kuramına göre kişilik üç ana sistemden oluşur. Bunlar, id (alt benlik), ego (benlik) ve süperego'dur (üst benlik). Bu sistemler birbirlerinden bağımsız değildirler. Freud'a göre bu toplumsal davranış, bu üç sistemin etkileşiminin bir sonucudur. İd, biyolojik tüm arzu ve dürtüleri içerir ve kişinin enerji deposu olarak gösterilen bilinçaltıdır. Kişinin hemen tatmin arayışında olduğu güdülerini içerir. Ego ise akıl ve sağduyuyu temsil eder ve çevreyle etkileşim sonucunda ortaya çıkar. İd isteklerin karşılanması için egoyu sürekli zorlamaktadır. İd bu istekleri ile egoya zorlayarak sürekli bilinç düzeyine çıkmaya çalışır. Ego gerçeklik ilkesine göre işlediği için idin toplumsal onay görmeyecek isteklerini bilinçaltında tutma çabası içerisinde olur. Yani ihtiyacın giderilmesi için uygun bir nesne buluncaya kadar, gerilimin boşalmasını engeller. Bu doğrultuda bebeklerin, gereksinimlerinin zamanında karşılanması sağlıklı bir ego gelişimi açısından önemli görülmektedir. Süperego ise çocukluk döneminde, büyüklerle etkileşim sonucu gelişir ve toplumsal yasakları içerir. Kişiliğin ahlaki yönü olarak görülmektedir. Kişiliğin kusursuz olma eğilimi buradan kaynaklanmaktadır. Freud tarafından kişinin erdemli olma seviyesi bu süperegounun gelişmişliğine bağlanmaktadır. Süperego aynı zamanda vicdana karşılık gelmekte ve ego ideali olarak görülmektedir. Ego ideali ise çocuğun nasıl bir kişi olmak istediğidir. Toplumsal değerler süperego sayesinde içselleştirilmektedir. Nihai olarak id, kişiliğin biyolojik yönünü, ego psikolojik yönünü ve süperego ise toplumsal yönünü oluşturmaktadır (Bozkurt, 2004:115-118).

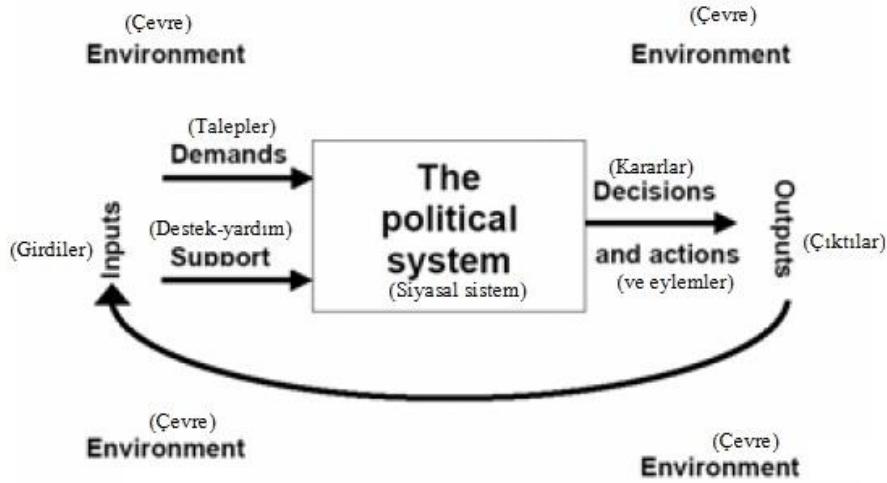
Psikanalitik yaklaşımda kişinin çocukluk dönemi oldukça önemlidir. Çocukluk döneminde yaşananlar, tecrübeler ilerleyen dönemlerde bireyin davranışlarında yönlendirici olacaktır. Özellikle doğumdan beş yaşına kadar olan dönem bilinçaltının en yoğun çalıştığı zamanlardır. Bilinçaltı bireyin davranışlarında etkilidir. Davranışların ortaya çıkmasını sağlayan tutumlar bu alana gönderilen yaşanmışlıklar tarafından belirleyici olmaktadır. Toplumsal ilişkiler, korku, önyargı, güven ve sorumluluk vb. gibi tutumlar bu dönemde bilinçaltına gönderilenler tarafından şekillenir. Dolayısıyla bireyin siyasal alana dair gerçekleştireceği davranışlar bu dönemde elde ettiği tecrübeleri, yaşadıkları ile şekillenecektir. Siyaset sosyal kurumunda

uzlaşımçı veya çatışmacı bir tutum sergilemesi, otoriter bir kişiliğe sahip olup olmayacağı, bireyin bu dönemde bilinçaltına gönderdikleri ile belirlenmektedir. Siyasal alanda yaşanan egemen, otoriter, saldırgan veya zorba olma gibi davranışların temeli bilinçaltı ile ilişkilendirilir. Bu yaklaşımda duygu ve davranışların çift değerliliği ve zıt nitelikleri üzerinde yoğunlaşır. Örneğin; otorite kişilik ve iktidarsızlık arasındaki gizleme, kendine hakim olamama, kendini kabul ettirme gibi davranışlar birbirine karşıt davranışlar arkasına gizlenir (Alkan, 1979:13-17).

Ayrıca bu yaklaşım toplumsal ve siyasal olayları değerlendirmede bireysel özellik ve sorunlarda aramasından dolayı eleştirilmiştir. Alkan (1979:14) bu konuda özellikle Lasswell'in çalışmalarına atıf yaparak, bu yaklaşımın psikolojik bir indirgemeciliğe yol açabileceğini belirtir ve toplumsal yapının, bireyin kendisi ve çevresi üzerindeki yönlendirici etkisini ortaya koyacak olanaklardan da yoksun görür.

Siyasal hayata dair olguların yapısal işlevselci bakış açısıyla ele alınmasında işlevselciliğin genel bakış açısı ile değerlendirildiği görülmektedir. Bu duruma örnek olarak siyasal toplumsallaşma çalışmalarında önemli bir isim olan David Easton ve Jack Dennis, siyasal sistem kuramında rejimin işlerlik kazanması için, girdi olarak yaygın destek görüşünü benimsemişlerdir (Alkan, 1979:15). Yani bireyin toplumsallaşmasına bir girdi-çıkıtı ilişkisi olarak bakarlar. Siyasal iktidar, ideolojik, yapısal ve kişisel kaynaklar aracılığı ile bireylerin kendi iktidarına olan rızalarını ve bağlılıklarını besler. Bu yaklaşıma göre bireyin içinde bulunduğu siyasal yaşamda ideolojik, hukuki ve ekonomik bağlılığı arttıkça sistemin destekleri daha da güçlenir birey ve toplum arasında uyumlu bir ilişki süreci ortaya çıkar. Birey kendi rolünü, (burada rol işlev olmakta) toplumda ve siyasal ortamda hazır olarak bulur. Toplumsal ve siyasal yapı da bireyi o role hazırlar. Böylelikle birey hem nesiller boyu devam edip gelen siyasal kuşatmanın hem de siyasal sistemin ideolojik kuşatmasında kendi rolünü işlevselleştirir (Alkan, 1979:13-17).

Şekil 1. Easton'un Siyasal Sistemi (Neothem, 2006).



David Easton'un (1965:32) siyasal sistemi girdi çıktı ilişkisi olarak gördüğüne dair kendi kitabından bir şekil yukarıda yer almaktadır. Burada talepler ve destekler siyasal sisteme girdi olarak dahil olmaktadır. Politik sistem bu girdileri kararlar ve eylemler olarak çıktıya dönüştürür ve girdi olarak geri beslemeye yönelik hazır hale getirir.

Siyasal toplumsallaşmada işlevselci yaklaşımla ilgili olarak Alkan'ın (1979:15-16) aktardığına göre Easton ve Dennis işlevselci yaklaşım için şunları söylemektedirler: Siyasal toplumsallaşmanın özgül amacı, diğer işlevsel gereksinimlerin karşılandığı yapıların sürekliliğini sağlamaktır. Bu alandaki araştırmaların önemli bir çoğunluğu, siyasal toplumsallaşma ile siyasal sistemin sürekliliğini görevli olarak değişmeyen bir biçimde sağladığını varsaymaktadırlar.

Siyasal toplumsallaşma kuramlarından son olarak çatışmacı yaklaşım; bireyin siyasal toplumsallaşmasını sadece çocukluk dönemine ve o dönemi de bilinçaltına indirmediği için psikanalitik yaklaşımı eleştirmiştir. Ayrıca işlevselci yaklaşımı, bireyin iradesinin yok edildiği, çevre olgularının dikkate alınmadığı, bireysel, toplumsal ve siyasal değişim aktörlerinin önemsenmediği bir tutuculukta analiz ettiği için eleştirmiştir. Bu yaklaşım, hem toplumsal farklılıkların, hem de siyasal talep farklılaşmasının ürünü olarak, siyasal toplumsallaşmanın da bu farklılıklar arasında çatışmaya yol açacağını savunmaktadır. Yine bu yaklaşıma göre birey içerisinde bulunduğu ekonomik sınıfın, toplumsal statünün, etnik ve dinsel yapının, ideolojik çevre unsurlarının etkisiyle kurulu yapıya uyum sağlamak istemeyip, içinde bulunduğu bu etki süreçlerinin katkısıyla farklı oluşumlara karşı çatışmacı bir tutum izleyebilir (Alkan, 1979:13-17).

Alkan'a (1979:16-17) göre bu yaklaşım, siyasal sistemde denge ve süreklilik yerine değişime, sınıfsal farklılaşmaların doğurduğu siyasal toplumsallaşmanın farklı görünümlerine önem veren işlevselci çalışmalardan çok daha tutarlı ve genellemeye elverişli sonuçlar vermektedir. Örnekleme yaparken farklı toplumsal sınıfları ve etnik grupları almalarından, yöntem olarak açık uçlu sorulara ağırlık vermelerinden ve okul aile dışındaki toplumsallaşma faktörlerine önem vermelerinden dolayı bu şekilde düşünülmektedir. Ayrıca siyasal toplumsallaşmada yetişkinlerin siyasal toplumsallaşmasını göz önüne almayı çatışmacı yaklaşımın başlıca özelliği olarak görmektedir.

2.2. *Siyasal Toplumsallaşmada Evreler*

Siyasal toplumsallaşma, genel toplumsallaşmada olduğu gibi bir süreç olarak değerlendirilir. Dolayısıyla siyasal insanın oluşumu belli evrelerde gerçekleşmektedir. İter Turan (1976:55) siyasal toplumsallaşmanın belli bir yaş döneminde ortaya çıkmadığını, bireyin çocukluktan başlayarak siyasal toplumsallaşmasının hayatı boyunca sürebileceğini bildirir. Ayrıca istisnai olsa da bireyin daha küçük yaşlarda kazandığı siyasal kültürünü tamamıyla terk edip yeni bir kültür edinebileceğini, diğer durumlarda ise çocuklukta kazandığı kültürün ana çizgilerini koruyabileceğini bununla birlikte, bu duruma yeni bir çerçeve ve anlam katabileceğini bildirmektedir.

Önemli siyasal toplumsallaşma çalışmalarından birisi olan Easton ve Dennis'in 1969 yılında yaptıkları "A Political Theory of Political Socialization" isimli çalışmayı ABD'de çocuklar üzerine yapmışlardır. Bu çalışmada yapılan siyasal toplumsallaşmanın farklı süreçlerinin oluşturulmasını Yılmaz (2013:322) şu şekilde aktarmaktadır: Siyasallaşma, kişiselleşme, idealleştirme ve kurumsallaşma olmak üzere dört süreçten oluşmaktadır. Bu süreçlere kısaca bakılacak olursa *siyasallaşma* (politicalization) bireyin, aile ve okul dışında üstün bir otoritenin bulunduğu farkına varmasıdır. *Otoritenin kişiselleşmesi* (personalization); çocuk açısından bu süreç, siyasal otorite ile bir kişinin özdeşleştirildiği bir süreçtir ve aynı şekilde siyasal kurumların farkına da bu aşamada varılmaya başlanmaktadır. *İdealleştirme* (idealization); çocuk için bu aşamada kişiselleştirilmiş siyasal otorite, hata yapmayan herkesten üstün bir iktidar olarak algılanmaktadır. *Kurumsallaşma* (institutionalization); bu süreçte ise siyasi nesnelere birey tarafından kurumsallaşmış birer varlık olarak algılanır. Ergenlik döneminde oluşan bir süreçtir ve etkisi daha sonraki yıllarda devam eder.

Siyasal toplumsallaşmada süreç ve evreler, bireyin siyasal insan olma yolunda geçirdiği aşamalarıdır. Bireyin siyasal insan olmaya dair ilk aşamalardan sonra bu siyasallığını yeni koşullara uygun şekilde güncelleyip

sürdürebilmesi sonraki siyasal toplumsallaşma aşamalarında geçirdikleri ile mümkün olmaktadır.

Yukarıdaki süreçlerin haricinde başka bir dönemselleştirme biçimi olarak Turan'ın (1976:47-55) yaptığı siyasal toplumsallaşma evrelerini görmek mümkündür. Bu dönemselleştirmede siyasal toplumsallaşma genel olarak üç evrede ele alınmaktadır. Bunlar çocukluk dönemi, ergenlik ve gençlik dönemi, olgunluk ve yaşlılık dönemidir.

Siyasal toplumsallaşma ajanları kaynaklarda iki biçimde ele alınmaktadır. İlki, birincil düzeydeki etmenler ve ikincil düzeydeki etmenler olmak üzere iki başlık altında toplanandır. Diğer ise toplumsallaşma ajanlarının doğrudan ele alınması şeklinde olmaktadır. Alkan (1979:54-115) tasnifinde ilk biçimi kullanmıştır. Alkan birincil gruplar içerisinde aile ve arkadaş gruplarını saymaktadır. İkincil gruplarda ise okul ve okulun beraberinde gelen eğitim araçlarını ele almıştır. Dursun (2012:98-102) siyasal toplumsallaşma etmenleri olarak birincil gruplarda aile ve arkadaş çevresini sayar, ikincil gruplarda okul, siyasal/toplumsal dernek ve örgütler ve son olarak haberleşme araçları etkisinden bahseder. Turan (1976:55-62) siyasal toplumsallaşma ajanlarını doğrudan sıralayarak aile, okul ve eğitim, arkadaşlar-meslek grupları, haberleşme araçları ve kişisel tecrübeler şeklinde kategorize ederek incelemeye çalışmıştır.

Şekil 2. Siyasal Toplumsallaşma ve Etmenleri



(Bu çalışmada benimsenen etmenlerin şekille ifadesi, yazar tarafından oluşturulup çizilmiştir)

3. Sosyal Medya ve Siyasal Toplumsallaşma

Sosyal medya araçları siyasal alanda oldukça yaygın kullanılmaktadır. Siyasetçilerin aktif kullanımı, takipçilerini bilgilendirme ve propagandalarını bu alanda da kolaylıkla sürdürmelerini sağlamaktadır.

