

PAPER DETAILS

TITLE: Facebook ve Twitter Kullanicilarinin Siyasal Katilim Egilimlerinin Incelenmesi Üzerine Bir Arastirma

AUTHORS: Kürsad ÖZKAYNAR,Remzi ALTUNISIK,Tarik YOLCU

PAGES: 97-109

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1023001>

SIYASET, EKONOMİ ve YÖNETİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ



RESEARCH JOURNAL OF
POLITICS, ECONOMICS AND MANAGEMENT

October 2017, Vol:5, Issue:5

Ekim 2017, Cilt:5, Sayı:5

P-ISSN: 2147-6071

E-ISSN: 2147-7035

Journal homepage: www.siyasetekonomiyonetim.org



Facebook ve Twitter Kullanıcılarının Siyasal Katılım Eğilimlerinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma

A Research on Investigation of Political Participation Tendencies of Facebook and Twitter Users

Öğr. Gör. Kürşad ÖZKAYNAR

Cumhuriyet Üniversitesi, kozkaynar@cumhuriyet.edu.tr

Prof. Dr. Remzi ALTUNİŞİK

Sakarya Üniversitesi, altunr@sakarya.edu.tr

Öğr. Gör. Tarık YOLCU

Sakarya Üniversitesi, tyolcu@sakarya.edu.tr

DOI: <https://doi.org/10.25272/j.2147-7035.2017.5.5.09>

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Geliş 11 Ağustos 2017
Düzeltilme Geliş 14 Ekim 2017
Kabul 15 Ekim 2017

Anahtar Kelimeler:

Siyasal Katılım, Facebook, Twitter

© 2017 PESA Tüm hakları saklıdır

ÖZET

Çalışmada, Tola (2007) tarafından kullanılmış olan 27 soruluk Siyasal Katılım Ölçeği kullanılmış olup, katılımcıların katılım düzeylerinin (aktif katılım, sivil katılım ve pasif katılım) belirlenmesi amaçlanmıştır. Ayrıca siyasal katılımı etkileyen sosyal, kültürel, ekonomik ve demografik unsurları tespit edebilmek amacıyla ilgili sorular da eklenmiştir.

Araştırma bağlamında katılım düzeylerinin belirlenmesi ve katılım düzeyinin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğinin tespiti amaçlanmıştır. Ayrıca siyasi görüşlere göre veya siyasi partilere göre siyasal katılım derecelerinde farklılık olup olmadığı da inceleme kapsamındadır. Bunun yanında, sosyal medyanın, siyasal katılım düzeylerinde fark yaratıp yaratmadığı, yaratıyorsa bunda etkili olan unsurların tespiti de araştırma amaçlarındandır. Bu yönüyle çalışmanın, literatüre katkı sağlaması ve siyasal pazarlama çalışmalarında girdi olarak kullanılması da beklenmektedir.

ARTICLE INFO

Article History:

Received 11 August 2017
Received in revised form 14 October 2017
Accepted 15 October 2017

Keywords:

Political Participation, Facebook, Twitter

© 2017 PESA All rights reserved

ABSTRACT

In the study, we have used a 27-item the Political Participation Scale used by Tola (2007) with the aim of assessing participants level of participation (as active participation, civil participation, passive participation). Additionally, some related questions to political participation have been added to identify the role of social, cultural, economic and demographic factors.

In the context of the study, it was aimed to assess participation levels of individuals and to determine if the demographic characteristics of individuals have an impact on participation levels. Besides, we wanted examine whether there is a difference in political participation rates in accordance with political opinions or political party affiliation. Furthermore, another purpose of the study was to determine whether the communication technologies have an impact on the level of affiliation, and if has, then what factors are effective on this process. It is also expected that the study will contribute to the literature and be used as input in political marketing studies in the future.

GİRİŞ

Elisabeth Noelle Neumann Kamuoyu: Suskunluk Sarmalının Keşfi adlı eserinin üçüncü baskıya önsözünü şu şekilde bitirir (Noelle-Neumann, 1998);

“Aristoteles şunu öğretmişti bize: Halkın desteğini yitiren bir kral, kral değildir artık. Ne kraldır, ne diktatör ne de bir erk sahibi. Biz onların nasıl düştüğünü gördük. Goethe’nin şu sözlerini anımsayalım: Diyebilirsiniz ki, biz de oradaydık”.

Görüldüğü üzere, siyasal katılım davranışı, sadece demokrasinin insanoğluna hediyesi değildir. Siyasal katılım davranışı, insan doğasının yaratılıştan gereği, onunla var olan içgüdüsel bir durumdur. İnsanın, kendisinin yönetilmesine ve yönetim şekline ilgisiz olması (türü ne şekilde olursa olsun) düşünülemez.

