

## Üniversite Öğrencilerinin Siyasal Katılım Sürecinde Twitter Kullanımı\*

**Öğr. Gör. Recep ÇOLAK**  
Trabzon Üniversitesi  
recepcolak@trabzon.edu.tr  
Orcid: 0000-0002-1254-7885

### ÖZ

Sosyal medya platformlarından biri olan Twitter'ın üniversite öğrencileri tarafından siyasal katılım sürecindeki kullanımını tespit etmeyi amaçlayan bu araştırma, nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modelinde tasarlanmıştır. Araştırma grubunu 18-26 yaş aralığındaki 500 öğrenci oluşturmuştur. Araştırmada veri toplama aracı olarak Kişisel Bilgi Formu ve Twitter'da Siyasal Katılım Ölçeği kullanılmıştır. Araştırma verilerinin analizinde IBM SPSS Statistics v20.0 paket programından yararlanılmış ve frekans analizi, Bağımsız Örneklem t-Testi, Tek Yönlü Varyans Analizi ve Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayısı kullanılmıştır. Araştırma sonucunda Twitter'da siyasal katılım düzeyinin cinsiyete, yaşa, kullanım zamanına, günlük kullanım sıklığına, takipçi sayısına ve kullanım amacına göre farklılaştığı gözlenirken; öğrenim görülen fakülteye göre farklılaşmadığı görülmüştür. Oy verilen/oy vermeyi düşünülen partiye bağlılık derecesi ve siyasi konular ile siyasal kampanyalara ilgi düzeyi arttıkça Twitter'da siyasal katılım düzeyinin de arttığı bulunmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Siyasal katılım, sosyal medya, Twitter.

**Atıf Bilgisi:** Çolak, R. (2021). Üniversite Öğrencilerinin Siyasal Katılım Sürecinde Twitter Kullanımı, *Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi*, 2021, 3(2), 185-210.

**Sorumlu Yazar:** Recep ÇOLAK, recepcolak@trabzon.edu.tr

\* Bu çalışma yazarın, Trabzon Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nde yapmış olduğu, "Üniversite Öğrencilerinin Siyasal Katılım Sürecinde Twitter Kullanımı" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

**Twitter Use in the Political Participation Process of University Students\***

**Lect. Recep ÇOLAK**  
Trabzon University  
recepcolak@trabzon.edu.tr  
Orcid: 0000-0002-1254-7885

**ABSTRACT**

This research, which aims to determine the use of Twitter, one of the social media platforms, by university students in the process of political participation, was designed in the relational survey model, which is one of the quantitative research methods. The research group consisted of 500 students between the ages of 18-26. Personal Information Form and Political Participation Scale on Twitter were used as data collection tools in the research. In analyzing the research data, IBM SPSS Statistics v20.0 package program was used and frequency analysis, Independent Sample t-Test, One-Way Variance Analysis and Correlation Coefficient of Pearson Moments Product were used. As a result of the research, it was observed that the level of political participation in Twitter differs according to gender, age, usage time, daily usage frequency, number of followers, and the purpose of using, but it did not differ according to the faculty. As the degree of loyalty to the party that was voted/thought to vote and the level of interest in political issues and political campaigns increased, the level of political participation in Twitter increased.

**Key Words:** Political participation, social media, Twitter.

**Citation:** Çolak, R. (2021). Twitter Use in the Political Participation Process of University Students, *Electronic Cumhuriyet Journal of Communication*, 2021, 3(2), 185-210.

**First Author:** Recep ÇOLAK, recepcolak@trabzon.edu.tr

\* This study is derived from the author's graduate thesis titled "Twitter Use in the Political Participation Process of University Students" which was done at Trabzon University Graduate Education Institute.