Siyasal partiler organizasyonlarını ve örgütlenmelerini sosyal medya mecralarını kullanarak daha fazla kalabalıklara ulaşma hedeflerini gerçekleştirebilmektedirler. Örnek olarak Obama, 2008'deki başkanlık seçimleri için Twitter'ı aktif olarak kullanmış ve önemli sayılabilecek bir miktarda bağış toplamıştır. Kurumsal kullanımların yanı sıra kurumsal olmayan bireysel kullanıcılar da örgütlenme ve propaganda için kullanılmaktadırlar. Sosyal medyanın, bu mecraı kullananlar için toplumsallaşmalarında etkisi var mıdır? Bu araştırmanın soru cümlelerinden birisidir. Aşağıda Ocak 2014 itibarı ile bazı siyasilerin kişisel Twitter hesaplarının takipçi sayıları yer almaktadır.

Sosyal medyanın konvansiyonel medyaya göre avantaj ve dezavantaj olarak görülebilecek özellikleri bir önceki bölümde belirtilmiştir. Siyasal alanda sosyal medya kullanımı da bu özellikler (tarafsızlık, ucuzluk, ulaşım kolaylığı vb.) çerçevesinde gelişecektir.

Sosyal medyanın siyasal toplumsallaşma ile ilişkisinde, sosyal medyanın etkisinde dünyada ve Türkiye'de öne çıkan birkaç siyasal propaganda ve örgütlenme örneklerine kısaca değinilecektir. Özel olarak bu örnekler üzerinde yapılmış çalışmaların birçoğunda bu olaylara sosyal medyanın doğrudan önemli derecede etkileri olduğu varsayılmaktadır. Her olayın kendine has özellikleri olabileceği gibi değerlendirilmesinde de bunların dikkate alınması gerekir. Sosyal medyanın siyasal toplumsallaşma üzerinde bir etkisinin hangi boyutta olduğu gibi bir soru bu çalışmanın problem cümlelerinden birisidir. Yapılan saha çalışması ve burada geçen sosyal medya örnekleri üzerinden bu sorulara cevap vermek bulgular ve analizler üzerinden cevaplanabilecektir.

Sosyal medya ortamlarının toplumu ne kadar yansıttığı ayrıca önemli bir durumdur. Çünkü sosyal medyanın siyasal toplumsallaşmaya etkileri varsa ancak o mecraı kullananlar için geçerli olacaktır. Bu doğrultuda İspanya'da yapılan bir araştırmanın sonuçları dikkate değerdir. Oviedo Üniversitesi'nden Daniel Gayo-Avello adlı bir araştırmacı Twitter verilerini kullanarak seçim tahminleri üzerine bir araştırma gerçekleştirir. Araştırmacıya göre Twitter'ın seçimlerle ilgili tahmin yeteneği büyük ölçüde abartılmaktadır. Araştırmacı sonuç olarak Twitter ile seçimlerin tahmin edilemeyeceğini bildirir (Pesen, 2012).

Araştırma raporunda sonuç ve öneriler kısmında ulaştığı sonuçlardan bazıları şu şekilde vermektedir;

Herkes Twitter kullanmıyor. Sosyal medya seçmen nüfusunun tarafsız bir örneği olmadığı gibi seçmen nüfusunu temsil etmez. Twitter da yoğunlaşan bazı katmanlar, nicel olarak daha az olanları temsil etmektedir.

Her Twitter kullanıcısı siyasal içerikli tweet göndermemektedir. Çok az bir kullanıcı politik düşüncelerini açıklamaktadır. Geriye kalan büyük bir

kesim sessiz kalıp, olan biteni izlemekle yetinmektedir. Twitter'ı kullanan kesim genç olduğundan bu alandaki ifade edilmiş düşüncelerin çoğunda önyargı içerir. Siyasal tartışmalar yaygın olarak mizahla (alaya alma şeklinde) sürdürülür. ...Bütün bunlardan dolayı Twitter üzerinden seçimler tahmin edilemez (Gayo-Avello, 2012:11).²

Ayrıca Twitter'da paylaşılan haber ve bilgilerin güvenilirliğine Yahoo'dan bazı araştırmacılar (Castillo, Mendoza ve Poblete, 2011) tarafından Twitter'da dolaşıma giren bilgilerin güvenilirliğini ölçebilecek bir sistem geliştirilir. Bu sistem, hızla dolaşıma giren bilgileri takip edebilen ve haber değeri olan bilgilerin gerçekliğini % 90'a varan bir doğrulukta tespit edebilen bir yazılım sistemidir. Bu sistem üzerinden yayılan bilgilerin gerçek olup olmadığı yukarıda bahsedilen bir oranda bulunmaktadır. Yine bu sistem ile tespit edilen ve gerçek olmayan veya güvenilirliği düşük bilgilerin daha öncesinden az tweet göndermiş ve takipçi sayısı oldukça az olan kişilerden çıktığı görülmüş. Ayrıca nedense diğer kişilerin de bu tür kullanıcılardan çıkan tweetleri daha çok yaydıkları gözlemlenmiştir (Pesen, 2011).

Ayrıca sosyal medyada kullanıcılar; ilk haberin veya tweetin kimden geldiğine bakmadan, onu yayan/retweet yaparak dolaşıma sokanın, sosyal statüsü ve konumunu dikkate almalarından dolayı daha güvenilir görmektedirler.

3.1. Referandum (2010) Kampanyaları

12 Eylül 2010 da yapılan referandum için sosyal medya ortamları oldukça yoğun bir şekilde kullanıldı. Sosyal medyadaki propaganda kampanyalarının büyük kısmı Facebook üzerinden yürütüldü. Twitter üzerinden ise daha çok haber ve bilgi akışı takibi yapıldı.

Gerek evet diyenler ve gerekse hayır diyenler taraftar toplamak ve propagandaları için birçok formatta paylaşımında bulunabildikleri Facebook'u tercih ettiler. Evet kampanyasını yürütenlerin en etkili faaliyetleri, sonucun kendi istedikleri gibi çıkması halinde yaşanacak değişiklikleri basit ve anlaşılır animasyonlar halinde hazırlayarak Facebook üzerinden yaymaya çalışmaları olmuştur. Evet taraftarlarının yoğun olarak kullandığı Facebook sayfa isimlerinden ilki "Bende Evet Diyorum" diğeri ise "Sivil Anayasayı Destekliyorum" dur. Hayır taraftarlarının aynı mecra üzerinde en yoğun kullandıkları sayfalar ise "Hayırda Hayır Var" ve "Hayır Diyenler Buraya" dır.³

Bir önceki bölümde anlatılan Gayo-Avello'nun yaptığı bir araştırmaya benzer bir çalışma Türkiye'de uygulanmış ve Gayo-Avello'nun

² Rapora internet üzerinden <http://arxiv.org/pdf/1204.6441v1.pdf> adresinden ulaşılabilir.

³ Ayrıntılar için bkz. <http://www.referandumrehberi.com/facebookta-referandum-rekabeti/>

araştırma sonuçlarına benzer sonuçlara ulaşılmış. Referandum öncesi yapılan tahmin anketinde, referandum için Türkiye'deki Twitter kullanıcılarının Twitturk uygulaması üzerinden gerçekleştirdikleri anket sonucunda %69 hayır, %28 evet ve %3 sandığa gitmem sonuçlarına ulaşılmıştır. Referandum sonuçlanınca evet ve hayır oy oranlarının neredeyse tam tersi bir sonuçla karşılaşmıştır (Pesen, 2012).

Dönemin Twitter kullanıcıları, seçmen kitlesini temsil etme noktasında yetersizdir. Bu durum Facebook kullanıcıları için de söylenebilir. Çünkü bu ortamları kullananlar nispeten daha genç, teknoloji ile barışık, daha iletişim ve etkileşim halinde olanlar olarak görülmektedir. Ayrıca sosyal medya ortamları ekonomik ve teknolojik imkânlar noktasında belli bir sınıfsal seviyedekilerin toplandığı mecralar olmasından dolayı seçmen nüfusunu temsil kabiliyetine sahip değildir. Haliyle herhangi bir tahmin anketindeki sonuçlarda bu mecraı kullananların oluşturduğu kitlenin sonuçları gerçek sonuçlardan farklı olacaktır.

3.2. *Arap Baharı*

Arap Baharı, son yüzyılın en büyük olaylarından biri olarak gösterilen, Arap Dünyası'nda önemli değişikliklere neden olduğu düşünülen, 2010'da Tunus'ta başlayan ve neredeyse tüm Arap coğrafyasına yayılarak günümüze kadar devam eden ve etkileri süren siyasi, protestolu ve silahlı kitle hareketleridir.

Arap Baharı olarak adlandırılan kitle hareketleri serisi, Tunus'ta başlamıştır ve Yasemin devrimi olarak adlandırılmaktadır. Tunuslu bir genç olan Muhammed Buazizi'nin tartaklanması ve tezgâhına el konması sonucu, 17 Aralık 2010'da kendisini yakma girişimi ile başlamıştır. Bu olayla başlayan protestolar, Buazizi'nin nakledildiği hastanede hayatını kaybetmesi ile iyice tansiyonu yükselterek gösterilerin daha şiddetli devam etmesine neden olmuştur. Protesto gösterilerini durduramayan Tunus Devlet Başkanı Zeynelabidin Bin Ali, çıkan çatışmalarda çok sayıda insanın hayatını kaybetmesi sonucu, 14 Ocak 2011 de Tunus'u terk etmek zorunda kalmıştır. Ülkedeki katı laikliğin mimarı olarak görülen Bin Ali, ironik bir şekilde Suudi Arabistan'a iltica etmiştir (Ulutaş ve Furkan, 2011:7).

Sosyal medya Yasemin devriminde kitlelerin hızlı bir şekilde toplanmasını sağlamıştır. Muhammed'in kendini kamu binası önünde ateşe vererek yaptığı protesto sonrasında toplanan insanların yaptığı eylemler Muhammed'in kuzeni Ali tarafından videoya alınarak internette yayıldı. Böylelikle eylemlerin şiddeti artarak devam etti ve ülkenin dört bir yanında kendiliğinden gösteriler başladı (Castells, 2013:34-35).

Castells (2013:38-37) bu süreçte eylemlerin uzunca bir süre devam etmesini ve başarıya ulaşmasını internete ve El Cezire televizyonunun

spontane başlıklarına bağlar. Böylelikle Televizyon yayınları sosyal medyanın yaygın bir şekilde kullanılmasını sağlamıştır. İktidarın kontrolü dışındaki uydu televizyonları özellikle de El Cezire Youtube'a yüklenen görüntüleri yayınlamaktadır. Kent merkezlerindeki halkın yaklaşık yüzde kırkının bu kanalı izlemesi ve bu kanalın internet bağlantıları isyan süresince hem Tunus'ta hem de Arap dünyasında temel önemini ortaya çıkardı. Twitter'da olayların koordinasyonu sağlanmaya çalışılmış ve en yaygın hashtag olarak #sidibouid kullanılmıştır.

Böylelikle Yasemin devriminde sosyal medya olarak Youtube başta olmak üzere, Facebook ve Twitter süreci hızlandıran ve sıcak tutan etkilere sahip olarak görülmektedir. Yani olaylar başladıktan sonra sosyal medya devreye girerek insanların tepkilerini aktarma ve örgütlenmede yaygın olarak kullanılmıştır.

Arap baharındaki kitle hareketlerinde sosyal medyanın en yoğun etkisine sahip olanlardan biri Mısır devrimidir. Yasemin devriminden etkilenerek 25 Ocak 2011'de resmen başlamış kitle hareketidir. Öncesinde Mısır'daki yüksek oranda seyreden gelir ve sosyal adaletsizliği, yine yüksek orandaki işsizlik, yetersiz beslenme gibi memnuniyetsizliklerden dolayı kabaran bir tepki vardır. Bu tepkinin kitlelerce korkusunun atılması ve organize olunmasında sosyal medya devreye girecektir. Bu yönüyle Arap baharından çok önce rejime karşı isyanlar çeşitli formlarda vardı (Korkmaz, 2012:2151).

Mısır'da bu öncesinden var olan tepkiler özellikle 6 Nisan Gençlik Hareketi üyelerince organizasyonu yapılarak, yine öncesinden planlanan tarih olan 25 Ocak 2011'de Tahrir meydanında toplanılmıştır. Toplanma zamanı ve yeri olarak sosyal meydanında aktif olarak kullanılması Mısır devrimini diğer Arap ayaklanmalarından ayırmaktadır. 6 Nisan Gençlik Hareketi kurucusu Esmâ Mahfuz'un insanları 25 Ocak'ta Tahrir'e davet eden videosunun Facebook sayfasında yayınlanması ile sosyal medya boyutu aktif olarak başlar. Bu videoda bir kadın olarak kendisinin bu harekete katılacağını ve herkesin de katılmasını, sosyal medya üzerinden, cep telefonları üzerinden başkalarının katılmasının teşvik edilmesini istemektedir. Bu şekilde başlayan isyan hareketi diğer video paylaşım siteleri ve Twitter üzerinden hızla yayılarak örgütlenmeyi kolaylaştırdı. Bu süreçte El Cezire teknolojik tüm imkânlarını seferber ederek yine aktif rol oynayacaktır. Hüsnü Mübarek rejiminin isyanlarla baş edememesi üzerine internet erişimini kesmesi, gerek El Cezire gerekse diğer uluslararası kurumlarca farklı yolların kullanılarak erişimin sağlanmasındaki rolü önemlidir. 25 Ocak Devrimi dünyada bundan sonraki ayaklanmalarda Occupy (işgal) hareketlerine örnek teşkil edecektir. Kesilen ağ bağlantılarının ve iletişim imkânlarının yeniden başlatılması (hatta Mübarek'in başkanlığa yeniden aday olmayacağını açıklamasına rağmen)

Mübarek rejimine karşı yapılan bu ayaklanmaları azaltmadı. Ordu, Mübarek ve işbirlikçilerini tutuklayarak, ortalığı yatıştırmaya çalışır ve böylelikle Mübarek dönemi de sona ermiş olur (Castells, 2013:62-85).