Çam (1995), siyasal davranış çalışmalarının, siyaset incelemelerinde hüküm süren tarihsel betimleyici ve normatif çalışmalara karşı olarak ortaya çıkmasından bahseder.

Siyasal davranışlar ve özelinde siyasal katılım davranışı, iletişim teknolojilerindeki artış ile birlikte yeni bir hal almıştır. Gazetelerden sonra radyonun, onun arkasından da televizyonun insanlar üzerindeki etkilerinden dolayı, söz konusu medya türü dördüncü güç olarak anılmakta idi. Gerçekten de toplum üzerindeki etkileri düşünüldüğünde yasama, yürütme ve yargıdan sonra medyanın dördüncü güç olduğunu söylemek mümkündür. Yine toplum üzerindeki etkileri düşünüldüğünde, yeni bir güç, her geçen gün ilerlemektedir. Beşinci güç denilen internet, geleneksel medya gibi toplumu etkisi altına alırken aynı zamanda geleneksel medyadan giderek farklılaşmaktadır.

Erdoğan’a göre (2013) dördüncü güç olan medya, zaman içerisinde sermaye tandanslı yapıların kontrolüne girmiş, onların parçası olmuştur. Yanlı hareket eden medya doğal olarak sorgulanmış güvenilirliğini yitirmiştir. İnternet kümülatif birikimimizi, basılı kültürden, dijital kültüre aktarmış, iletişim teknolojilerindeki gelişmeler de interneti güçlendirmiştir. Vatandaşların interneti etkin kullanımı, hükümetleri, devletleri, yöneticileri ve onların politikalarını denetleme imkanını da beraberinde getirmiştir.

Bunun yanı sıra siyasetle ilgilenmeyen pasif katılımcılar da, söz konusu bu yeni mecralardan daha fazla etkilenme olasılığı ile karşı karşıyadır. Bu durum, pasif katılımcıları, aktif hale getirebilir. Daha önce siyasete ilgi duymayan bireyler, sosyal medyada karşılaştıkları bir paylaşımdan, bir yorumdan, ülkenin geleceğine dair bir haberden etkilenebilir ve siyasete ilgi duymaya başlayabilir. Aynı şekilde, yoğun mesajlardan ve gün içerisinde yüzlerce siyasi yorum ve paylaşımlardan sıkılan sosyal medya kullanıcılarının siyasetten uzaklaştığı da nesnel yollarla gözlemlenmektedir.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Siyaset

Sosyal bilimlerin hemen tamamında görülen “çok fazla tanım sorunu” burada da ortaya çıkmaktadır. Her kavramın, onu tanımlayan kişi kadar tanımı vardır. Bu sebeple bir kavram hakkında tek bir tanım verilmesi zordur.

Heywood (1994) bu tanımların ortak özelliklerini çıkarmıştır. Şöyle ki,

- Siyaset, bir faaliyettir, her ne kadar Siyaset akademik disiplin olarak görülse de açık bir şekilde o “siyasi” faaliyetleri konu alır.
- Siyaset, insanlar arasındaki ilişkilerde kendini gösteren sosyal bir etkinliktir.
- Siyaset, çok farklı düşünce, istek, ihtiyaç ve ilginin varlığıyla gelişir.
- Farklılıklar çatışmalarla çok yakından ilişkilidir. Siyaset, farklı görüşlerin ifade edilmesi, rakip amaçların mücadelesi ve uzlaşamayan çıkarların çatışmasıdır.
- Siyaset, bir şekilde insanlar üzerinde bağlayıcı kabul edilen ortak kararları kendisine konu alır.

Siyaset tanımının bu ortak özelliklerinden sonra siyasal davranışı açıklamak gerekmektedir.

Siyasal Davranış

Fransız siyaset bilimcisi Jean Blondel'e göre sosyal davranışlar arasında insanın içinde yaşadığı siyasal topluma karşı gösterdiği tepkiler sosyal davranışlarını oluşturmaktadır. Kişinin tutum ve yönetimleri siyasal davranışını belirleyen, etkileyen dürtüler olarak önem taşırlar. Örneğin siyasete duyulan ilgi, siyasal bilgi, siyasal etkinlik duygusu, vatandaşlık duygusu gibi tutum ve yönetimler kişinin içinde yaşadığı topluma eylem biçiminde gösterdiği tepkileri büyük ölçüde etkiler (Çam, 1995).

Siyasal davranış birçok şekilde kendisini gösterebilir. Kişiler, toplumu yönetenlerin iş ve eylemlerini destekleyebilecekleri gibi bunları eleştirme ve değiştirme yoluna da gidebilirler. Tüm bu amaçlarını gerçekleştirmek için çeşitli davranış şekilleri gösterebilirler. Örneğin vergi vermek dahi bir siyasal davranıştır. Siyasal davranış ile siyasal katılım arasındaki fark burada ortaya çıkmaktadır. Ödenen verginin türünü, miktarını benimsemek veya karşı çıkıp değiştirmek için yapılan tüm eylemler ya da eylemsizlikler siyasal katılım kapsamında incelenir. Burada siyasal katılım kavramına da kısaca değinmekte fayda vardır.