## GİRİŞ

Günümüzde kullanımı hızla yaygınlaşan sosyal medyanın, siyaset başta olmak üzere ekonomi, eğitim, ticaret, pazarlama, reklam gibi alanlarda önemi giderek artmış ve bu alanları büyük bir değişime ve dönüşüme uğratmıştır. Yaygın bir kullanım alanına sahip olan sosyal medyanın bu derece yoğun olarak kullanılmasının nedeni, bireylere birçok yönden avantaj sağlamasıdır. Sosyal medyanın kullanımının ve erişiminin kolay olması, bireylere fikirlerini özgürce paylaşabilecekleri bir ortam sağlaması, iki yönlü iletişime ve kullanıcılar arası bilgi alışverişine olanak tanınması, daha az zaman ve daha az maliyet gerektirmesi gibi sahip olduğu avantajlar, özellikle siyasal yaşamı etkilemekte, siyasal aktörler ve vatandaşlar arasındaki ilişkiye yeni bir boyut kazandırarak, vatandaşların siyasal yaşamda daha fazla yer almasına imkân sağlamaktadır. Sosyal medya aracılığıyla siyasal bilginin vatandaşa ulaştırılması, vatandaşın bu platformları kullanarak isteklerini, fikirlerini, şikâyetlerini ve tepkilerini siyasal aktörlere bildirmesi her geçen gün önem kazanmaktadır.

İçinde bulunduğumuz iletişim çağında sosyal medyanın siyasal alanda da artan önemi, siyasal katılım davranışlarının çevrim içi ortama taşındığını göstermektedir. Özellikle, ülkemizde aktif nüfus olan ve geleceğin etkin yurttaşları olan gençlerin, siyasete olan ilgi ve bilgi düzeyleri ile siyasal katılımları, ülkemizin geleceği açısından önemlidir. Gençlerin sosyal medyayı yoğun olarak kullandığı göz önüne alındığında bir sosyal medya platformu olan Twitter'ı siyasal katılım bağlamında nasıl ve ne şekilde kullandıklarının incelenmesi bu anlamda önem arz etmektedir. Yapılan bu çalışma, siyasal katılım sürecinde Twitter'ın üniversite öğrencileri tarafından kullanımının tespit edilmesi bakımından önemlidir. Dolayısıyla yapılan bu çalışmadan elde edilen verilerin, yeni araştırmalar yapmaya imkân sağlayacağı, problem durumu hakkında güncel veriler elde edileceği ve bu verilerin sınırlı ve yetersiz sayıda olan Twitter ve siyasal katılım ilişkisini irdeleyen araştırmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışmada öncelikle siyasal katılım ve sosyal medyaya ilişkin kuramsal çerçeveye yer verilmiştir. Ardından araştırma modeli, araştırma grubu, araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan hipotezler, veri toplama araçları, veri toplama süreci ve verilerin analizi ile ilgili açıklamalar sunulmuştur. Son olarak ise elde edilen bulgulara yer verilmiş, bu bulgular tartışılmış ve gelecekteki araştırmalar için öneriler sunulmuştur.

## 1. KURAMSAL ÇERÇEVE

Tarihin eski dönemlerinden beri bireyler, içinde yaşadıkları toplumlara ait siyasal sistemlerin çeşitli uygulamalarına konu olmakta ve farklı düzeylerde de olsa bunlardan etkilenmekte ya da bunları etkilemeye çalışmaktadır. Bu noktada siyasal katılım kavramı karşımıza çıkmaktadır. Siyasal katılım, bir ülkenin vatandaşı ile yönetim süreci arasında kritik bir bağlantı kuran (Cho ve Rudolph, 2008, s. 273) ve vatandaşların çıkarları, tercihleri ve ihtiyaçları hakkında bilgi iletebilmeleri ve yanıt vermek amacıyla baskı oluşturabilmeleri için mekanizma sağlayan bir süreci ifade etmektedir (de Moor, 2016, s. 1). Seçimlerde oy kullanmak, siyasi bir partiye üye olmak, siyasetçilerle iletişim kurmak (Marien vd., 2010, s. 188), bir seçime aday olmak, bir protesto gösterisine katılmak (Klein, 2005, s. 1), seçim kampanyalarında görev almak, siyaset üzerinde konuşmak, siyasi bir konuda tartışmaya girmek (Tokgöz, 2008, s. 180) siyasal katılım bağlamında gerçekleşen bazı eylemlerdendir. Bu noktada siyasal katılımın geniş bir faaliyet yelpazesini

kapsadığı söylenebilir.