Bir başka Kuzey Afrika ülkesi olan Libya'da ortaya çıkan ayaklanmaların doğrudan sosyal medya ile ilişkisini kurmak ve etkisinden bahsetmek zordur. Libya'daki ayaklanmalarda sosyal medyanın en etkili anı Muammer Kaddafi'nin ölümünün dünyaya ulaştırmakla ortaya çıkmıştır. Libya'da Kaddafi baskısının azalması ile ve neredeyse tamamen yok olmasından sonra ülkede Facebook'a üye olma sayısı dikkat çekici bir şekilde artmıştır. Yasaklarla denetim altında tutulmaya çalışılan sosyal medya araçları, Kaddafi'nin iktidarının tamamen sona ermesinden sonra yoğun bir şekilde ilgi görmeye başlamıştır. Bir başka Arap ülkesi Suriye'de zaman zaman cep telefonu ile dünyaya ulaşan görüntüler haricinde bir sosyal medya varlığından bugüne kadar bahsetmek pek mümkün olmamıştır. Beşşar El Esad'ın Iphone teknolojisinin kullanımına engel olmaya çalıştığı haberleri bildirilmiştir (Korkmaz, 2012:2151). Suriye'de oldukça uzun süren iç savaş hali ülkenin neredeyse tüm iletişim yapısını bozduğu gibi, iktidarın doğrudan engellemeye dönük müdahalesi işi daha zorlaştırmaktadır. Yani zora giren sadece internet erişimi olmayıp, telekomünikasyon sistemi de alt üst olmuş durumdadır.

Arap Baharı, Arap ülkelerinde adeta birbirlerinden cesaret alırcasına arka arkaya ortaya çıkan ayaklanmalardır. Oluşturduğu etki bakımında her Arap ülkesinde farklı özelliklerde, farklı şiddet seviyeleri ile sonuçlanarak gelişmiştir. Bunlardan öne çıkanları ilk başlaması bakımından Tunus ve sosyal medyanın çok daha etkin olarak kullanılması bakımında Mısır'dır. Dolayısıyla Tunus, Mısır, Bahreyn, Cezayir, Suriye, Ürdün, Yemen, Libya gibi ülkelerde daha sert bir şekilde hissedilmiştir. Suudi Arabistan, Fas, Irak, Umman, Lübnan gibi ülkelerde ise küçük çaplı halk ayaklanmaları, protestolar, yürüyüşler ve mitingler şeklinde ortaya çıkmıştır (Kırık, 2012:89-90).

Washington Üniversitesi araştırmacılarının yapmış olduğu kapsamlı bir araştırmaya göre konvansiyonel medya araçlarına ihtiyaç olmadan küresel dünyanın halk ayaklanmaları önce tweetlenmekte, bloglanmakta ve Facebook'ta paylaşılarak, Youtube'da da yayınlanmaktadır. Son yaşanan devrimler için yapılanlar, yukarıda belirtilen araştırmada 3 milyondan fazla tweet, binlerce blog gönderisi ve yüzlerce gigabytelık Youtube videosu incelenerek sosyal medyanın Arap Baharı üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Sonuca göre ise sosyal medya Arap Baharı'ndaki siyasi tartışmaların şekillenmesinde oldukça merkezi bir rol oynamıştır. Araştırma sonucuna göre sosyal medyanın Arap Baharı'ndaki rolü kanıtlanmış oldu (Pesen, 2011).

3.3. *Wall Street'i İşgal Et*

Wall Street'i İşgal Et kitle hareketi, Amerika Birleşik Devletleri'nin New York'ta Manhattan'ın güneyinde yer alan ve finans merkezi olan Wall Street'te, 17 Eylül 2011'de, Adbusters isimli aktivist bir grup tarafından başlatılan eylemlerdir.

Barışçıl olarak başlayan eylemlerin amacı sosyal eşitsizliği ve şirketlerin ABD yönetimi üzerindeki nüfuzunu protesto etmektir. Arap Baharı'ndan etkilenecek başlayan eylemlerde eyleme katılanların en önemli sloganları "Biz Yüzde 99'uz" ve "Wall Street'i İşgal Et"tir (We Are 99%, Occupy Wall Street).

Eylemler Wall Street'te başlamıştır çünkü sosyal eşitsizlikle, ABD'nin gelir payındaki giderek artan dengesizliğe vurgu yapılmaya çalışılmaktadır. Rakamlarla ifade edilecek olursa, en üst yüzde birlik kesimde yer alanların tüm gelirlerdeki payı 1976 da yüzde 9 iken 2007'de yüzde 23,5 yükselmiş ve bu durum giderek artmaktadır. Tepede bulunan yüzde birlik kesim ekonomik büyümenin yüzde 58'ini sahiplenmişti. Son on yılda saatlik reel ücretler yüzde iki artarken, ekonomik yapıdaki en üst yüzde beşlik kesimin geliri yüzde 42 artmıştır. Seksenlerde bir tepe yöneticinin maaşı ortalama bir işçinin gelirinin elli katına eşitken, 2010'da bu oran 350 katına yükselmiştir. Böylelikle emlak ve finans piyasasındaki küçük tüketicileri daha çok etkileyen krizin protesto edilmesidir. Amerikan anayasasının imzalanmasının yıldönümü olan 17 Eylül de başlamasına rağmen, yazılı görsel ve sosyal medya üzerinden örgütlenme faaliyetleri öncesinden başlamıştır. Öyle ki 13 Temmuz 2011'de Vancouver merkezli kültürel eleştiri dergisi Adbusters, blogunda şu hashtagle #occupywallstreet bir Tahrir anı çağrısında bulunmuştur (Castells, 2013:141-144).

Dünya Ticaret Örgütü'nün 1999 Kasım ayındaki toplantısının binlerce gösterici tarafından engellenmesi ile sembolik bir başarı kazanan küresel kapitalizm karşıtı bu hareket, küreselleşme karşıtı protestosu olarak görülen Wall Street'i İşgal Et hareketinin öncüsü olarak görülmektedir. Bu işgal eylemi altında yapılan gösteriler, ekonomik adaletsizliğin yanı sıra, aynı zamanda ve belki daha da önemlisi, sorunları ve istekleri dile getirdikleri için pek çok insanı etkilemiştir. İşgal hareketi aşağı Manhattan'dan başlayıp ülke geneline yayılmıştır. Protestolarda şirketlerin açgözlülüğü ve ekonomik eşitsizliğe karşı öfke vardır. Ayrıca ekonomi temelli protestoların yanında politik temsilin yetersizliğine, başarısızlığına dair protestolar vardır (Şen, 2012:139-140).

Herhangi bir lidere ihtiyaç duymadan yatay olarak örgütlenen protestocular, gerek örgütlenmelerinde gerekse sonrasındaki eylemlerinde sosyal medyayı aktif olarak kullanmışlardır. Yaklaşık iki yıl süren değişik mecralardaki protesto hareketinin haber akışı yoğun olarak Twitter

üzerinden sağlanmıştır. Kullanılan hashtagler şunlardı; #OWS, #OccupyWallStreet, #OccupyWallSt, #OccupyWallStNYC. Diğer sosyal medya araçları üzerinden (Facebook, Youtube vb.) mecrasına uygun paylaşımlar olmuştur. Wall Street'e çadır kurarak, diğer temel ihtiyaçlarını görecekt alanlar oluşturarak, yaptıkları işgal hareketinde Tahrir protestolarına öykündükleri söylenmektedir. Yalnız bu protestolarda yazılı ve görsel basının da (konvansiyonel medyanın) devrede olmasından dolayı⁴ yalan ve herhangi bir temeli olmayan haberlerin sosyal medyada dolaşması diğer önceki (Arap Baharı) protestolar kadar yoğun olmamıştır. Özellikle Mısır'daki protestolarda yönetimin ülkenin iletişim alt yapısına müdahalesi sonucu, kaynağı belli olmayan haber ve bilgi akışından dolayı ortaya bilgi kirliliği çıkmıştı.

3.4. Gezi Olayları

Taksim Meydanı yayalaştırma projesine karşı başlarda, kısıtlı sayıdaki aktivistin, Gezi Parkı'nın zarar görmesini istikrarlı şekilde barışçıl yöntemlerle engelleme çalışmalarıyla hedefleri, kapsamı ve etkisi itibariyle lokal gösterilerin yapıldığı olaylardır. 27 Mayıs 2013 akşamı ile, polisle göstericiler arasında şiddetli çatışmaların yaşandığı 31 Mayıs gecesi arasında ortaya çıkan olaylar, protesto hareketinin başlama aşaması olarak değerlendirilmektedir (Ete ve Taştan, 2013:21).

Eylemlerinin yoğunlaştığı Haziranın ilk iki haftasıdır. Bu iki haftada gösterilerin gerek hedefleri, gerek coğrafi özellikleri ve katılımcı kitlesinin demografik niteliği itibariyle hızlı ve kapsamlı bir dönüşüm yaşamıştır. Aktivist bir grup tarafından başlayan olaylar, 31 Mayıs gecesinden itibaren Türkiye geneline yayılmıştır. Böylelikle Gezi Parkı'na dair hedefleri de kapsayan, ancak açıkça daha genel iddia ve talepleri dile getiren bir hükümet karşıtı gösteri niteliğine bürünmüştür. Siyasallaşma aşaması olarak değerlendirilen bu süreç 1 Haziran'da güvenlik güçlerinin Taksim ve park çevresinden çekilmesi ile başlatılıp, 15 Haziran akşamı tekrar müdahalesi arasında kalmaktadır. Eylemlerin, güvenlik güçlerinin parkı boşaltmak için yaptığı girişimle zayıflama aşamasına doğru geçtiği değerlendirilir. Bu aşamadan sonra ise eylem biçimleri yeni kanallar üzerinden devam etmiştir. Zaman zaman şiddet olaylarına başvurulsa da daha ziyade mahalle toplantıları ve bağımsız seçim kampanyaları şeklinde barışçıl arayışlar ortaya konmuştur (Ete ve Taştan, 2013:22).

⁴ Birkaç büyük medya kuruluşunun bu protestolarla ilgili haber yoğunluğu diğerleri kadar değildir. Bazı yayınlarda protestolara katılanlar –herhangi bir şiddet eyleminde bulunmadıkları halde- kötü gösterilmeye çalışılmıştır. Kaynak: wikipedia, Wall Street'i İşgal Et maddesi.

Özellikle eylemlerin ilk başladığı zamanlarda ana akım medyanın olayları haberleştirmemesi eleştirilen önemli bir durumdur. Başlardaki bu süreçte Cnn Türk televizyonunun yayınladığı penguen belgeseli eylemlerin sembollerinden birisi haline gelmiştir. Konvansiyonel medyadaki bu eksiklik sosyal medya aracılığı ile giderilmeye çalışılmıştır. İlk zamanlarda oldukça sade olan aktivist sayısı, süreçte kullanılan Twitter haberleşmesi ile bu mecrada yüksek sayıda takipçi sayısı olan sanatçı ve tanınmış kişilerin desteği ile kalabalıklara ulaşacaktır. Bu arada doğru olmayan haberlerde dolaşıma hızlıca girerek, protestocu kitleleri daha kararlı hale getirmede etkili olacaktır. Bu süreçte kullanılan en yaygın hashtagler #direngeziparkı, #occupygezi, #geziparkı olacaktır. Diğer sosyal medya mecraları da ayrıca bu süreçte aktif olarak kullanılmıştır.

Arap Baharı, Wall Street'i İşgal ve özellikle Gezi Parkı eylemlerinde 90 kuşağı geçlerin ağırlıkta olduğu gözlemlenmiştir. Genç, dinamik, hayata dair beklentileri olan ve teknolojiyi iyi kullanan bu nüfus aktivizmde de katılımcı olmaktadır. Gezi Parkı eylemlerine katılanların demografik özelliklerine dair çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalardan bazıları protestocuları belli özellikler etrafında toplarken bazıları da her kesimden protestocunun olduğunu vurgulamaya çalışmaktadır. Hangi bakış açısı ile ele alınırsa alınsın, nihayetinde ağaç, doğa hassasiyetlerinin ötesinde belli politik tercihleri açıkça talep etmiş, güncel siyasal toplumsallaşma süreçlerinden geçmiş bir eylemci kitlesi vardı.

4. Araştırmanın Yöntemi

4.1. Evren ve Örneklem

Toplumda sosyal medya kullanım yaş aralığı oldukça geniştir. Bu yaş aralığı zaman geçtikçe daha da açılmaktadır. Gerek siyasal toplumsallaşmanın en yoğun hissedildiği gerekse sosyal medyanın en yoğun kullanıldığı kesim, gençlerdir. Üniversite öğrencileri ise bu sayılan durumların en yoğun yaşadığı genç kesimdir. Böylelikle sosyal medyayı ağırlıklı olarak en çok kullandığı varsayılan üniversite öğrencileri çalışmanın evrenini oluşturmaktadırlar.

Evrenin hepsine ulaşmanın mümkün olmaması, örneklemeyi gerekli kılmaktadır. Üniversitede öğrenim gören lisans⁵ öğrencileri üzerinden örneklem oluşturulmuştur. Basit tesadüfi yöntemle örneklem yapılmıştır. Bu çerçevede çevrim içi yolla yapılan ankete farklı kentlerde lisans düzeyinde öğrenim gören üniversite öğrencileri katılmıştır. Örneklemin temsil kabiliyetini güçlü tutmak ve katılımı sağlamak için devlet ve vakıf üniversitesi ayrımı yapmadan üniversitelerdeki akademisyenlere ankete

⁵ Lisans öğrencileri üzerinden örneklem oluşturulmasının temel nedeni öğrenim görülen üniversiteye farklı kentlerden gelme sıklığının daha fazla olmasındandır.

destek olmaları, öğrencilerin katılmalarını sağlamalarına yönelik e-posta ile bilgilendirmeler yapılmıştır. Ayrıca sosyal medya mecralarında lisans öğrencilerinin katılmalarını sağlayacak viral paylaşımlar gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda Türkiye'nin her kentinden ankete katılımlar gerçekleşmiştir. Her kentten gerçekleşen katılım, genel itibariyle o kentte bulunan öğrencilerin temsiliyetini sağlayacak düzeyde olmuştur.

Örneklem büyüklüğü olarak, yüzde 99 güven seviyesinde ve yüzde 4 kabul edilebilir hata ile 1037 sayısı bulunmuştur. Araştırmanın güvenilirliğine katkısı olması amacı ile 1277 öğrencinin ankete katılması sağlanmıştır. Anketin uygulanması sırasında çevrim içi veri toplama tekniği kullanımından kaynaklı olduğu düşünülen ve anketin güvenilirliğini tehdit eden, yanlış olduğu açıkça görülen bazı katılımcıların anketleri devre dışı bırakılmıştır. Ankete katılanların verdikleri cevaplar tek tek gözden geçirilerek, 82 katılımcının verdiği bilgiler, gerçekliğinin mümkün olamayacağından dolayı elenmiş ve analizler 1195 katılımcının cevapları üzerinden yapılmıştır.

4.2. Sınırlılıklar

Araştırmanın sınırlılıklarını iki aşamada belirtmek yerinde olacaktır: Birincisi konunun teorik açıdan sınırlılıkları, ikincisi ise uygulama esnasında karşılaşılan sınırlılıklar.