1.2. Siyasal Katılım

Siyasal katılımın çerçevesini çizebilmek için literatürdeki bazı ifadeler şöyle özetlenebilir. Örneğin Nie, Verba, ve Converse (1989) siyasal katılımı, vatandaşların hükümet yetkililerinin seçimini ve onların yaptıkları işleri doğrudan ya da dolaylı olarak etkilemek amacıyla giriştikleri yasal eylemler olarak tanımlamaktadırlar.

Dursun (2008) ise kısaca bireylerin siyasal rol oynamalarını, davranış ve eylemlerde bulunmalarını siyasal katılım olarak adlandırır.

Dursun (2008) söz konusu eserinde, siyasal katılımın her zaman yasal yollarla olmayabileceğine de vurgu yapar. Yasal yollarla yapılan oy vermek, mitinglere katılmak, siyasi kişilerle ilişki kurmak, siyasi partilere üye olmak gibi davranışlar olağan siyasal katılma biçimleri olarak adlandırılırken, grev yapmak, trafiği engellemek, boykot, işgal gibi eylemleri olağan dışı siyasal katılma biçimleri olarak adlandırır.

Bu çalışma, siyasal katılım sınıflandırmasında Çam'ın (1995) siyasete katılmamayı da siyasal katılım tasnifine eklemesini destekler.

Bize göre de yukarıda sayılanlara ek olarak eylemsizlik de bir siyasal davranış biçimi olarak ele alınmalıdır. Çünkü toplumun bir kesiminin eylemsizliği, siyasete katılmaması, yine de siyasete yön vermekte, etkilemekte ve şekil vermektedir. Örneğin Türkiye'de yürürlükte olan Ülke Barajlı D'hont Seçim Sistemi dolayısıyla oy vermeyen vatandaşların bu davranışları, ilk sıradaki partilerin işine yaramakta, toplam nüfusun yaklaşık ¼'ünü alan siyasi parti ülkenin tümünü tek başına yönetmektedir. Seçmen nüfusunun da yarıdan biraz azını alan bir parti tek başına ülkeyi yönetme gücünü kazanmaktadır (2015 seçimleri gibi). Yine 2002 seçimlerinde oyların yaklaşık %45'i meclis dışında kalmış temsil edilmemiştir.

Bu açıklamalar ışığında kısaca siyasal katılımı, aktif katılım, pasif katılım ve katılımsızlık olarak sınıflandırabiliriz. Çam'ın (1995) Milbrath'dan aktardığında göre aktif katılımı da gözlemci eylemler, aracı eylemler ve mücadeleye yönelik eylemler olarak derecelendirebiliriz. Şöyle ki,

Gözlemci eylemler;

- Oy kullanmak
- Siyasi tartışmalara katılmak
- Başkalarını kendi görüşü için ikna etmek
- Rozet takmak

Bunlara Türkiye'de çok görülen, araçlara, evlere parti bayrağı asmak, siyasi parti liderinin posterini kullanmak gibi eylemler de sayılabilir.

Aracı eylemler;

- Siyasi kişiliklerle iletişim kurmak

- Partiye ya da adaya maddi yardımda bulunmak (Bu durum ülkemizde ABD’de olduğu gibi kanunen mümkün değildir. Yalnızca ilk kez yapılan halkın Cumhurbaşkanını seçtiği seçimlerde yardım yapılmıştır. Bunun haricinde nakdi ve aynı yardımlar gayriresmi yollardan yapılmaktadır)

- Mitinglere katılmak

Mücadeleye yönelik eylemler;

- Seçim kampanyalarına katılım sağlamak,

- Resmi parti üyeliği ve faal olarak çalışmak,

- Strateji belirlenen toplantılara katılım sağlamak,

- Aday olmak,

1.3. Siyasal Katılım ve Sosyal Medya

Günümüzde sosyal medyanın yayılması ile beraber siyasal katılım düzeyleri de hem artmış hem de daha görünür olmuştur.