Bilgi iletişim teknolojilerinin hızla gelişmesi ve kitle iletişim araçlarının hayatımızın önemli bir parçası olmasıyla birlikte iletişim ve siyaset, birbirinden ayrılmaz ve iç içe geçmiş iki önemli olgu haline gelmiştir. Günümüzde kullanımı daha çok yaygınlaşan kitle iletişim araçlarının siyasal yaşamda önemi giderek artmış (Aziz, 2014, s. 66), yaşanan teknolojik gelişmeler sosyal medya kavramını da beraberinde getirmiştir. Sosyal medya, “kullanıcıların bilgi, fikir, kişisel mesaj ve diğer içerikleri paylaşmak amacıyla çevrim içi topluluklar oluşturdukları elektronik iletişim biçimleri” olarak tanımlanmakta (Shaffer-Hudkins vd.,2014, s. 1) ve bilgi iletişim teknolojilerini temel alan etkileşimli iletişim çözümleri şeklinde ele alınmaktadır (Laurell ve Sandström, 2014, s. 1). Sosyal medya aracılığıyla insanlar bilgiyi okuma, yayma, içerik yaratma imkânı bulmakta, görüşlerini ve deneyimlerini küresel ölçekte paylaşmaktadır (Solis ve Breakenridge, 2009, s. xvii).

Medya, siyasal örgütlerle vatandaş arasında haber, röportaj, yorum, inceleme ve araştırma türleri ile siyasal mesajları, örgütlerden vatandaşa; vatandaştan gelen tepkileri ise belirtilen yöntem ve tekniklerle siyasal örgütlere iletmektedir (Aziz, 2014, s. 67). Bu durum da sosyal medyanın tek yönlü iletişimden ziyade iki yönlü iletişime olanak tanıdığını göstermektedir (Landsbergen, 2010, s. 135). İnsanlar bu sayede ihtiyaç duydukları ve siyasal katılım eylemlerini gerçekleştirmek için ne yapacaklarına dair somut bilgilere kolayca erişebilmektedir (Erdoğan, 2018, s. 197). Sosyal medya, katılım ve siyasal bilgilere erişim için kaynak sağlamakta, siyasal eylemleri etkileyen tutum ve değerleri değiştirebilmekte ve aynı zamanda siyasal mobilizasyon için yeni bir alan olarak kabul edilebilmektedir (Anduiza, 2009, s. 861). Diğer bir ifadeyle günümüzde sosyal medya gündemi belirleyebilmekte, kitleleri harekete geçirebilme noktasında geleneksel medyadan daha fazla etkili olabilmektedir (Atik, 2015, s. 265). Sosyal medyaya erişim neredeyse sınırsız, hızlı ve ucuz olduğu için siyasi bilgiye ulaşmanın da maliyeti yok denecek kadar azdır. Bu durum siyasi bilginin artmasını beraberinde getirmekte ve dolayısıyla siyasal katılım üzerinde olumlu bir etki yaratarak katılımın artmasını da sağlamaktadır (Anduiza, 2009, s. 866).

Sosyal medyayı en çok kullananlar arasında genç nüfus bulunmakta ve sosyal medya siyasal katılım kapsamında gençlere alternatif bir katılım imkânı sunmaktadır. Yapılan çalışmalar göz önüne alındığında, gençlerin siyasal katılımı bir siyasi partiye üye olmak, yerel ve genel seçimlerde oy kullanmak ya da protesto etkinliklerine katılmak olarak sınırlandırılmaktadır. Bu durum gençlerin siyasete aktif olarak katılmadıkları fikrinin doğmasına sebep olmaktadır. Ancak son dönemlerde dijital teknolojinin gelişmesi ve bu teknolojileri genç nesillerin daha fazla ve daha iyi kullanması onların siyasal katılımını daha önemli hale getirmektedir. Bunun sebebi ise siyasal katılım sürecinde sosyal medyanın rolünün giderek artmasıdır. Gençler sosyal medyayı, temsil ve katılımın önündeki engelleri kaldıran, istedikleri her an her yere erişimlerini sağlayan ve istedikleri grup veya kişilerle iletişim ve bağlantı kurabilme olanağı tanıyan bir platform olarak görmekte, sosyal medyada yer almak ve temsil bulmak onların en önemli amaçlarından biri olmaktadır (Göksu, 2015, s. 48-49). Bu nedenle çevrimdışı siyasal katılımları ve siyasal ilgileri sınırlı olarak ele alınan gençler, sosyal medya aracılığıyla seslerini duyurmaya çalışmakta ve sanal ortamda farklı kimliklere bürünerek ifade etmeye cesaret edemedikleri siyasi konuları daha rahat ve daha kolay bir şekilde ifade etmektedir. Bu bağlamda sosyal medyanın gençlerin siyasal katılım düzeylerini artıran bir yönünün olduğu ve bu özelliği nedeniyle son derece önemli bir araç haline geldiği söylenebilir.