Teorideki sınırlılıklar şunlardır: Araştırmanın, konusu itibariyle güncel olması ve alanındaki literatürde henüz yerini tam olarak almamış olması karşılaşılan sınırlılıkların başında gelmektedir. Özelde sosyal medya ve toplum ilişkisini ortaya koyabilmek için yaşanan güncel olaylar örnek alınmaya çalışılmıştır. Çalışmanın teorik kısmını oluşturacak bu bölümdeki eksiklik mümkün olduğunca diğer dillerdeki yayınlar ile kapatılmaya çalışılmıştır. Bunun gibi benzeri konular, Amerika'da, Avrupa ülkelerinde yer alan araştırmacılar tarafından Türkiye'ye göre daha öncesinden ilgi görmekte ve bu konular üzerine araştırmalar yapılmaya çalışılmaktadır. Bu araştırmaların izlenmeye çalışılması olanaklarla sınırlı olmuştur.

Araştırmanın uygulamadaki bölümünde nicel verileri toplamak için anket uygulaması yapılmıştır. Bu yolla elde edilecek veriler olabildiğince evrene genellemesi yapılabilecek en uygun örneklem üzerine uygulanmıştır. Uygulama için belli bir örneklem üzerinden veri toplama teknikleri yine kendi içerisinde bir takım sınırlılıkları taşımaktadır.

Araştırmanın konusu salt anlamda iletişim olmadığından, sosyolojik boyutu ön plana çıkarılmaya çalışılmıştır. Bu yüzden oldukça çeşitlenen sosyal medya araçlarının hepsini veya fazla sayıda sosyal medya aracını dikkate almak mümkün değildir. Sosyal medya araçlarının

sınırlandırılmasında, siyasal toplumsallaşmaya etkileri olabileceği varsayılan etkin ve yaygın olarak kullanılan araçlar araştırmada temel alınmıştır.

4.3. *Araştırmanın Teknikleri*

Bu çalışma ağırlıklı olarak açıklayıcı bir araştırma amacını taşısa da, tanımlama amacı güden özelliklere de sahiptir. Bilindiği üzere açıklayıcı araştırmalar, araştırmaya konu edilen değişkenler arasında neden-sonuç ilişkisi oluşturmaya çalışır. Bu biçimdeki çalışmalarda araştırmacının amacı çalıştığı olay veya konuyu değişkenler arasındaki ilişkilerle açıklamaktır. Tanımlayıcı araştırmalar ise araştırma konusuna bağlı olarak nesne ya da olgunun var olan durumunu anlatmaya yönelik oluşturulur. Araştırmacılar bu bahsi geçen tekniklerden sadece birisini kullanmak zorunda değildir. Araştırmanın niteliğine göre birden çok teknik kullanılıp buna uygun veri toplanabilir (Altunışık vd., 2010:69-70). Anket yolu ile elde edilen bulgularda, çeşitli değişkenleri hipotezler aracılığı ile test etmek ve ilişkilerini açıklamaya çalışmak, araştırmanın açıklayıcı yönünü ortaya çıkarmaktadır. Literatür ve kısmi sosyal medya gözlemleri ile de var olanı anlamaya ve sonrasında anlatmaya dönük olmasından dolayı araştırmanın tanımlayıcı tarafı ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Uygulamada elde edilen verilerin istatistiki değerlendirilmesinde frekans, ki-kare, t testi, anova ve faktör analiz teknikleri kullanılmıştır. Frekans analizi, bilindiği üzere elde edilen verilerin tekrar etme sıklıklarına göre sistemli bir tablolamadan ibarettir. Bu araştırmada basit ve sınıflı frekans biçimlerinin her ikisi de kullanılmıştır. Ayrıca merkezi eğilim ölçüleri olarak; aritmetik ortalama, ortanca (medyan), ve mod (en çok tekrar eden değer) kullanılmıştır.

Ki-kare (X^2 , chi-square) tekniği iki değişken arasında istatistiki olarak bir ilişkinin olup olmadığını -veya ilişkinin anlamlı olup olmadığını- beklenen ve hesaplanan değerler üzerinden analiz eden bir tekniktir. Ki-kare analizinde iki değişken arasında anlamlılığı gösteren ve P ile sembolize edilen değer Asymp. Signification'dır. P değerinin baz alınan 0,05 değerinden küçük olması halinde değişkenler arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu kabul edilir. Ayrıca C ile sembolize edilen ve ilişkinin gücünü gösteren contingency coefficient değeri bu analizde dikkate alınmaktadır. Bu araştırma için belirlenen C değeri aralıkları şöyledir: ,000-,250 zayıf ilişki, ,251-,350 orta düzeyde ilişki, ,351-500 güçlü ilişki, ,501 ve üzeri çok güçlü ilişki.

Araştırmada t testi olarak bağımsız örneklem t testi analizi kullanılmıştır. T testleri analizi yapılan grupların belli ortalamaları karşılaştırılarak, ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını belirler. Bu analizde anlamlılığı belirleyen Sig. (2-tailed) değeri P ile

sembolize edilir. P değerinin baz alınan 0,05 değerinden küçük olması halinde ortalamalar arasında anlamlı fark olduğu kabul edilir.

Varyans analizi olarak, bağımsız örneklem tek yönlü varyans analizi (anova) kullanılmıştır. İki den fazla grubun ortalamaları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemede kullanılmaktadır. T testi iki grubun ortalamaları üzerinden analiz yaparken anova daha fazla grupların ortalamalarını karşılaştırabilmektedir. Gruplar arası değerlendirmeler ve homojen alt kümelerin oluşturulmasını sağlamaktadır. Bu analiz içinde P değerinin baz alınan 0,05 değerinden küçük olması halinde ortalamalar arasında anlamlı fark olduğu söylenir.

Araştırmada kullanılan bir diğer istatistik tekniği faktör analizidir. Likert ölçekli soruların analizi için kullanılmıştır. Analizde KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) testi uygulanır ve analizde kullanılan örneklem hacminin uygun olup olmadığı belirlenir. Faktör analizi yapılırken ölçülen bir diğer değer ise Bartlett's Sphericity Testi değeridir. Bu test verilerin normal dağılımda olup olmadığını belirler. Bu test içinde anlamlılık değeri 0,05'ten küçükse verilerin çok değişkenli ve normal dağıldığı söylenebilir. Analizde ortaya çıkan öz değer (E. Value) ise faktör sayısını belirlemede kullanılır.

4.4. Anket Formunun Tanıtılması

Anketin güvenilirliğini güçlü tutmak için olabildiğince az soru sorulmaya çalışılmıştır. Bunun yanı sıra ankete veri sağlayacak yeterli veriyi toplamakta, gözletilmeye çalışılan bir başka kriter olmuştur. Her iki durum da dikkate alınarak anket formunda toplam 63 soru oluşturulmuştur. Soruların anlaşılır ve çalışır durumda olduğu test edildikten sonra uygulamaya konulmuştur.

Anket dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm 13 soru olup öğrencinin kendisi, öğrenimi ve ailesi ile ilgili toplumsal özelliklerine yönelik sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölüm, teknoloji ve sosyal medya kullanımına yönelik soruların olduğu bölümdür ve 16 sorudan oluşmaktadır. Üçüncü bölüm, siyasal toplumsallaşma, siyasal kimliğe yönelik soruların olduğu bölümdür ve 21 sorudan oluşmaktadır. Dördüncü bölüm ise beş seçeneikli likert ölçeğine göre düzenlenmiş 13 sorudan oluşmaktadır.⁶

4.5. Varsayım

Aşağıdaki paragraf bu araştırmanın varsayımını oluşturmaktadır.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya üzerinden siyasal toplumsallaşmaları diğer toplumsal nitelikleri ile ilgilidir. Ayrıca internet

⁶ Anketin güvenilirliğine yönelik yapılan analizde ölçülen Cronbach's Alpha değeri 0,710'dur. Bu sonuç anketin güvenilirliğinin oldukça yüksek denilebilecek bir değerde olduğunu göstermektedir.

tabanlı uygulamaları kullanmada sürekli bir artış eğilimi içerisinde olduklarını ve dolayısıyla sosyal medya ortamlarının, üniversite öğrencilerinin gündelik hayatlarında siyasal bakımdan toplumsallaşmalarının bir aracısı haline geldiği varsayımına dayanmaktadır.

4.6. *Araştırma Sorusu ve Hipotezler*

Sosyal medya kullanımı ile siyasal toplumsallaşma arasındaki ilişkinin durumu ve şiddetinin hangi boyutta olduğu, bu araştırmanın temel araştırma sorusudur. Diğer tali araştırma soruları ise sosyal medyanın siyasal toplumsallaşmaya etkileri çerçevesinde ve aşağıda hipotezlerde kullanılan değişkenlerle ilgi durumudur.

Araştırmanın ana hipotezi;

Sosyal medya kullanımının siyasal toplumsallaşma sürecine sınırlı bir etkisi vardır.

Alt hipotezler;

- İletişim ve haberleşmede konvansiyonel (alışla gelmiş, eski, geleneksel) tercihlerden ziyade internet tabanlı uygulamalar yaygın olarak kullanılmaktadır.
- Sosyal medya üzerinden ilgi duyulan siyasal örgütler takip edilmektedir.
- Sosyal medya üzerinden siyasal hayata dair bilgiler takip edilmektedir.
- Sosyal medya üzerinden daha çok kişisel paylaşımlar yapılmaktadır.
- Sosyal medya ortamlarının etkisindeki siyasal toplumsallaşmada cinsiyet değişkeni önemlidir.
- Sosyal medya ortamlarının etkisindeki siyasal toplumsallaşmada gelir durumu önemlidir.
- Sosyal medya ortamlarının etkisindeki siyasal toplumsallaşmada öğrenim görülen alan önemlidir.
- Sosyal medya ortamlarının etkisindeki siyasal toplumsallaşmada kültürel kimlik ve siyasal kimlik önemlidir.
- Siyasal kimlik tercihi göre sosyal medya kullanımı farklılaşmaktadır.
- Üniversite öğrencilerinin gündemi takip etmesinde sosyal medya ön plandadır.
- Sosyal medya demokratik, katılımcı ve özgürlükçü ortamlar oluşmasını sağlamaktadır.
- Sosyal hayattaki mahremiyet algıları, sosyal medya sayesinde değişmektedir.

- Mahremiyet algılarının dönüşümünden dolayı bireyler siyasal içerikli paylaşımlarda daha cesaretlidir.
- Sosyal medyadaki paylaşımlarla siyasal toplumsallaşma süreci devam etmektedir.

5. Araştırma Bulgularından Bazıları

5.1. Katılımcıların Toplumsal Özellikleri

Sosyolojide, uygulamalı çalışmalarda cinsiyet önemli bir değişkendir. Çoğu çalışmada hipotezler, cinsiyet bağımsız değişkeni ile kurularak başlar. Evreni en iyi yansıtacak örnekleme cinsiyet dağılımının da evrenle uyumlu olması beklenir. Bu çalışmada ortaya çıkan cinsiyet dağılımı, benzer diğer çalışmalardaki (örneğin; Gençlik ve Spor Bakanlığının (2013) “Gençlik ve Sosyal Medya” araştırması, Babacan’ın (2012) “Toplumsal Paylaşım Ağlarında Sosyal Sermaye Pratikleri” araştırması ve Akın’ın (2009) “Siyasal Toplumsallaşma Sürecinde Gençlik” araştırması) cinsiyet dağılım sonuçlarına yakın olması, hedeflenen örneklemin de geçerliliğini yansıtmaktadır.

Ankete katılanların cinsiyet dağılımında kadınlar % 47,4, erkekler % 52,6’lık değerlere sahiptir. Uygulanan anketin sonuçlarından da anlaşılacağı üzere örneklem içerisinde cinsiyet temsili açısından dengeli bir dağılım söz konusudur. Cinsiyet dağılımının dengeli olması, örneklemin evreni yansıtabilmesi açısından değerlendirildiğinde doğru sonuçlara ulaşılmasını da sağlayacak, analizlerin güvenilirliğini artıracaktır.

Birçok sosyolojik olgu cinsiyetle ilişkilendirilerek açıklanmaya çalışılır. Geleneksel hayattan, modern hayata, sosyal kurumlardan, gündelik yaşama kadar cinsiyet değişkeni önemli bir kategoridir. Toplumlarda, toplumsallaşma süreçleri ile birlikte cinsiyet rolleri belirginleşir ve hatta toplumsal cinsiyet olgusu yine toplumsallaşma süreçlerinde ortaya çıkar. Çocuklukta kız ve erkek olmanın sosyal özellikleri, toplumsallaşma sayesinde pekiştirilir.

Alt toplumsallaşma türü olarak siyasal toplumsallaşmada da yine cinsiyet faktörü önemlidir. Bireyin yaşamında siyasal tutum ve davranışlar cinsiyet değişkeni üzerinden değişmektedir. Her toplumun erkek olan bir bireyden siyasal olarak beklentileri ile kadın olan bir bireyden beklentileri ve bireylerin göstermeleri gereken uyarlanmalar farklıdır. Türkiye toplumunda siyasal kültürle de ilişkili olarak siyaset kurumu daha çok eril bir yapıya sahiptir. Siyasi aktörlerin yoğun olarak hangi cinsiyette oldukları bunun en açık göstergesidir. Bu çalışma çerçevesinde düşündüğümüzde siyasal toplumsallaşma ile ilgili ankete katılan erkeklerin göreceli olarak kadınlardan fazla olması da bu duruma bir örnek olarak verilebilir.

Yaş değişkeninin tanımlayıcı istatistik bilgilerine göre katılımcıların yaşlarının aritmetik ortalaması (mean) 21,76'dır. Ek düşük yaş (minimum) 16, en yüksek yaş (maximum) 30'dur. Bu yüzden değişim aralığının ise (range) 14 olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaşlarında ortanca değer (median) ile mod değeri (mode) aynı değere sahip, 21 olduğu tanımlayıcı istatistik bilgilerinden gözlenmiştir.

Merkezi eğilim ölçüleri olarak aritmetik ortalamanın, mod ve medyanın birbirine eşit olduğu durumlarda ilgili değişken için, simetrik olarak çan eğrisi biçiminde dağılan, normal dağılım sergileyen verilerden oluştuğu söylenir. Bu eşitliğin kurulamadığı durumlarda ilgili değişken asimetrik bir dağılım sergiler ve sağa veya sola çarpık veri dağılımı ortaya çıkar (Atlas, 2013:89). Araştırmada yaş ile elde edilen bulgularda bu üç değerden ikisinin (mod ve medyan) aynı olması ve aritmetik ortalamanın da küçük bir farkla onlara yakın olması yaş değişkeninin simetrik bir dağılım izleyerek normal dağıldığını kabul edebileceğimiz anlamına gelmektedir.