Bir kullanıcının Facebook ya da Twitter hesabına baktığınızda neredeyse hemen herkesin siyasi görüşünü, siyasal olaylar karşısındaki fikirlerini öğrenmeniz mümkündür. Twitter’da sayfa akışı saniyeler içinde gerçekleşmekte, Facebook’ta ise bir günde milyarlarca paylaşım yapılmaktadır. Bir olay, bir haber, bir fotoğraf bile hızla yayılmakta hemen herkes bu konudaki fikrini beyan etmektedir. Başkaları ile etkileşime girilmekte, fikirler karşı tarafa aktarılmaya çalışılmaktadır. Normalde seçimden seçime sadece siyasi parti yönetimlerinin yaptığı vatandaşları ikna ve siyasi partiyi veya görüşü anlatma çalışmaları, günümüzde masa başında hemen her an her saniye sürdürülmektedir.

2. ÇALIŞMANIN AMACI, METODOLOJİSİ, ÖNEMİ VE LİTERATÜRE KATKISI

Araştırma bağlamında, katılım düzeylerinin belirlenmesi ve katılım düzeyinin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğinin tespiti amaçlanmıştır.

Ayrıca siyasi görüşlere göre veya siyasi partilere göre siyasal katılım derecelerinde farklılık olup olmadığı da inceleme kapsamındadır.

Bunun yanında, sosyal medyanın, siyasal katılım düzeylerinde fark yaratıp yaratmadığı, yaratıyorsa bunda etkili olan unsurların tespiti de araştırma amaçlarındandır.

Bu yönüyle çalışmanın, literatüre katkı sağlaması ve siyasal pazarlama çalışmalarında girdi olarak kullanılması da beklenmektedir.

İnternet ortamında oluşturulan anket, kolayda örnekleme yöntemi seçilerek hedef kitleye ulaştırılmıştır. 06-31 Ekim 2017 tarihleri arasında 351 anket çevrimiçi ortamda yapılmıştır. Veriler SPSS ortamında analiz edilmiştir. Anketin online ortam olarak tercih edilmesinin sebebi, araştırma konusuna olan uygunluğudur.

3. BULGULAR

İnternet üzerinden yapılan anket sonuçları aşağıdaki gibi şekillenmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Cinsiyet Dağılımları

Cinsiyetiniz	Frekans	Yüzde
Erkek	257	73,2
Kadın	94	26,8
Toplam	351	100,0

Tablo 1’de katılımcıların cinsiyet dağılımları görülmektedir. İlerleyen cevaplarda da görüleceği üzere ülkemizde halen kadınların siyasete katılımı beklenen seviyede değildir. Bu durum anketi cevaplama arzusuna da yansımaktadır. Sosyal medya kullanımı açısından kadınlar ile erkekler arasında bariz bir fark

olmadığı bilinmektedir. Ancak konu siyaset olunca, kadınların çalışmaya katılımları düşük gerçekleşmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Yaş Dağılımları

Yaşınız	Frekans	Yüzde
18 - 25	111	31,6
26 - 33	78	22,2
34 - 41	76	21,7
42 - 49	49	14,0
50 +	37	10,5
Toplam	351	100,0

Çalışmada yaş dağılımı beklenen seviyede gerçekleşmiştir. Gençlerin sosyal medyada daha aktif oldukları düşünüldüğünde Tablo 2'deki dağılımın, kabul edilebilir normal dağılım olduğu söylenebilir. Tabloda da görüldüğü üzere katılımcıların % 31,6'sı 18-25 yaş, % 22,2'si 26-33 yaş, % 21,7'si 34-41 yaş, % 14'ü 42-49 yaş aralığında, % 10,5'i ise 50 yaş üzeridir.

Tablo 3: Katılımcıların Eğitim Seviyeleri Dağılımları

Eğitiminiz (Alınan en son diplomaya göre)	Frekans	Yüzde
İlköğretim	6	1,7
Lise	108	30,8
Lisans	187	53,3
Lisansüstü	50	14,2
Toplam	351	100,0

Çalışmaya katılanların % 1,7'si ilköğretim, % 30,8'i lise, % 53,3'ü lisans ve % 14,2'si lisansüstü derecede mezuniyetleri olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 4: Katılımcıların Coğrafi Dağılımları

Bölge	Frekans	Yüzde
Belirtilmemiş	88	25,1
Akdeniz	25	7,1
Doğu Anadolu	7	2,0
Ege	17	4,8
Güneydoğu Anadolu	13	3,7
İç Anadolu	85	24,2
Karadeniz	36	10,3
Marmara	80	22,8
Toplam	351	100,0

Katılımcıların coğrafi dağılımları Tablo 4'de görüldüğü gibi şekillenmiştir. Katılımcıların % 25,1'inin yaşadıkları coğrafi bölgeyi dahi söylememeleri, Türkiye'de siyasi anket çalışmalarının ne kadar zor olduğunu göstermesi açısından önemlidir. İnsanların tedirginlikleri anketin son kısmında yer alan notlar bölümüne de yansımıştır.