Bu çalışmanın odak noktası olan Twitter, sosyal medya platformlarından biri olup 280 karakterlik mesajlardan oluşan bir mikroblog uygulamasıdır. Twitter, geleneksel iletişim araçlarının tüketicilerine doğrudan bilgi vermekte, giderek artan kullanıcı sayısı ile anlık olayların ve gelişmelerin tüm dünyaya ulaşmasına imkân sağlamakta ve bu nedenlerle bireylerin tercih ettiği ya da etmek zorunda kaldığı bir medya kanalı olarak kabul görmektedir (Meriç, 2014, s. 209). Bu medya kanalı aracılığıyla dünyanın diğer ucunda meydana gelen bir olayın anında dünyanın başka bir yerinde öğrenilebilmesi de mümkün olmaktadır (Şimşek, 2010, s. 99). Aynı zamanda Twitter, siyasal iletişim, örgütlenme süreçleri ve seçim kampanyalarında daha fazla yer almakta ve vazgeçilmez bir unsur haline gelmektedir. Siyasal aktörler Twitter paylaşımları ile vatandaşları bilgilendirebilmekte, siyasal gündem oluşturabilmekte ve vatandaşların görüşlerine başvurarak politika belirleyebilmektedir (Doğan ve Alptekin, 2019, s. 364). Bireyler de siyasal aktörlerin yaptığı paylaşımları beğenmekte, yorum yapmakta, onlara isteklerini ve şikayetlerini iletebilmekte ve onlardan sorularına yanıt alabilmektedir. Sonuç olarak Twitter, etkileşimli yapısı ve katılıma olanak tanınması nedeniyle siyasal aktörleri ve vatandaşları bir araya getiren bir iletişim ortamı sunmakta ve siyasal aktörlerin bilgi paylaşmasına ve kamu ile ilgili konularda görüş ve fikirlerini belirtmek isteyen vatandaşlar ile karşılıklı iletişime geçmesine olanak tanımaktadır. Bu nedenle yalnızca popüler bir sosyal ağ olmanın yanında siyasal aktörler ve vatandaşlar arasında doğrudan etkileşimli bir iletişim gerçekleştirmek için verimli bir alan olarak görülebilmektedir (Meriç, 2014, s. 215).

Yukarıda bahsedilenler doğrultusunda, Türkiye gibi genç nüfusun yoğun olduğu ülkelerde, ileri demokrasinin gereği olarak gençlerin siyasal süreçlere katılımı da önem arz etmektedir. Dijital teknolojilerin gelişimi ile birlikte çevrim içi ortama taşınan siyasal katılım hareketlerinin bu bağlamda incelenmesinin, siyasal katılım sürecinde Twitter'ın üniversite öğrencileri tarafından nasıl kullanıldığının irdelenmesinin ve Twitter ile siyasal katılım ilişkisinin ortaya konulmasının önemli olduğu düşünülmektedir.

## **2. YÖNTEM**

### **2.1 Araştırmanın Modeli**

Bu araştırma nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeline göre gerçekleştirilmiştir. Genel tarama türlerinden biri olan ilişkisel tarama modeli, iki ya da daha fazla değişken arasında birlikte değişimin varlığı ve/veya derecesini belirlemeyi amaçlayan araştırma modelidir (Karasar, 2009).