Yaş değişkeni ile ilgili elde edilen bulgulara göre ağırlıklı olarak 19 yaş ile 25 yaş arasında bir yoğunluk (toplam katılımcıların % 93,4 ü) ortaya çıkmakla birlikte daha sık yoğunlaşmanın 20 ile 23 yaş aralığındaki (20 yaş % 18,4, 21 yaş % 21,5, 22 yaş % 18,4 ve 23 yaş % 14,9) katılımcılardan oluştuğu gözükmektedir. Türkiye İstatistik Kurumunun en son 2013'te yaptığı "Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanma Araştırması"nda bilişim teknolojilerini en çok kullanan yaş grubu 16-24 olarak görülmektedir (TUİK, 2013). Katılımcılardan yaşa göre frekansın en sık olduğu yaş olan 21 aynı zamanda mod değerine karşılık gelmektedir. Babacan'ın (2012:102) yaptığı çalışmada ve Akın'ın yaptığı çalışmada da (2009:131) en yüksek sıklığa sahip yaş olarak 21 çıkmıştır. Bu üç araştırmada da yaş grupları itibariyle birbirine benzer sonuçların çıkması, evreni iyi temsil edebilecek örnekleme ulaşıldığı düşüncesini diğer çalışmalarla desteklemektedir.

Çalışmanın konusu bakımından bu yaş aralıklarının ayrı bir önemi vardır. Bilişim teknolojilerini en yoğun kullanan yaş aralıkları olmalarından dolayı aynı zamanda internet ve sosyal medya kullanımında da en yoğun yaş aralıklarıdır. Bu yaşlardan sonra yani yaş ilerledikçe bilişim teknolojileri kullanım oranı nispeten daha düşük seviyelerde seyretmektedir. Siyasal toplumsallaşma açısından, siyasal bilincin genel olarak belirginleştiği ve bunun gündelik yaşamında pratik etme imkânı bulan bir kitleye karşılık gelmektedir. Ailesinden ayrılan bir öğrencinin toplumsallaşma sürecinde elde ettiği siyasal duruşla uygun sosyal çevrelerde bulunmasını sağlayacaktır. Bu sosyal çevrelerde yine bu alt toplumsallaşma sürecini devam ettirecek ve bu doğrultuda tutum ve davranışlarını ortaya çıkaracaktır. Bahsi geçen yaş gruplarının yoğunlaştığı aralık, aynı zamanda seçmen davranışını sergileyebilecek bir yaş kitlesidir. Yani ya oy kullanma hakkını elde etmiştir, ya da edecektir. Bu çerçevede sosyal medya ortamını en çok

kullanan kitle olarak siyasal toplumsallaşmada örgütlenme ve propaganda amaçlı kullanımlarla en aktif olan bu yaş aralıklarında olan üniversite öğrencileridir.

Katılımcıların bir önceki konuda değinilen yaş istatistiklerinin normal dağılım sergilediği kabulü buradaki iki değişken içinde geçerli olduğu görülmektedir. Her iki durum içinde, aylık ortalama gelire, aylık ortalama harcama istatistiklerinde mod ve medyan değerlerinin aynı olduğu görülmektedir. Ortalama değerlerinin de bunlara oldukça yakın olması yukarıda ifade edilen durumu -verilerin normal dağıldığı- özelliğini ortaya çıkarmaktadır (ailenin geliri için mod ve medya değeri 2000, ortalama değeri 2193, öğrencinin yaptığı harcama için mod ve medyan değeri 500, ortalama değeri ise 544).

Ailenin gelir grupları ile öğrencinin harcama grupları arasındaki ilişkiyi görebilmek ve verilerin sağlamasını yapabilmek için gruplandırılmış iki değişken birbirleri ile çaprazlanarak ki kare analizi uygulanmıştır.

Analiz sonucuna göre iki değişken arasında ilişki saptanmıştır ($p < 0,05$). Bu ilişkiye göre ailesinin geliri ilk iki grupta olanlar harcama bakımından ilk iki grupta, aile geliri ikinci iki grupta olanlar 500-749 harcama grubunda, ailesinin geliri en yüksek iki grupta olanlar ise harcama bakımından en yüksek iki grupta yoğunluklu yer almışlardır. Yani bu analiz sonucuna göre öğrencilerin, ailesinin geliri ile doğru orantılı olarak aylık harcamada buldukları gözlemlenmiştir.

Ayrıca ortalama gelir ve harcama sınıflarının yüzdelik oranlarına bakıldığında hem gelir hem de harcama bakımından geniş toplumsal kesimleri temsil edebilecek orta gelir gruplarında yoğunlaşmalar olduğu gözlenmektedir.

Babanın öğrenim durumu sorusuna verilen cevaplarda katılımcıların baba öğrenim durumları yüzde 34,3 ile en yüksek, ilköğretim seviyesinde olduğu görülmektedir. Bu sıralamayı yüzde 26,2 ile lise, daha sonrasında ise yüzde 16,9 ile ortaokul seviyeleri izlemektedir. Bir başka dikkate değer sonuç babası yüksek öğrenim görenlerin toplam (yüksek okul, lisans, yüksek lisans ve doktora) yüzdesi 19,7 olmuştur.

Katılımcıların anne öğrenim durumları yüzde 48,5 ile ilköğretim olduğu görülmektedir. Onu izleyen grup yüzde 16,4 ile lise, yüzde 15,1 ile ortaokul seviyeleri olmuştur. Burada dikkati çeken, okuryazar olmadığını belirtenlerin oranı yüzde 7,9'dur. Anneleri yüksek öğrenim görenlerin toplam yüzdesi ise 7,4'tür. Annenin öğretim durumu babanın öğrenim seviyesi oranlarına göre düşük olmasına rağmen Türkiye genelinde ortalama oranları yansıtabilecek oranlardır. Bu oranlar zamanla birbirine doğru yaklaşmaktadır.

Katılımcıların babalarının meslekleri, yüzde 28,1 ile emeklilerden oluşmaktadır. Diğer birbirine yakın olan gruplar memur, işçi, serbest ve

esnaf şeklinde devam etmektedir. Babası işsiz olanların oranı ülke ortalamasının oldukça altındadır. Bu durum çocuğunu yüksek öğrenime gönderen babaların daha az işsiz oldukları veya çocuğu yüksek öğrenim gören babaların herhangi bir işte çalışma sıklıkları -giderleri karşılayabilmek adına- daha yüksektir sonucu çıkarmamızı desteklemektedir. Bir başka önemli sonuç babası çiftçiliği sürdüren kesimdir. Yüzde 7,1 oranı ile katılımcıların kır merkezli veya kırsal kesimde yaşayanlar olduğu görülmektedir.

Bu sonuçlardan siyasal toplumsallaşmada sosyal medya etkilerinin yoğunluklu olarak kent merkezli yaşayanlar üzerinde olduğu ayrıca belirtilmesi gereken bir durumdur.

Katılımcıların oldukça büyük bir kesimi, yüzde 78,8'lik bir oranla annesinin ev hanımı olduğu bildirmiştir. Bu durum annelerinin gerçekten bir işte çalışmayıp ev hanımı oldukları için olabileceği gibi, bu oranın içerisinde bir meslek olarak tanımlı olmayan veya kayıtlarda gözükmeyen, düzenli olmayan ve gündelik işlerle meşgul olanlar da olabilmektedir.

5.2. Diğer Analizler

Tablo 1 dernek haberlerini sosyal medya üzerinden takip etmekle taraftarı olunan siyasal görüşlerin sosyal medyada paylaşımına dair çapraz tabloda aralarında orta seviyeli düzeyde ilişki şiddeti ile anlamlı bir bağlantı olduğu görülmektedir.

Tablo 11: Dernek Haberlerini Sosyal Medyada Takip ile Siyasal Görüşlerin Paylaşımı

		Size yakın olduğunu düşündüğünüz siyasal görüşlerin bilgilerini / haberlerini sosyal medyada paylaşıyor musunuz?		Toplam
		Paylaşıyorum	Paylaşmıyorum	
Dernek haberlerini sosyal medya üzerinden takip ediyor musunuz?	Ediyorum	402	355	757
		53,1%	46,9%	100,0%
	Etmiyorum	80	358	438
		18,3%	81,7%	100,0%
Toplam		482	713	1195
		40,3%	59,7%	100,0%
X ² :139,941 DF:1 C:,324 P:,000				

İlgi duyulan dernek/kulüp haberlerinin sosyal medyada takibi sorusu doğrudan herhangi bir siyasal içerik barındırmayan örgütlenmelerinde yer aldığı bir sorudur. Araştırmadaki diğer sorularda yer alan oranlara bakıldığında katılımcılar siyasal içerikten uzak durmaya çalıştıkları ortaya

çıkılmaktadır. Tablo 1’de örneklem içerisinde ilgi duyulan örgütleri sosyal medyadan takip edenlerin ağırlıklı (paylaşmıyorum diyenlerin oranı yakın olmasına rağmen) olarak siyasal içerikli bilgi ve haberleri paylaştığı görülmektedir.

Tablo 1’de siyasete ilgi düzeyinin yüksek olmadığı söylenebilir. Siyasete ilgi durumu sosyal medya ortamların da dolaşıma giren etkinliklere, protestolara, mitinglere katılma ve hatta bu bilgileri paylaşma oranlarında görmek mümkündür. Siyasete yönelik bu tablolarda geçen değişkenlerle diğer demografik değişkenler ilişkilendirilerek ki-kare analizi uygulandığında elde edilen bulgulara göre anlamlı bir ilişki görülmemiştir. Gerek cinsiyet, gerek gelir durumu ve diğer değişkenlerle siyasete ilgili olma arasında doğrudan bağlantı kurulabilecek bir bulguya rastlanılmamış, demografik ve diğer özellikler noktasında anlamlı bir fark görülmemiştir. Üniversite öğrencilerinin siyasete olan ilgileri, siyasal toplumsallaşma sürecinde yüksek olmayışı başka araştırmalarda da gözlenen bir durumdur (Akın, 2009:157,164).

Tablo 2: Sosyal Medyada Oluşturulmuş Etkinliklere Katılma ile Siyasal Etkinliklerin Paylaşımı

		İlgi duyduğunuz siyasal hareketlerin miting / propaganda etkinliklerini sosyal medyada paylaşıyor musunuz?		Toplam
		Paylaşıyorum	Paylaşmıyorum	
Sosyal medyada oluşturulmuş etkinliklere katılıyor musunuz?	Katılıyorum	123	69	192
		64,1%	35,9%	100,0%
	Katılmıyorum	46	464	510
		9,0%	91,0%	100,0%
	Bazen	141	352	493
		28,6%	71,4%	100,0%
Toplam	310	885	1195	
	25,9%	74,1%	100,0%	

X²:223,061 DF:2 C:397 P:000

Tablo 2’de sosyal medyada oluşturulan etkinliklere katılmak ile sosyal medyada siyasal etkinliklerin paylaşımı değişkenlerinin çapraz tablosu oluşturulunca aralarında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. İki değişkenin aralarındaki ilişkinin düzeyi ise orta şiddetin üzerinde denilebilecek seviyededir.

Sosyal medyanın siyasal toplumsallaşma sürecinde bilgi ve haberlerin takibi yapılsa bile, ilgi duyulan siyasal içerikli haberlerin paylaşılmama eğilimi bu bulgulardan görülebilmektedir.

Değişkenlerin ilişkilendirilmesiyle elde edilen bulgularda sosyal medyanın toplumsallaşmaya yönelik etkileri sınırlı düzeyde kaldığı görülüyor. Var olan etkiler ise öncesinden elde edilmiş tutumların pekiştirilmesi şeklinde ortaya çıkmaktadır. Ayrıca sosyal medyanın toplumsallaştırma işlevi de belli sınırlar etrafında kalmaktadır. Bu durum gerek genel toplumsallaşma, gerekse siyasal toplumsallaşma için geçerlidir. Benzer bir bulgu Babacan'ın yaptığı araştırmada da ortaya çıkmıştır. Babacan'ın (2012:118) yaptığı araştırmada ölçülen sosyalleşme faktörü ortalamalarının düşük seyirde çıkması ile sosyalleşme ihtiyacını tam olarak karşılamadığı görülmüştür. Fakat buna rağmen sosyalleşme ihtiyacını karşılamaya aday olabilecek şekilde bir işlev gördüğü belirtilmektedir.

“Dolayısıyla bulgular, sosyal medyaya ilişkin en yaygın kanaat olan sosyal medyanın bireyleri sosyalleştirdiği düşüncesinin göreceli bir yaklaşım olduğuna işaret etmektedir. Başka bir ifadeyle çalışmaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğunu sosyal medyanın hayatları için vazgeçilmez olduğunu, gündelik hayatlarının çok önemli bir parçası olduğunu düşünürken, kendilerini sosyalleştiren bir araç olduğu konusunda net bir yaklaşım ortaya koymamaktadırlar. Bununla birlikte öğrencilerin sosyal medya ortamında sahip oldukları arkadaş sayılarına ilişkin veriler ile sosyal medyanın kendilerini sosyalleştirdiğine inanan öğrencilerin verileri göz önünde bulundurulduğunda sonucun aslında yeni tip bir sosyalleşmeye açık olduğu anlaşılmaktadır.” (Babacan, 2012:118-119)

Yukarıda ifade edildiği gibi sosyal medyanın bireyleri toplumsallaştırması beklenen düzeyin altında kaldığıdır. Fakat gerek işlevi bakımından ve gerekse ilerleyen zamanlar açısından toplumsallaşma ajanı olma potansiyelini üzerinde taşıdığı anlaşılmaktadır.

Tablo 3: Siyasal Görüşlerin Sosyal Medyada Paylaşılması ile Arkadaşların Sosyal Medyada Siyasal Paylaşımları Hak.

Sosyal medyadaki arkadaşlarınızın siyasal görüşlerine dair paylaşımları hakkında ne düşünüyorsunuz?		Toplam
Paylaşımlarında bir mahsur yok	Bu tarz paylaşımları onaylamıyorum	

Yakın olduğunuz düşündüğünüz siyasal görüşlerin haberlerini sosyal medyada paylaşıyor mısınız?	Paylaşıyorum	426	56	482
		88,4%	11,6%	100,0%
	Paylaşmıyorum	337	376	713
		47,3%	52,7%	100,0%
Toplam	763	432	1195	
	63,8%	36,2%	100,0%	
$X^2:210,636$ DF:1 C:,387 P:,000				

Örnekleme yer alan öğrencilerin siyasal bilgilerin sosyal medyadan paylaşılması durumu ile sosyal medya ortamlarındaki arkadaşlarının paylaşım yapma durumları arasında uygulanan ki-kare testi bulguları sonucu iki değişkenin arasında ortanın üzerinde güçlüye yakın şiddette olmak üzere anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir.

Tablo 3'deki bulgulara göre sosyal medyada siyasal içerik paylaşanların yüzde 88,4 oranındaki kesimi arkadaşlarının da siyasal içerik paylaşmalarında bir mahsur görmemektedirler. Örnekleme yer alanların kendisi siyasal içerik paylaşmadığı durumlarda oranları birbirine yakın olmakla birlikte ağırlıklı olarak arkadaşının da siyasal içerik paylaşmamasını istediği görülmektedir. Satır toplamına bakıldığında yüzde 63,8 oranında arkadaşlarının siyasal içerik paylaşabileceğini bildirmektedir.