İsim, kimlik no vb. özel bilgiler sormamamıza rağmen 105 numaralı anket formu cevaplayıcısı, 657'ye tabi memur olduğunu, bununla birlikte sorulara cevap verdiğini belirtme ihtiyacı duymuştur. Yine 259 no'lu anket formunun cevaplayıcısı olan katılımcımız "fişlemeyecekseniz gayet güzel" şeklinde not düşmüştür.

328 numaralı anket formunun cevaplayıcısı olan katılımcımız çalışmanın tehlikesine dikkat çekmiş, dış güçlerin bu verileri kullanmasından çekincesini şu sözlerle belirtmiştir: “Ayrımcılığa sevk edebilir ve dış güçler bu ankete göre iç kavgaları geliştirecek stratejiler uygulayabilirler, tehlikeli buldum açıkçası, ama bu hesapların üstünde bir hesap yapan vardır :) onun için çok tınlamıyorum, hayırla çalışınız hesap çok zor olacak”.

Aşağıdaki tablo ise kullanıcıların siyasal katılım ile ilgili tutumları hakkında bize fikir vermektedir.

Tablo 5: Siyasal Katılım ile ilgili tutumlar

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Bir siyasi partiye üye olmak isterim.	9,4	11,1	9,4	27,4	42,7
2. Bir siyasi partinin gençlik koluna üye olmak isterim.	10,0	14,5	9,4	28,2	37,9
3. Yasal olarak uygun yaşa gelince oy kullanırım.	,6	,9	0,6	17,4	80,6
4. Bir siyasi makam için aday olmayı planlıyorum.	21,4	24,2	19,4	16,2	18,8
5. Siyasetle ilgili bir sivil toplum örgütüne üye olmak isterim.	12,0	12,3	12,5	25,1	38,2
6. Kitle iletişim araçlarında siyasi gelişmeleri takip ederim.	3,7	4,0	2,3	30,2	59,8
7. Bir siyasi partinin ya da adayın seçim kampanyasında çalışmalarda bulunmak isterim.	12,8	12,5	14,0	25,1	35,6
8. Siyasi konularda fikir yürütmek hoşuma gider.	4,0	4,8	5,4	33,6	52,1
9. Yeteri kadar param olsa, ve kanunen ülkemizde serbest olsa bir siyasi partinin ya da adayın kampanyasına para yardımı yapmak isterim.	16,8	13,4	12,0	24,8	33,0
10. Siyasetle ilgili fikir tartışmaları yaparım.	4,0	4,6	4,3	33,3	53,8
11. Bir siyasi partinin yayınlarını izlerim.	5,1	7,1	9,7	30,2	47,9
12. Bir siyasi partinin düzenlemiş olduğu toplantı, gösteri gibi etkinliklere katılırım.	9,4	10,3	11,1	28,2	41,0
13. Toplumsal bir konu için toplu yürüyüş eylemlerine katılmak isterim.	5,1	6,6	6,3	31,9	50,1
14. Bir siyasi partinin düşüncelerini yaymak isterim.	7,7	9,4	11,7	24,8	46,4

15. Toplumsal bir konuda yanlışlara dur demek için gerekli görürsem, bir boykot eylemine katılmak isterim.	5,1	4,3	6,8	33,0	50,7
16. İnsanların siyasi düşüncelerini üye olduğum partinin siyasi anlayışına göre etkilemek isterim.	10,5	12,5	10,0	30,5	36,5
17. İnternet üzerinde gerçekleştirilen bir protesto eylemine katılmak isterim.	9,1	9,7	14,5	31,9	34,8
18. Siyaset ile ilgili basın açıklamalarına katılmayı anlamlı bulurum.	9,1	13,1	14,8	29,3	33,6
19. Bir siyasi parti lideri ya da üyeleriyle ilişkide bulunurum.	10,5	9,4	11,7	29,3	39,0
20. Yaşadığım çevre ile ilgili sorunların çözümü için siyasal yönetimi etkilemeye çalışırım.	4,6	6,8	11,7	31,1	45,9
21. Bir kimseyi belirli bir yönde oy kullanmak için ikna etmeye çalışırım.	9,1	10,3	8,3	29,6	42,7
22.Dergi ve gazetelerden siyasal olayları düzenli olarak takip ederim.	5,4	7,1	10,8	33,6	43,0
23. Herhangi bir durumu değiştirmek için imza toplama eyleminde bulunurum.	6,3	10,0	18,5	31,9	33,3
24. Siyasi nedenlerle belirli marka veya markaları boykot eder ve/ya satın almam.	10,8	9,7	16,2	25,1	38,2
25. Siyasi nedenlerle belirli mağaza veya mağazalardan alışveriş yapmam.	10,5	9,7	14,8	25,6	39,3
26. Ailem politik konularla ilgilenmemi olumlu karşılar.	8,5	11,1	19,7	31,1	29,6
27. Siyasi nedenlere dayalı imza kampanyalarına imza atarak katılırım.	8,5	10,8	12,3	26,2	42,2

Katılıyorum ve Tamamen Katılıyorum seçeneklerini birlikte ele aldığımızda en yüksek oranın % 98 ile “Yasal olarak uygun yaşa gelince oy kullanırım” cevabı olduğu görülmektedir. Ardından % 90 ile “Kitle iletişim araçlarından siyasi gelişmeleri takip ederim” cevabı gelmektedir. Üçüncü en yüksek oran ise “Siyasetle ilgili fikir tartışmaları yaparım” cevabına aittir.