### **2.2. Araştırma Grubu**

Araştırma grubunu 2019-2020 eğitim öğretim yılında Doğu Karadeniz'de bulunan bir devlet üniversitesine bağlı Eğitim Fakültesi, Spor Bilimleri Fakültesi, İletişim Fakültesi, Hukuk Fakültesi ve İlahiyat Fakültesi'nde öğrenim gören ve uygun örnekleme yöntemiyle belirlenen 500 öğrenci oluşturmaktadır.

### **2.3. Araştırmanın Hipotezleri**

Bu araştırma, sosyal medya platformlarından biri olan Twitter'ın üniversite öğrencileri tarafından siyasal katılım sürecindeki kullanımını tespit etmeyi ve Twitter'da siyasal katılımı çeşitli değişkenler açısından değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda oluşturulan hipotezler şu şekildedir:

H1. Twitter’da siyasal katılım düzeyi cinsiyete göre farklılaşmaktadır.

H2. Twitter’da siyasal katılım düzeyi yaşa göre farklılaşmaktadır.

H3. Twitter’da siyasal katılım düzeyi öğrenim görülen fakülteye göre farklılaşmaktadır.

H4. Twitter’da siyasal katılım düzeyi Twitter kullanım zamanına göre farklılaşmaktadır.

H5. Twitter’da siyasal katılım düzeyi Twitter günlük kullanım sıklığına göre farklılaşmaktadır.

H6. Twitter’da siyasal katılım düzeyi Twitter’daki takipçi sayısına göre farklılaşmaktadır.

H7. Twitter’da siyasal katılım düzeyi Twitter kullanım amacına göre farklılaşmaktadır.

H8. Twitter’da siyasal katılım düzeyi gelecekte aktif siyasete katılma durumuna göre farklılaşmaktadır.

H9. Twitter’da siyasal katılım düzeyi oy verme tercihinde etkili olan unsurlara göre farklılaşmaktadır.

H10. Oy verilen/oy vermeyi düşünülen partiye bağlılık derecesi arttıkça Twitter’da siyasal katılım düzeyi de artmaktadır.

H11. Siyasi konular ile siyasal kampanyalara ilgi düzeyi arttıkça Twitter’da siyasal katılım düzeyi de artmaktadır.

#### 2.4. Veri Toplama Araçları

**Kişisel Bilgi Formu:** Araştırmadaki katılımcıların bazı demografik özelliklerini ve Twitter kullanımlarına ilişkin özellikleri belirlemek amacıyla araştırmacı tarafından hazırlanan kişisel bilgi formu kullanılmıştır. Bu formda cinsiyet, yaş, öğrenim gördükleri fakülte, Twitter kullanım zamanı, Twitter günlük kullanım sıklığı, Twitter’daki takipçi sayısı, Twitter kullanım amacı, gelecekte aktif siyasete katılma durumu, bir seçimde oy verme tercihinde etkili olan unsurlar, oy verilen/vermeyi düşünülen partiye bağlılık derecesi, siyasi konular ile siyasal kampanyalara ilgi düzeyine ilişkin sorular bulunmaktadır.

**Twitter’da Siyasal Katılım Ölçeği:** Güler ve Sezgin (2019) tarafından geliştirilen Twitter’da Siyasal Katılım Ölçeği 5’li Likert tipi (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5= Kesinlikle katılıyorum) bir ölçek olup 21 maddeden oluşmaktadır. Yapılan analizler sonucu beş faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Birinci faktörde 6, ikinci, üçüncü ve dördüncü faktörde 4, beşinci faktörde 3 madde yer almaktadır. İlgili boyutlar sırasıyla “siyasal ifade”, “politika takip”, “yerel yönetim ve yardım”, “propoganda, yürüyüş ve grev” ve “siyasal tartışmalara katılma” boyutu olarak adlandırılmıştır. Güvenirlik analizleri sonucunda ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlık katsayısı alt boyutlar için sırasıyla .92, .89, .84, .83, .81’dir. Ölçeğin geneline dair iç tutarlık katsayısı ise .94’tür. Oluşturulan ölçek formunun Twitter’da gerçekleştirilen siyasal katılım davranışlarını ölçebilecek nitelikte olduğu ifade edilmiştir (Güler ve Sezgin, 2019).