Bu bulgulardan paylaşım düzeyinde de olsa siyasal etkinlikte bulunanların arkadaşlarının da bu şekilde siyasal içerik paylaşımı etkinliğinde bulunmasını normal olarak karşılamakta olduğu görülmektedir.

Toplumsal kimlik kuramında, bireylerin başkalarına karşı geliştirdikleri davranışları onların performansları olarak değerlendiren Goffman, bu performansların toplumun onayladıklarından oluştuğunu bildirmektedir. Böylelikle başkasında bırakılmak istenen izlenimde istenmeyen davranışlarda sergilenmeyecektir. Diğerlerinin nazarında olumlu bir iz bırakma çabası bir süre sonra kimlik performansını ortaya çıkaracaktır (Goffman, 2009:32). Sosyal medya kullanıcılarının kimlik performanslarını nasıl istiyorlarsa o şekilde sürdürdükleri düşünülebilir. Paylaştıkları tüm arkadaşları tarafından görüldüğünde oluşturmak istediği kimliği zarar görebileceğinden paylaşımlarda istekli olmayabilirler. Veya tam tersi olarak listesindekiler tarafından nasıl görülmek isteniyorsa o doğrultuda paylaşımlarla bu performansı gerçekleştirebilir.

Siyasal ve sosyal davranış örüntüleri yapısal olarak örgütlü ve diğer kurumlarla eşgüdümlüdür. Örgütlenmiş siyasal yapılar, sosyal yaşamda diğer sosyal kurumlar içerisinde de (aile, din, ekonomi vb.) yer almaya çalışırlar. Taraftarlarına kolay ulaşabilmek için kitlesel özelliği olan kitle iletişimini tercih etmektedirler. Pratikteki karşılığı olarak ele alınabilecek bir örnek

siyasetçilerin sosyal medya kullanımınıdır. Propaganda ve örgütlenmeyi kolaylaştıracak bir işlevi olmasına rağmen, sosyal medya kullanıcıları bu konuda yarı yarıya kararlı bir sonuç çizmektedirler.

Tablo 4: Siyasal Örgütlerin Takip Edilmesine Göre Siyasal Haberlerden Etkilenme Yargısı Ortalamasının Karşılaştırılması

Grup İstatistikleri					
Sosyal medyada paylaşılan siyasi haberlerden etkileniyorum.	İlgi duyulan siyasi örgütlerin takip edilmesi	N	Ortalama	Std. Sapma	Std. Hata Ortalaması
	Ediyorum	676	3,05	1,306	,050
Etmiyorum	519	2,49	1,197	,053	
P:.,000 t:7,616					

Tablo 4’de ilgi duyulan siyasi örgütlerin takip edilmesine göre sosyal medyada paylaşılan siyasi bilgi ve haberlerden etkilenme yargısının ortalamaları analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ortalamalar arasında anlamlı bir fark vardır. Bu farka göre ilgi duyduğu siyasi örgütleri takip ettiğini bildirenlerin sosyal medyadaki siyasi bilgi ve haberlerden takip etmeyenlere göre daha fazla etkilendiği görülmektedir.

Tablo 5’de ilgi duyulan siyasi örgütlerin takip edilmesine göre sosyal medyanın siyasi bilinci artırdığı bir etkiye sahip olma yargısının ortalamaları analiz edilmiştir. Analiz sonucuna göre ortalamalar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. İlgi duyulan siyasi örgütleri takip edenlerin sosyal medyanın siyasi bilinci daha fazla artırdığını düşündükleri söylenebilir. Takip etmeyenlerin sosyal medyanın siyasi bilinci artırdığını takip edenlere göre daha az düşündükleri görülmektedir.

Tablo 5: Siyasal Ör. Takip Edilmesine Göre Siyasal Bilinç Artırma Yargısı Ortalamasının Karşılaştırılması

Grup İstatistikleri					
Sosyal medya siyasi bilinci artıran bir etkiye sahiptir.	İlgi duyulan siyasi örgütlerin takip edilmesi	N	Ortalama	Std. Sapma	Std. Hata Ortalaması
	Ediyorum	676	3,61	1,197	,046
Etmiyorum	519	3,05	1,217	,053	
P:.,000 t:8,048					

Medyanın beş ana fonksiyonu olduğunu söyleyen McQuail bunları şu şekilde sıralar: bilgilendirme, kültürel devamlılık, toplumsallaştırma, kamuoyu yaratma ve eğlendirme (aktaran, Bakıroğlu, 2013:3). Bilgilendirme faktörü daha önceki tablolarda verilmişti, bu noktada kullanıcılar zaten kendileri bilgilendirme amacı gözeterek sosyal medya kullandıklarını belirtmişlerdi. Siyasal toplumsallaşma açısından değerlendirilecek olursa siyasal örgütlerin takip edilmesi ile siyasal bilincin arttığını düşünenlerin ortalaması yüksek çıkmaktadır. Yani siyasallıkla ilgili olanlar yine bu doğrultuda takip ettikleri siyasal örgütlerin siyasallaştırma etkilerine maruz kalmaktadırlar. Böylelikle süreç bireyin denetiminde olmayan toplumsallaştırma boyutuna taşınmış olmaktadır. Bireyin yaşadığı hayata yönelik genel görüşlerinin oluşmasında bir paylaşım ortamı olarak sosyal medyanın etkisi varsa, bunun gündelik yaşamda diğer toplumsallaşma araçları ile girift bir hale gelmesinden dolayı olgusallaştırılarak tespit edilmesi kolay görülmemektedir.

Bu bölümde likert ölçekli sorulara faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizinde KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) testi analizde kullanılan örneklem hacminin uygun olup olmadığını belirlemek için kullanılır. KMO testi sonucunda ortaya çıkan değer bir tam sayısına ne kadar yakınsa örneklem büyüklüğü o kadar yeterli demektir. Bartlett testi ise (Bartlett's Sphericity Testi) verilerin normal dağılımda olup olmadığını belirler. Bu testte X^2 testindeki gibi anlamlılık değerine bakılır. Anlamlılık değeri 0,05 ten küçükse verilerin çok değişkenli ve normal dağıldığı söylenebilir. Öz değer (E. Value) ise faktör sayısını belirlemede kullanılır. Öz değeri bir ve birin üzerinde olan faktörler alınır. Faktör yük değeri ise her bir maddenin yük değerini gösterir. Minimum 0,30 olması beklenir.

Tablo 6: Faktör Analizi İçin Kmo ve Bartlett Testi

KMO ve Bartlett's Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterlilik Ölçütü		,804
Bartlett's Sphericity Testi	Approx. Chi-Square	4016,466
	Df (Serbestlik Değeri)	78
	Sig. (anlamlılık)	,000

Tablo 6'da faktör analizi ile birlikte uygulanan testler yer almaktadır. Öncelikle Kaiser-Meyer-Olkin testi değerinin 0,804 olduğu görülmektedir. Bu değere göre örneklemin büyüklüğünün oldukça iyi derecede olduğu söylenebilir. Bartlett's Sphericity testine bakıldığında anlamlılık değeri verilerin normal dağılımda olduğunu belirtmektedir. Analiz sonucu öz değeri, birin üzerinde iki faktör grubu (birinci grubun öz değeri 3,194 ve ikinci grubun öz değeri 2,790) oluşmuştur. Bu iki faktör toplam

varyansın yüzde 46,025'ini açıklamaktadır. Bunların sonucunda dönüştürülmüş faktör matrisi tablo 7'deki gibi oluşmuştur.

Tablo 72: Dönüştürülmüş Faktör (Bileşen) Matrisi

	Dönüştürülmüş Faktör (bileşen) Matrisi	
	Faktör (bileşen)	
	1	2
Sosyal medyanın demokratik ve katılımcı özelliklerinin olduğuna inanıyorum.	,775	
Sosyal medyanın siyasal katılımı özgürlükçü özellikleri vardır.	,716	
Sosyal medya siyasal bilinci artıran bir etkiye sahiptir.	,713	
Sosyal medyanın hoşgörü ortamı hazırladığına inanıyorum.	,672	
Sosyal medyada paylaşılan siyasal bilgiler / haberlerden etkileniyorum.	,609	
Sosyal medya siyasal örgütlenmede çoğulculuğu desteklemektedir.	,577	
Sosyal medya kamusal alandır.	,464	
Sosyal medyadaki arkadaşların paylaşımları ve bilgilendirmeleri ile sosyal hayattaki özelliklerini yansıtıyorlar.	,408	
Sosyal medya kullanımı eşler arası kıskançlığı artırmaktadır.		,815
Sosyal medya kullanımı aile içi ilişkileri zayıflatmaktadır.		,789
Sosyal medya kullanımı için belli bir yaş sınırı olmalıdır.		,714
Sosyal medya paylaşımları için bir sansür mekanizması olmalıdır.		,701
Sosyal medya fanatizmi artırmaktadır.		,567
Ekstraksiyon Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi. Rotasyon Yöntemi: Kaiser Normalleştirme ile Varimax.		

Tablo 8: Birinci Faktör İçin Yargılar ve Ortalamaları

	Faktör	Ortalama
Sosyal medyanın demokratik ve katılımcı özelliklerinin olduğuna inanıyorum.	,775	2,989958
Sosyal medyanın siyasal katılımı özgürlükçü özellikleri vardır.	,716	3,074476
Sosyal medya siyasal bilinci artıran bir etkiye sahiptir.	,713	3,366522
Sosyal medyanın hoşgörü ortamı hazırladığına inanıyorum.	,672	2,565690
Sosyal medyada paylaşılan siyasal bilgiler / haberlerden etkileniyorum.	,609	2,810041
Sosyal medya siyasal örgütlenmede çoğulculuğu desteklemektedir.	,577	3,117991

Sosyal medya kamusal alandır.	,464	2,943096
Sosyal medyadaki arkadaşların paylaşımları ve bilgilendirmeleri ile sosyal hayattaki özelliklerini yansıtır.	,408	3,692050

Birinci faktörde ortaya çıkan yargılar ve ortalamaları tablo 8’de görülmektedir. Birinci grubun toplam varyans içindeki payı yüzde 24,567’dir. Bulgulara göre grup içerisindeki yargılara katılım ortalamalarının düşük olduğu görülmektedir.

Örnekleme yer alan öğrencilerin sosyal medya ortamlarının demokratik, katılımcı özelliklerine karşı oluşturulan yargılara ve bu mecraların hoşgörü ortamı hazırladığına yönelik yargıya katılımları güçlü değildir. Aynı şekilde siyasal bilinci artırdığına dair ağırlıklı bir kararlılık görülmemektedir. Bu mecralarda paylaşarak dolaşıma giren bilgilerden etkilenmedikleri yönünde bulgular görülmektedir. Sosyal medyayı kamusal alan olarak görmeyen katılımcıların çoğulculuğu desteklediği yargısına da katıldıkları söylenemez.

Bu yargılardan çıkan sonuç günümüz sosyal medya ortamlarının gündelik yaşamdan çok da farklı olmadığıdır. Bireyin gündelik yaşamda kurduğu ilişkiler, davranış biçimi ve tarzları çokta farklı olmamaktadır. Birey sosyal paylaşım ağlarında siyasal faaliyetlerinin başkaları tarafından açık bir şekilde görülmesinden veya bilinmesinden yana değildir. Gündelik yaşamlarında bireylerin yaşamlarını sosyal medya ortamlarına taşıdıklarına yönelik yargıya, diğer yargılardan daha yüksek ortalama ile katılım gözükmektedir. Sosyal medyanın siyasal toplumsallaşmada doğrudan etkisinden söz etmenin güç olduğu bu bulgular çerçevesinde söylenebilir. Örnekleme yer alan öğrenciler ilk yargılardaki kararsızlıklarını aslında gündelik yaşamın diğer alanlarında da yaşamaktadırlar. Bu durumu son yargı ile katılanların kendileri de ifade etmeye çalışmışlardır.

Sosyal medya ortamları kullanıcılara demokratik, katılımcı ve özgürlükçü zemin sunmasına rağmen kullanıcıların bu ortamları bu doğrultuda kararlı bir şekilde kullandıkları pek söylenemez. Kullanıcılar diğer araştırmalarda çıkan sonuçlara göre daha çok takip etme boyutunda kalmaktadırlar. İlgili faktör maddelerinde benzer ortalamalara rastlanan araştırma bulgularından birisi de Babacan’ın (2012:124) özgürlük ve demokrasi faktöründe elde ettiği bulgulardır. Bu bağlamda sosyal medyanın Evgeny Morozov’un Net Yanılsaması isimli eserinde belirttiği üzere demokrasi ve özgürlükler konusunda birey ve topluma sanıldığı aksine pek bir şey katmadığıdır (aktaran, Babacan, 2012:124). Yine bu doğrultuda Evgeny Morozov ile yapılan “Özgürlükler twitle gelmez” başlıklı röportajda bu minvalde açıklamalar görülebilir. Tunus, Mısır ve Libya örneklerinde sosyal medyanın aşırı abartıldığını sosyal medya olmasa da devrimlerin yine

gerçekleşeceklerini belirten Morozov, süreci hızlandıracak kolaylaştıracak bir etkisini de kabul etmektedir (Morozov, 2011).

Gerek bu araştırma kapsamında gerekse diğer araştırma kapsamalarında elde edilen bu bulgular ve konu ile ilgili yapılan çalışmalar, açıklamalar sosyal medyanın özellikle siyasal toplumsallaşma sürecindeki etkilerinin sınırlı düzeyde kaldığı yönünde görülmektedir.

Tablo 9: İkinci Faktör İçin Yargılar ve Ortalamaları

	Faktör	Ortalama
Sosyal medya kullanımı eşler arası kıskançlığı artırmaktadır.	,815	3,790795
Sosyal medya kullanımı aile içi ilişkileri zayıflatmaktadır.	,789	3,546444
Sosyal medya kullanımı için belli bir yaş sınırı olmalıdır.	,714	3,955649
Sosyal medya paylaşımları için bir sansür mekanizması olmalıdır.	,701	3,418410
Sosyal medya fanatizmi artırmaktadır.	,567	3,571548

Tablo 9’da ikinci grupta yer alan yargılar ve ortalamaları görülmektedir. Tablo 8’deki ortalamalara göre güçlü denilebilecek seviyededirler. Sosyal medyanın siyasal katılım ve siyasal toplumsallaşma sürecindeki etkilerinin oldukça naif olduğu, bulgulardan yola çıkarak belirtilmişti. Tablo 9’daki yargılar; kıskançlık, ilişkilerin zayıflaması ve sansür konuları çerçevesinde toparlanmıştır. Tablodaki yargılar içerisinde en güçlü gözükten sosyal medya kullanımında belli bir yaş sınırı olması yönündeki yargıya katılma oranıdır. Bu durum Türkiye’de gündelik yaşamda ebeveynlerin özellikle reşit olmayanlara karşı geliştirdiği vesayetçi yaklaşımının yansması olarak değerlendirmek mümkündür.