En düşük üç orana bakacak olursak sırasıyla, “Ailem politik konularla ilgilenmemi olumlu karşılar” cevabı % 60,7 iken, “Yeteri kadar param olsa ve kanunen ülkemizde serbest olsa bir siyasi partinin ya da adayın kampanyasına para yardımı yapmak isterim” cevabı % 57,8 ile sondan ikinci sırada gelmektedir. Son sırada ise % 35 oranı ile “Bir siyasi makam için aday olmayı planlıyorum” cevabı gelmektedir.

Tablo 6: Siyasal Katılım ile ilgili davranışlar

	Cevap Vermek İstemiyorum	Hiçbir Zaman	Çok Nadir	Bazen	Sık Sık	Her Zaman
Seçimlerde oy kullanırım.	0,6	3,7	8,5	3,4	3,7	80,1
Başkalarını siyasi partime oy vermeleri için ikna etmeye çalışırım.	2,0	17,7	13,7	13,7	12,8	40,2
Seçimlerde adaya/partiye gönüllü olarak elimden gelen yardımı yaparım.	2,3	16,2	16,2	14,0	12,0	39,3
Yasal gösterilere/mitinglere vb. etkinliklere katılırım.	2,6	13,1	16,5	17,9	14,8	35,0
İzinsiz eylem/yürüyüş vb. etkinliklere katılırım.	4,0	55,8	13,7	12,5	4,3	9,7
Sosyal medya hesaplarımda siyasi konularda paylaşımda bulunurum.	2,3	15,7	19,7	15,7	14,0	32,8
Siyaset ile ilgili gazete/kitap/dergi vb okurum.	4,0	10,5	12,5	16,5	16,8	39,6

Tablo 6 incelendiğinde katılımcıların oy kullanma konusunda aktif olduklarını, ancak başkalarını ikna etme, seçimlerde çalışma, gösterilere veya mitinglere katılma, sosyal medyada siyasi paylaşımda bulunma gibi eylemlerde pasife yakın bir davranış sergiledikleri görülmektedir. Yabancı medyada sık gördüğümüz boykot, yürüyüş gibi eylemlere katılım konusunda katılımcılarımızın isteksiz oldukları da yine bu tabloda görülmektedir.

Tosun ve Tepeciklioğlu (2012), siyasal katılımı etkileyen faktörleri üç gruba ayırmıştır. Bunlar aşağıdaki gibi listelenebilir;

1. Sosyo – Ekonomik Etkenler
 - 1.1. Gelir
 - 1.2. Meslek
 - 1.3. Eğitim
 - 1.4. Yaş
 - 1.5. Cinsiyet
 - 1.6. Yerleşim Yeri
2. Psikolojik Etkenler
3. Diğer Etkenler

Çalışmada bu etkenlerin bazıları, katılımcıların verdikleri birkaç cevap ile kıyaslanmıştır. Aşağıdaki ilk bölümde cinsiyet açısından verilen cevaplar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilen değerler verilmiştir. Örneğin kadınlar ile erkekler arasında bir siyasi partiye olma isteği kıyaslandığında anlamlı bir farklılık göze çarpmaktadır. Bu durum Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7: Cinsiyet ile Bir Siyasi Partiye Üye Olma İsteği arasındaki ilişki

		1. Bir siyasi partiye üye olmak isterim.					Total
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Cinsiyetiniz	Erkek	10,1%	9,7%	6,6%	26,8%	46,7%	100,0%
	Kadın	7,4%	14,9%	17,0%	28,7%	31,9%	100,0%
Total		9,4%	11,1%	9,4%	27,4%	42,7%	100,0%

Pearson Chi-Square Değeri: 13,708 Asymp. Sig:0,008

Siyasi konularda fikir yürütme arzusunda ise yine kadınlar ile erkekler arasında anlamlı bir farklılık görülmektedir. Bu durum Tablo 8’de görülmektedir.

Tablo 8: Cinsiyet ile Siyasi Konularda Fikir Yürütme Arzusu arasındaki ilişki

		8. Siyasi konularda fikir yürütmek hoşuma gider.					Total
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Cinsiyetiniz	Erkek	2,7%	2,7%	3,5%	32,7%	58,4%	100,0%
	Kadın	7,4%	10,6%	10,6%	36,2%	35,1%	100,0%
Total		4,0%	4,8%	5,4%	33,6%	52,1%	100,0%

Pearson Chi-Square Değeri: 26,617 Asymp. Sig:0,000

Tablo 9’da erkeklerin kadınlara oranla toplumsal bir konu için toplu yürüyüş vb etkinliklere katılma arzularının daha yüksek olduğu görülmektedir. Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevap şıklarının toplamını aldığımızda erkeklerin % 85,2 ve kadınların da % 73,7 oranında bu tarz etkinliklere katılma arzusunda oldukları görülmektedir.

Tablo 9: Cinsiyet ile Toplumsal Bir Konu İçin Toplu Yürüyüş Eylemlerine Katılmak Arzusu arasındaki ilişki

		13. Toplumsal bir konu için toplu yürüyüş eylemlerine katılmak isterim.					Total
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Cinsiyetiniz	Erkek	5,4%	4,3%	5,1%	31,5%	53,7%	100,0%
	Kadın	4,3%	12,8%	9,6%	33,0%	40,4%	100,0%
Total		5,1%	6,6%	6,3%	31,9%	50,1%	100,0%

Pearson Chi-Square Değeri: 12,457 Asymp. Sig:0,014

Kadınların siyasetteki pasif konumu, siyasi partilerin düşüncelerini ve politikalarını yayma arzusunda da kendisi göstermektedir. Tablo 10 incelendiğinde bu durum daha açıktır. Yine olumlu ifadelerin birleşimi baz alındığında erkeklerin % 74,8 oranına karşılık, kadınların % 61,7 oranında kaldıkları görülmektedir.

Tablo 10: Cinsiyet ile Bir Siyasi partinin Düşüncelerini Yayma Arzusu arasındaki ilişki

		14. Bir siyasi partinin düşüncelerini yaymak isterim.					Total
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Cinsiyetiniz	Erkek	7,4%	7,0%	10,9%	23,0%	51,8%	100,0%
	Kadın	8,5%	16,0%	13,8%	29,8%	31,9%	100,0%
Total		7,7%	9,4%	11,7%	24,8%	46,4%	100,0%

Pearson Chi-Square Değeri: 13,615 Asymp. Sig:0,009

Diğer bir demografik değişken olan yaş değişkenine göre çalışma incelendiğinde, siyasal katılım konusundaki tutumlarda anlamlı farklılıkların olmadığı tespit edilmiştir.

Genç kuşakta siyasi partilere üye olma konusunda kararsızlığın diğer yaş gruplarına göre daha fazla olduğu gözlenmiştir. Bu durum aşağıdaki tabloda daha açık görülebilir.

Tablo 11: Yaş ile Bir Siyasi Partide Üyelik Arzusu arasındaki ilişki

		1. Bir siyasi partiye üye olmak isterim.					Total
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Yaşınız	18 - 25	9,9%	9,0%	20,7%	27,9%	32,4%	100,0%
	26 - 33	12,8%	9,0%	3,8%	30,8%	43,6%	100,0%
	34 - 41	5,3%	13,2%	5,3%	27,6%	48,7%	100,0%
	42 - 49	12,2%	14,3%	4,1%	16,3%	53,1%	100,0%
	50 +	5,4%	13,5%	2,7%	32,4%	45,9%	100,0%
Total		9,4%	11,1%	9,4%	27,4%	42,7%	100,0%

Pearson Chi-Square Değeri: 35,020 Asymp. Sig:0,004

Diğer değişkenlerde yani eğitim ve coğrafi bölge değişkenlerinde anlamlı fark tespit edilmemekle beraber eğitim seviyesi düştükçe siyasi partilere üye olma ve siyasi tartışmalara girme eğiliminin arttığı görülmüştür.

SONUÇ VE ÖNERİLER

İnsanın kendi kaderi ve kendisinin yönetilmesi üzerinde söz sahibi olması doğal bir durumdur. Tarihin akışı içinde bu durum çeşitli şekillerde tezahür etmiştir. Bir kabilede, krallar ve imparatorlar devrinde, diktatör yönetimler altında veya demokratik yönetimlerde insan hep siyasal davranışlar içinde olmuştur.

Bu davranışlar zamanın, şartların ve kanunların elverdiği ölçüde şekil aldığı gibi kişinin kendi sosyo-ekonomik yapısından, psikolojik durumundan veya diğer unsurlardan etkilenmiş olabilir.

Bu etkiler neticesinde insan, siyasete aktif katılımı, pasif katılımı veya katılımsızlığı tercih etmektedir.