Tablo 9’da elde edilen bulgular Gençlik ve Spor Bakanlığı’nın (GSB) yaptırdığı (2013:90) “Gençlik ve Sosyal Medya” araştırması raporunda ortaya çıkan bulgular uyum sağlamaktadır. Raporda sosyal medya erişimi gerekirse kısıtlanabilir veya sansürlenebilir yargısı ile sosyal medyada gençlerin yanlış yönlendirildiğini düşünüyorum yargılarına ortalamanın üzerinden bir katılım olduğu görülmektedir. Ayrıca tablo 8’de yer alan sosyal medyadaki arkadaşlarım, paylaşımları ve bilgilendirmeleri ile sosyal hayattaki özelliklerini yansıtıyorlar yargısına benzer olarak bakanlığın yaptırdığı araştırmada yer alan, sosyal medyada herkesle değil bana benzeyen kişilerle iletişim kurarım yargısı sonucu elde edilen bulguların paralel olduğu görülmektedir (GSB, 2013:90).

Sonuç

Bu çalışma, yaklaşık 11 yıllık bir geçmişi olan yeni medya ve iletişim biçimlerinden olan sosyal medyanın toplumsal yaşama etkilerinden siyasal toplumsallaşma boyutunu araştırmıştır. Henüz yeni bir gelişme olan sosyal medya olgusu; farklı disiplinlerce konu olarak seçilip, araştırılabilecek ve araştırılması gereken bir potansiyele sahip çalışma alanıdır.

Toplumsal paylaşım siteleri olarak da bilinen sosyal medya; bilgisayar ağ teknolojilerinin üzerinde ortaya çıkmış, içeriğini kullanıcıların sağladığı, karşılıklı etkileşime uygun yeni medya ve iletişim ortamlarıdır. Bu mecraanın medya verisi, kullanıcı olan herkes tarafından üretilebilmektedir. Aynı ortam, aynı zamanda iletişim kanalı olarak da kullanılabilir. Bu yönüyle sosyal medya, medya ve karşılıklı anlık iletişimi birleştiren bir özelliğe sahiptir. Medya verisini sosyal kılan bu özelliğidir. Sosyal medya ortamını sağlayan birçok toplumsal paylaşım sitesi vardır. Bu çalışma, tüm dünyada ve aynı zamanda Türkiye’de en çok tercih edilen iki sosyal medya sitesi örnek alınarak yürütülmüştür.

Araştırmanın siyasal toplumsallaşma boyutu, çalışmanın bir diğer önemli kısmını oluşturmaktadır. Siyasal toplumsallaşma, genel toplumsallaşmanın bir alt türü olup, genel toplumsallaşma sürecine benzer şekilde işleyerek bireyi, siyasallaştırmaktadır. Bireyin toplum içerisinde siyasallaşması, yaşamında gerek kendisi gerekse çevresi ile ilgili belli tercihlerde bulunabilmesi ve kararlar alabilmesi olarak görülmektedir. Siyasal insanın ortaya çıkmasında siyasal toplumsallaşmayı sağlayan, belli araçlar vardır. Bu araçlar, genel toplumsallaşma araçlarına benzer olarak aile, okul, arkadaş grupları ve kitle iletişim araçlarıdır. Bireyin gelişimi ile birlikte her dönemde etkili olan bu araçlar ve araçların etkileri farklılaşabilmektedir. Siyasal toplumsallaşmada en belirleyici toplumsallaşma aracı, aile sosyal kurumudur. Bireyin kişiliğinin gelişimi büyük oranda aile içerisinde olmaktadır. Bu doğrultuda bireyin siyasal tutumunda ailenin etkisi büyüktür. Bireyin aile içerisinde bulunma süresi azalmaya başladıkça aşama aşama diğer araçlar devreye girmektedirler. Araştırma örnekleminde yer alan grupların siyasallaşmasında etkili araçlar ve önem sıralarının yukarıda sayıldığı şekilde kaldığı, değişmediği görülmüştür.

Türkiye’de siyasal toplumsallaşmaya yönelik yapılan çalışmalarda karşılaşılan zorluklar bu çalışmada da yaşanmıştır. Siyasal gündemin sıcak olduğu zamanlarda, siyasal toplumsallaşma değişkenleri kullanılarak toplanmaya çalışılan veriler, diğer araştırmalara göre daha fazla dikkat çekmektedir. Nicel verilerin toplanmasında, anket kültürünün yaygınlaşması ile bu durum zamanla normalleşebilecektir. Nitel verilerin toplanmasında;

derinlemesine mülakatlar, odak grup görüşmelerine karşı şüpheli yaklaşımlar bu tarz çalışmalar yapıldıkça etkisini yitirecektir.

Enformasyon teknolojilerinin kullanımının yaygınlaşması, birey ve toplum yaşamında önemli bir yer işgal etmesi, bu mecranın toplumsallaşma aracı olarak ele alınmasını gerekli kılmıştır. Medyanın internet üzerinde kendine yer bulması, internette önce var olan medya etkilerinin internet aracılığı ile devam etmesini sağlamıştır. Medyanın internet üzerinde kendisini ifade etme biçimi teknolojik gelişmelerle birlikte sürekli dönüşmektedir. Web 2.0 teknolojisi ile dönüşen internet ortamındaki medya, sosyal medya halini almıştır. Zaman ilerledikçe toplumda var olan sosyal medya kullanıcı sayısı sürekli yükselmektedir. Sosyal medyanın kullanıcılarına sunduğu fırsatlarla toplumu büyük oranda etkilediği genel görüşü yaygındır. Özellikle gündemde yer alan kitle hareketleri ile yüksek düzeyde ilişkisi kurulmaktadır. Bu anlamda iletişim ve haberleşmede konvansiyonel tercihlerden ziyade internet tabanlı uygulamaların tercih edildiği hipotezi doğrulanmıştır.

Sosyal medyanın siyasal toplumsallaşmaya etkileri üzerinde yapılan bu araştırmanın uygulamasından elde edilen bulgulara göre araştırmanın ana hipotezi doğrulanmıştır. Buna göre sosyal medyanın siyasal toplumsallaşma sürecine sınırlı bir etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Örnekte yer alan kullanıcıların çoğunun, sosyal medya aracılığıyla siyasal bir tutum kazanmadığı veya siyasal tutumunda bir değişiklik yaşamadığı bulgularına ulaşılmıştır. Fakat daha öncesinden elde ettiği siyasal tutumları ile uyumlu siyasal içerikleri takip etmektedirler. Bu anlamda siyasal içerikleri takip edenler içinde bir etkiden söz edilecekse var olan siyasallığın korunması ve temellendirilmesi şeklinde gerçekleşmektedir. Buna rağmen sosyal medya ortamında oluşturulan miting veya protesto gibi etkinliklere katılmada kararlılık göstermemektedirler. Bu durum, gençliğin apolitik bir duruş sergilediğinden dolayı değildir. Aksine gençliğin araştırmanın yapıldığı dönemlerde aşırı politize olduğu bilinen bir gerçektir. Fakat bu durumun yaygın bir biçimde gündelik yaşama ve sosyal medya paylaşımlarına yansımaları yoğunluk kazanmamıştır. Yansıyan kısımları ise niceliksel olarak oldukça küçük bir kesime karşılık gelmektedir ki bu kesim, gündelik yaşamında da siyasal tercihlerini ve düşüncelerini paylaşanlardan oluşmaktadır.

Bu noktada sosyal medyanın siyasal toplumsallaştırma etkisi ikinci planda kalmaktadır. İlk sırada tercih edilen, iletişim kanalı olarak kullanım ve üçüncü sırada ele alınabilecek eğlence aracı olarak kullanım yer almaktadır. Sosyal medyadaki kullanıcılar arkadaşlarının paylaşımlarına, günlük bilgilendirme ve haberlere karşı yaygın olarak takipçi konumunda kalmaktadırlar. Bu kitlenin içerisinde siyasal içerikleri takip edenler de yine yaygın olarak takipçi konumunda kalmayı tercih etmektedirler.

Kullanıcıların çoğu günlük yaşamında da bu doğrultuda siyasal kimliğini dışı vurmamaktadır.

Sosyal medya ortamlarının etkisindeki siyasal toplumsallaşmada: cinsiyet, gelir durumu ve öğrenim görülen alan özelliklerinin etkili olmadığı bulgularına ulaşılmıştır. Bu özellikler ile siyasal toplumsallaşmayı belirleyen değişkenler arasında anlamlı ilişkilere rastlanılmamıştır. Gerek sosyal medyanın kullanım sıklığı, gerekse siyasal toplumsallaşma etkileri bakımından bu özellikler artık doğrudan belirleyici değildirler. Sosyal medya ortamlarına erişimin mobilize olması ve ucuzlaması; ekonomik ve kültürel sınıfsal kesimlerin arasında anlamlı farkların ortaya çıkmasını engellemektedir.

Sosyal medya ortamlarının etkisindeki siyasal toplumsallaşmada kültürel kimlik ve siyasal kimliklerin önemli olması düşük anlamlıkta kalmıştır. Ana hipotez ile birlikte ele alındığında sınırlı bir etki ile ortaya çıktığı görülmüştür. Elde edilen bu bulgular neticesinde kültürel ve siyasal kimliğe göre siyasal toplumsallaşma değişkenleri arasında -ilişki dereceleri düşük de olsa- anlamlı ilişkiler vardır. Ancak, siyasal kimlik tercihinin göre sosyal medya kullanımı farklılaşmamaktadır. Hangi siyasal kimlikte olunursa olunsun, sosyal medya kullanımı ile ilgili anlamlı farklar ortaya çıkmamıştır.

Gündemin takip edilmesinde sosyal medya ön planda olmaktadır. Ayrıca sosyal medya kullanımı ile demokratik, katılımcı ve özgürlükçü ortamlar oluşması sağlanmış olsa da siyasal toplumsallaşmada etkisi sınırlı kalmaktadır. Toplumsal paylaşım ağlarının herhangi bir ideolojiye, şirkete, gruba ait olmamasına rağmen bu demokratik ve özgürlükçü ortamın tam anlamıyla kullanılmadığı tespit edilmiştir. Oluşan bu alanı daha çok gündelik yaşamında siyasal tercihlerini açıkça ifade etmekten çekinmeyenlerin kullandığı gözlenmiştir.

Sosyal medyadaki mahremiyet algıları yaygın olarak değişmemektedir. Kullanıcılar, gündelik yaşamlarındaki mahremiyet algılarını genellikle sosyal medya ortamlarında da sürdürmektedirler. Sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet algılarının değişmemiş olmasının yanı sıra siyasal içerikli paylaşımlarda daha cesaretli oldukları söylenemez. Sosyal medya ortamlarında sınırlı bir etkiye sahip olan siyasal toplumsallaşma etkilerinin süreç olarak devam ettiği gözlemlenmiştir.

Bütün bu sonuçlardan sonra sosyal medyanın siyasal toplumsallaşmada yer alan sınırlı etkisinin yanı sıra iletişim ve haberleşme kaynaklı bilgilenme ve örgütlenme doğrultusunda bir etkisinden de söz edilebilir. Bu etkinin de yine daha öncesinden bir araya gelme ve toplanma potansiyeline sahip kitleler üzerinde olduğu, sonuçlardan görülmüştür. Bu

doğrultuda sosyal medya kullanımının örgütlenmelerde genç, kentli kitlelere önemli destek sağladığı söylenebilir.

Sosyal medyanın henüz yeni bir mecra olmasından dolayı siyasal toplumsallaşmaya etkilerinin sanıldığı kadar olmadığı görülmüştür. Eski medya türlerinin bile etkileri henüz tartışılırken, son derece yeni olan bu mecra insanların siyasallıklarını etkilemesi ve dönüştürmesi yaygın tahminlerin altında çıkmaktadır. Buna karşın, ilerleyen zamanlarda, birkaç kuşak sonrası sosyal medyanın ailenin siyasal toplumsallaşmadaki aracı olma rolüne ortak olabileceği tahmin edilmektedir.

Siyasal toplumsallaşma, bir yönü ile bireyin siyasal olarak kültürlenmesini sağlayan bir süreçtir. Dolayısıyla Türkiye’de genel siyasal kültürün toplumdaki yeni üyelere aktarılması bu süreç içerisinde gerçekleşmektedir. Yeni kuşağın, ebeveynlerinden aldıkları bu siyasal-kültürel durum siyaset kurumunun sürekliliğe sahip olma işlevini yerine getirmektedir. Oy verme davranışındaki kararlılık, protesto gösterilerine katılmama ve devlet algısı bunlara verilebilecek örneklerdendir. Bu toplumsal özelliklerin sosyal medya üzerinden oluşturulan toplumsal ağlara aynı paralelde devam etmesi ile sonuçlanmaktadır.

Sosyal medya sürekli artan bir ivmeyle toplumsal yaşamda yer almaya devam etmektedir. Buna karşılık konvansiyonel medya tamamen terk edilmiş değildir. Birçok reklam ve tanıtım bu mecra üzerinden devam etmektedir. Konvansiyonel medyaların maliyetlerinin yüksekliği, medya kuruluşlarını ve kullanıcıları internet ortamındaki sosyal medyaya zamanla yönlendirmektedir. Kitlesele olaylarda artan sosyal medya kullanımları insanların bu kanaldan gelen bilgileri de merak ettiklerini göstermektedir. Ayrıca konvansiyonel medyanın ortaya çıkan olaylarla ilgili hızlı ve zamanında enformasyon akışını sağlayamaması, insanları bu alternatif medya kanallarına sevk etmekte katalizör olmaktadır.

Sosyal medyanın ilerleyen zamanlarda teknik ve sosyal olarak alacağı yeni biçimlerle ve yeni kuşakların gündelik yaşamında var olma sıklığına göre gittikçe artan bir seyirde, toplumsal yaşamı etkileme olasılığı artacaktır. Burada bireyin bahsi geçen bu gelişmeler karşısında alacağı tavır önemlidir. Eğer birey, enformasyon teknolojisinin günden güne sürekli yükselen gelişim seyrine rağmen geleneksel, insani hasletlerin, toplumsal birlikteliklerin geleneksel biçimlerinin öncelikli ve önemli olduğunu düşünüyorsa, o zaman bu tarz gelişmeler doğal olarak görülmeyecek ve bu gelişmelerin bireye herhangi bir etkisi de olmayacaktır. Eğer bireyin bu enformasyon teknolojisinden etkilendiği düşünülüyorsa, bu durumda bu etki seyrinin sürekli artan bir seyirde devam etmesi beklenmelidir. Bu seçenekler arasından bu araştırmanın durduğu nokta, etkilenmenin sınırlı da olsa gerçekleştiği ve bu etkinin beklenenin çok altında kaldığıdır. Fakat ilerleyen zamanlar için bu etkinin artış seyrinde olması mümkündür.