Günümüzde bu faktörlerin yanına bir de iletişim teknolojileri, internet ve sosyal medya eklenmiştir. Hayatın her alanında ciddi değişimlere sebep olan internetin, siyaset ve siyasal davranışlar konusunda da değişikliklere yol açması beklenen bir durumdur.

Çalışmaya konu olan Facebook ve Twitter üzerinden yapılan anket çalışmasında da bu durum gözlemlenmiştir.

İnternet ve sosyal medyanın, siyasete katılım davranışına pozitif yönde bir etkisi olduğundan bahsedilebilir. Çünkü eskiden evlere, arabalara veya ceket yakalarına rozet şeklinde parti sembolleri asılırken şimdi de profil sayfaları bu tip materyaller ile kişiselleştirilmektedir. Kişiler sosyal medyada gün içinde onlarca defa siyasi mesajlara maruz kalmakta, kendileri de paylaşımları tekraren paylaşmaktadırlar. Başkalarının yaptığı paylaşımlara yorum yapma imkânı da siyasal katılım oranını doğal olarak yukarıya çekmektedir.

Çalışmamızda kişilerin siyasal katılıma dair tutumları kısaca şöyle özetlenebilir. Kişiler, yasal olarak uygun yaşa gelince oy kullanma, kitle iletişim araçlarından siyasi gelişmeleri takip etme ve siyasetle ilgili fikir tartışmaları konusunda isteklidirler denilebilir. Bu arada çalışmada ailelerin çocukların politik konularla ilgilenmesine sıcak bakılmadığı gözlenmiştir. Adaylarla çalışma ve adaylara para yardımı (kanunen mümkün olsa da) yapma konusunda da isteksizlik görülmüştür. Yine insanların herhangi bir siyasi makam için aday olmaya pek istekli olmadıkları da tespit edilmiştir.

Siyasal katılım noktasında oy kullanılmaya sıcak bakıldığı ancak başkalarına propaganda, aktif parti çalışmaları, gösteri ve yürüyüşlere katılma (yasal olsa bile) gibi konularda, insanların katılım yanlısı olmadıkları gözlenmiştir.

Erkeklerin kadınlara oranla siyasette daha aktif oldukları günümüz Türkiye'sinde bilinen bir durumdur. Bu durum, çalışmaya yansımış, kadınların siyasetten uzak durdukları, siyasi tartışmalara girmedikleri, bir siyasi partinin görüşünü anlatmayı pek istemedikleri görülmüştür.

Yine gençlerin siyasi partilere resmi üyelik konusunda isteksiz oldukları, eğitim seviyesi arttıkça insanların siyasetten uzaklaştıkları da çalışmanın sonuçlarındandır.

Bu çalışmanın çıktıları bundan sonraki siyasal pazarlama çalışmalarında girdi olarak kullanılabilir. Araştırmacılar başka tutumları başka ölçeklerle tekrar inceleyebilir. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda salt siyasal katılım üzerine sorular detaylandırılabilir, insanların aktif katılımdan pasif katılıma veya tam tersi duruma geçme nedenleri de araştırılabilir. Vatandaşların katılımsızlık sebepleri de yine başlı başına bir araştırma konusu olabilir.

Tüm bu araştırmalar yapılırken, internet üzerinden veya sosyal medya üzerinden anket çalışması yapmanın zorlukları göz önünde bulundurulmalı, çalışmaların kısıtları konusunda dikkatli olunmalıdır. Genelde insanların fişlenme korkusu, özelde ise kadınların siyasi konular hakkında fikir beyan etmekten kaçınmaları hem bizim hem de bundan sonraki çalışmaların başlıca kısıtlarıdır.

KAYNAKÇA

- Çam, E. (1995). Siyaset Bilimine Giriş. İstanbul: DER Yayınları.
- Dursun, D. (2008). Siyaset Bilimi. İstanbul: Beta Yayınları.
- Erdoğan Demir, S. (2016). İnternetin Politik Katılıma Etkisi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7(2), 161 - 191.
- Erdoğan, İ. (2013). Dördüncü Güç Medyadan Beşinci Güç İnternete: Demokratik Bir Dönüşüm mü Yaşanıyor? Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 8(1), 176-191.
- Heywood, A. (1994). Political Theory an Introduction. New York: Palgrave Macmillan Press.
- Nie, N., Verba, S., & Converse, P. (1989). Siyasal Katılma Kamuoyu ve Oy Verme Davranışı. (İ. Turan, & T. Karamustafaoğlu, Çev.) Ankara: Siyasi İlimler Türk Derneği Yayınları.
- Noelle-Neumann, E. (1998). Kamuoyu: Suskunluk Sarmalının Keşfi. Ankara: Dost Kitabevi.
- Tosun, T., & Tepeciklioğlu, A. (2012). Siyaset Bilimi. Ankara: Orion Yayınları.