Toplumsal paylaşım ağları, oldukça geniş bir yayılma ve örgütlenme imkânı sunarak, bir anda birçok insanın çevrim içinde bir arada bulunmasını sağlayabilme potansiyeline sahiptir. Bu ise yeni bir örgütlenme ve eylem biçiminin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Daha çok bu mecraı kullananlar için geçerli olan bu yeni örgütlenme ve eylem biçimi elbette toplumu -bu araştırmanın yapıldığı zaman itibari ile- tam anlamıyla temsil etme yetisine sahip değildir. Toplumda var olan bireylerin sosyal medya kullanma sayısı ile birlikte doğru orantılı olarak bu temsil kabiliyeti artacaktır.

Teknolojinin sürekli ilerleyerek gelişmesi daha fazla hız ve imkân sunması sosyal medya ve toplum açısından doğrudan olmayıp daha dolaylı yollar üzerinden bilgi verecektir. Bu konuda asıl veri sağlayacak olan gelişme, toplumsal paylaşım ağlarının çalışma biçimi ve kullanım sıklığıdır. Ağların çalışma biçiminde hangi verinin ne kadar paylaşılabilirliği önemlidir. Kullanım sıklığında ise bireyin gündelik yaşamında ne kadar yer kapladığı ve günlük ihtiyaçlarının ne kadarını bu mecra üzerinden karşıladığıdır. İki binli yıllarda doğan bireylerin sosyal medya ile geçirecekleri zaman kendilerinden önceki kuşaklara göre çok daha fazla olacaktır. Hatta iki binli yıllardan sonra doğan bireylerle, toplumun neredeyse tamamının sosyal medya kullanıcıları olma olasılığı hiçte uzak değildir. Kullanıcı sayısındaki bu artışla birlikte sosyal medyada harcanan ortalama sürenin artışı da beraberinde gelecektir.

Kullanıcı sayısında yaşanacak artışla birlikte sosyal medya, özellikle ekonomi ve siyaset alanlarında aktif olarak kullanılacaktır. Ekonomik açıdan bakılacak olursa, çok uluslu şirketlerin hedef kitlelerine ulaşmaları ve reklamlarını gerçekleştirmeleri için hazır bir ortam sunacaktır. Kapitalist ekonomide önemli bir faktör olan tüketimin teşvik edilmesi ve reklamların sosyal medyada yer alma sıklığı artacaktır. Siyasal açıdan bakıldığında ise iktidarı elde etmek için gerekli kitlelere daha kolay ulaşılacağı için bu mecra da siyasal faaliyetlerin sayısı artacak ve biçimi de dönüşecektir. Sosyal medyada yer alan reklamların ve siyasal faaliyetlerin etkisi gün geçtikçe artacaktır. Gelecekte toplumun büyük bir kesiminin sosyal medya ortamında yer aldığı düşünüldüğünde, bu mecralar oldukça değerlendirilecektir.

Sosyal medya kullanımının yaygınlaşması sosyal medya bağımlılığını gündeme getirmektedir. Bağımlılıkların, teknolojiye ve toplumsal paylaşım sitelerinde sürekli aktif olmaya doğru dönüştüğü gözlenmektedir. Bireylerin sosyal ihtiyaçlarını bu mecralar aracılığı ile görmeye çalışmaları bağımlılığı ortaya çıkaran nedenlerdendir. İnternete bağlı bilgisayar ile gününün büyük bir bölümünü evinde bilgisayar karşısında geçiren birey sosyal ihtiyaçlarını toplumsal paylaşım sitelerindeki beğen, paylaş ve retweet butonları ile karşılamakta ve kendini ifade etmektedir. Toplumsallaşma ve siyasal toplumsallaşmanın farklı insanlarla bir arada bulunarak etkileyip, etkilenmek

üzere işleyen süreci, doğal olmayan bu yollara dönüşmesi zamanla bireyin ruhunda ve toplumun düzeninde alışık olunmadık etkiler oluşturacaktır. Sosyal medya kullanımının bu olumsuz etkileri henüz yaygın olmamakla birlikte, gelecekte yaygınlaşması muhtemel olarak görülmektedir. Bu araştırmanın yapıldığı dönem itibari ile sosyal medyanın siyasal toplumsallaşma için etkili bir sosyalleşme ortamı sunduğunu güçlü bir şekilde söylemek zordur.

Sosyal medya kullanıcılarının arkadaş ve takipçi listeleri yaygın olarak gündelik hayatta tanıdıkları kişilerden oluşmaktadır. Yapılan diğer araştırmalarla da desteklenen bu duruma göre kullanıcıların sosyal sermayelerini bu mecralara taşıyarak gündelik yaşamlarına paralel bir sosyal çevre oluşturdukları gözlemlenmiştir. Dolayısıyla siyasal olarak toplumsallaşma etkisi sosyal medya kullanımından önceki reflekslere göre devam etmektedir. Sosyal medya kullanıcıların, tanınmış kişilere mesaj gönderme, siyasilerle iletişime geçme imkânları kolaylaşmış olsa bile, bu fırsatı kullananların niceliksel olarak oldukça az olduğu gözlenen bir başka olgudur. Bu anlamda sosyal medya ortamlarında, toplumda var olan tabakalar arasındaki sınırların kalktığına yönelik yaklaşımlar bu durumun yaygınlık kazanmamış olmasından dolayı henüz geçerli değildir.

Toplumda kullanım yaygınlığının artması ile sosyal medya mecraları geleceği tahmin faaliyetlerinin de yoğunlaşabileceği alanlar olarak tahmin edilmektedir. Ekonomi alanında özellikle çok uluslu sermayelerin alacakları kararlarda karşılaşacakları sonuçları önceden kestirme alanı olarak kullanılacaktır. Sosyal medya mecraları, ortaya çıkacak riski ve kayıpları en aza indirmek için geri bildirim alanı olarak kullanmaya uygundur. Yüksek kârlar getirecek stratejik kararların alınmasında aktif olarak kullanılabilir. Toplumun neredeyse tamamının sosyal medyada var olacağı zamanlarda siyasal tahminlerde daha kolay yapılabilir. Hayatın her alanında daha fazla yer alması ile birlikte yeni kuşakların toplumsallaşmalarında daha etkili olabileceği daha önce ifade edilmişti. Sadece çok uluslu büyük şirketlerin değil devletlerin de vatandaşlarını bilgilendirme, yönlendirme ve doktrine etme araçları arasında yerini alması oldukça muhtemeldir. Bu doğrultuda siyasal kararların alınmasında kamuoyu yoklamaları bu mecra üzerinden gerçekleştirilebilecektir. Ayrıca sosyal medyanın, genelde siyasal katılma sonuçlarının özelde ise yapılacak seçimlerin daha doğru tahmin edilmesi için geçerli bir alan haline dönüşme ihtimali vardır.

İçeriğini kullanıcıların oluşturduğu sosyal medyada ortaya çıkan enformasyonun etik kaygılar ve disiplin açısından yeterli bir düzene sahip olduğu söylenemez. Dolaşıma giren bilginin viral olarak aniden yayılarak geniş kitlelere ulaşması bu mecraın denetime muhtaç olduğunu göstermektedir. Gerek kullanıcılar ve gerekse bu mecraı teknolojik olarak

sağlayanlar aracılığı ile bu düzenin kurulması oldukça önemlidir. Enformasyon akışındaki denetimsizlik ve etik kaygıların önemsenmeyişi gelecekte yeni kuşakların bu kanallar üzerinden beslenmesi ile etki düzeyinin yükselebileceği ve beklenmeyen boyutlara ulaşabileceği tahmin edilmektedir.

Bu noktada medya okuryazarlığının önemi ortaya çıkmaktadır. Medya okuryazarlığı öğrenme ve öğretme süreci olarak gerek konvansiyonel medyanın gerekse sosyal medyanın nasıl kullanılması gerektiğini, içeriğin üretilmesinde ve tüketilmesinde seçim yapabilme becerisinin geliştirilmesinde önemli katkılar sağlayacaktır. Yeni kuşakların, içeriğini büyük oranda kullanıcıların oluşturduğu bu toplumsal paylaşım ağlarına karşı geliştirecekleri tutumlarının bu sayede daha bilinçli olacağı kesindir. Bu bilincin oluşması ne kadar erken yaşlarda sağlanırsa bireyin de kendini güvene alması ve enformasyon akışı karşısında kendisini uygun bir şekilde konumlandırabilmesi bir o kadar erken gerçekleşecektir.

Araştırma kapsamında yapılan gözlemlerin, örnekleme yönelik anket bulgularının ve literatürde yer alan teorik okumaların çerçevesinde ulaşılan sonuçlar bu şekildedir. Toplumsal yaşamın her alanında kendini gösteren sosyal medya faktörü, sosyal bilimlerce araştırılmaya açıktır. Bu araştırmanın, sosyal medya ve siyasal toplumsallaşma konularında bundan sonraki yapılacak araştırmalara temel oluşturması bakımından katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Teknolojik determinizmin etkisinde kalmadan çoklu tekniklerin kullanıldığı disiplinler arası çalışmalar, gündemde popüler olan bu konulara karşı geçekliğe en yakın sonuçların ortaya çıkmasını sağlayacaktır. Bununla birlikte bu çalışmalar, çalışmanın yapıldığı döneme ait özgül geçekliğe açıklama ve yorumlamada katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

Akın, M. H. 2009. *Siyasal Toplumsallaşma Sürecinde Gençlik, Teorik ve Uygulamalı Bir Çalışma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Alkan, T. 1979. *Siyasal Toplumsallaşma, Siyasal Bilincin Gelişmesinde Ailenin, Okulun, ve Toplumsal Sınıfların Etkisi*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.

Altunışık, R., Çoşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. 2010. *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Spss Uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Ascher, W., ve Hirschfelder-Ascher, B. 2005. *Revitalizing Political Psychology, The Legacy of Harold D. Lasswell*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Babacan, M. E. 2012. *Toplumsal Paylaşım Ağlarında Sosyal Sermaye Pratikleri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Bakıroğlu, C. T. 2013. Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları. *Akademik Bilişim*. Antalya.

Bozkurt, V. 2004. *Değişen Dünyada Sosyoloji*. İstanbul: Alfa Yayınları.

Cangöz, İ. 2012. İletişim Sosyolojisinde Tanımlar ve Kavramlar. H. Tüfekçioğlu içinde, *İletişim Sosyolojisi* (s. 2-24). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Castells, M. 2013. *İsyân ve Umut Ağları, İnternet Çağında Toplumsal Hareketler*. (E. Kılıç, Çev.) İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.

Castillo, C., Mendoza, M., ve Poblete, B. 2011. Information Credibility on Twitter. Hyderabad, India: International World Wide Web Conference Committee.

Çıldan, C., Ertemiz, M., Tumuçin, H. K., Küçük, E., ve Albayrak, D. 2012. Sosyal Medyanın Politik Katılım ve Hareketlerdeki Rölü. *Akademik Bilişim*. Uşak.

Çile, A. 2012, Ekim 24. *Sosyal Medya Tarihçesi*. Ocak 25, 2013 tarihinde Sosyaling: <http://www.sosyaling.com/sosyal-medya-tarihcesi/> adresinden alındı

Dursun, D. 2002. *Siyaset Bilimi*. İstanbul: Beta Basım Yayım.

Dursun, D. 2012. Siyaset ve Birey: Siyasal Katılma. D. Dursun, ve M. Altunoğlu içinde, *Siyaset Bilimi* (s. 90-121). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Easton, D. 1965. *A Systems Analysis of Political Life*. New York.

Ete, H., ve Taştan, C. 2013. *Kurgu ile Gerçeklik Arasında Gezi Eylemleri*. Ankara: SETA Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı.

Gayo-Avello, D. 2012. *A Balanced Survey on Election Prediction using Twitter Data*. Spain: Department of Computer Science - University of Oviedo.

Goffman, E. 2009. *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. (B. Cezar, Çev.) İstanbul: Metin Yayınları.

Kim, W., Jeong, O.-R., ve Lee, S.-W. 2010. On Social Web Sites. *Information Systems* (35), 215-236.

Kışlalı, A. T. 1999. *Siyaset Bilimi*. Ankara: İmge Kitabevi.

Korkmaz, A. 2012. Arap Baharı Sürecinde İnternet ve Sosyal Medyanın Rolü. International Symposium on Language and Communication: Research Trends and Challenges (s. 2147-2153). İzmir: The Institute of Language and Communication Studies (ILCS).

Neothem. (2006, Aralık 6). Easton-System of political-life. Eylül 5, 2013 tarihinde Wikipedia: http://en.wikipedia.org/wiki/File:Easton-System_of_political-life.PNG adresinden alındı

O'Reilly, T. (2005, Eylül 30). *What Is Web 2.0*. 12 20, 2013 tarihinde O'Reilly: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> adresinden alındı

Pesen, M. M. (2012, Mayıs 3). *Seçim Sonuçları Niçin Twitter'dan Tahmin Edilemez ve Türkiye Örnekleri*. Aralık 16, 2013 tarihinde E-Siber Bilgi-İletişim Teknolojileri: <http://www.e-siber.com/sosyal-medya/secim-sonuclari-twitter-dan-nicin-tahmin-edilemez-ve-turkiye-ornekleri/> adresinden alındı

Pesen, M. M. (2011, Eylül 18). *Sosyal Medyanın Arap Baharı'ndaki Rolü Bilimsel Olarak Kanıtlandı*. Aralık 16, 2013 tarihinde E-Siber Bilgi-İletişim Teknolojileri: <http://www.e-siber.com/sosyal-medya/sosyal-medyanin-arap-baharindaki-rolu-bilimsel-olarak-kanitlandi/> adresinden alındı

Pesen, M. M. (2011, Mart 30). *Twitter'da Paylaşılan Haber ve Bilgilerin Güvenilirlik Problemi*. Aralık 16, 2013 tarihinde E-Siber Bilgi-İletişim Teknolojileri: <http://www.e-siber.com/sosyal-medya/twitter-da-paylasilan-haber-ve-bilgilerin-guvenilirlik-problemi/> adresinden alındı

Tokgöz, O. 1978. Siyasal Toplumsallaşmada Kitle Haberleşme Araçlarının Rolü ve Önemi. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi* , 33, 79-92.

TUIK. 2013. *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması*.

Turan, İ. 1976. *Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış*. İstanbul: Der Yayınevi.

Turner, B. S. 2006. *The Cambridge Dictionary of Sociology*. New York: Cambridge University Press.

Ulutaş, U., ve Furkan, T. 2011. *Seta Analiz, Devrimden Demokrasiye Tunus'un Seçimi*. Ankara: SETA Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı.

Yılmaz, N. 2013. Sosyalleşme Sürecinin Siyasallaşma Boyutu. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi* , 9 (19), 319-332.