## 2.5. Veri Toplama Süreci

İlk olarak konu ile ilgili literatür araştırılarak ve yapılan bu araştırmanın amaçları doğrultusunda veri toplamak amacıyla kullanılan anketin ilk bölümünü oluşturan kişisel bilgi formunda yer alacak sorular oluşturulmuştur. Daha sonra araştırmanın yürütülmesi için kullanılacak ölçeğin izni, ölçeği geliştiren araştırmacıdan e-posta yoluyla alınmıştır. Bu süreci takiben Trabzon Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'ndan etik kurul onayı alınmıştır. Alınan etik kurul onayı ile birlikte iki bölümden oluşan anket; Eğitim Fakültesi, Spor Bilimleri Fakültesi, İletişim Fakültesi, Hukuk Fakültesi ve İlahiyat Fakültesi'nde öğrenim gören her sınıf düzeyindeki ve Twitter kullanan öğrencilere araştırmacı tarafından bizzat uygulanmıştır. Her uygulamadan önce katılımcılara araştırmanın amacı açıklanmış, Twitter kullanan öğrencilere anketler dağıtılmış ve veri toplama işlemi gönüllülük ilkesine dayalı olarak gerçekleştirilmiştir. Anketin tamamının uygulanması yaklaşık 20 dakika sürmüştür.

## 2.6. Verilerin Analizi

Araştırmada katılımcılara uygulanan anketten elde edilen veriler IBM SPSS Statistics v20.0 paket programı ile bilgisayar ortamına aktarılmış ve bu program kullanılarak istatistiksel analizler yapılmıştır. Veriler, oluşturulan hipotezleri sınamak için uygun istatistiksel analizlere tabi tutulmuştur. İlk olarak araştırmada yer alan değişkenlerin normal dağılım varsayımını sağlayıp sağlayamama durumu kontrol edilmiş ve veriler normal dağılımı sağladığı için parametrik testlerden yararlanılmıştır. Demografik verilerin ve anketin ilk bölümünde yer alan soruların dağılımının belirlenmesi için frekans analizi kullanılmıştır. İki bağımsız örneklemden elde edilen ortalamalar arasındaki farkın anlamlılığını test etmek üzere bağımsız örneklem t-testi, iki ya da daha çok evrene ait ortalama puanları karşılaştırmak üzere ise tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Yapılan ANOVA sonrasında sonuç anlamlı çıktığında, farklılıkların kaynağını belirlemek üzere çoklu karşılaştırma testlerinden (post-hoc testler) yararlanılmıştır. Varyans homojenliği varsayımının karşılandığı durumlarda post-hoc testlerinden Gabriel ve Hochberg, karşılanmadığı durumlarda ise Games-Howell testi kullanılmıştır. İki sürekli değişken arasındaki doğrusal ilişkiyi açıklamak üzere Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayısı kullanılmıştır.

### 3. BULGULAR

Katılımcılara ait demografik verilerin ve anketin ilk bölümünde yer alan soruların dağılımının belirlenmesi için yapılan frekans analizi sonuçları Tablo 1’de yer almaktadır.

**Tablo 1:** Katılımcılara ait bilgiler

Değişken	Gruplar	F	%
Cinsiyet	Kadın	288	57.6
	Erkek	211	42.2
Yaş	18-20	212	42.4
	21-23	240	48
	24-26	48	9.6
Fakülte	Eğitim Fakültesi	100	20.0
	Spor Bilimleri Fakültesi	100	20.0
	İletişim Fakültesi	100	20.0
	Hukuk Fakültesi	100	20.0
	İlahiyat Fakültesi	100	20.0
Twitter’ı ne zamandan beri kullanıyorsunuz?	1 yıldan az	103	20.6
	1-2 yıldır	132	26.4
	3-4 yıldır	75	15.0
	5 yıldan fazla	188	37.6
Twitter’ı günde ne sıklıkla kullanıyorsunuz?	0-1 saat	221	44.2
	1-2 saat	126	25.2
	2-3 saat	75	15.0
	3 saatten fazla	75	15.0
Twitter’daki takipçi sayısı	0-200	340	68.0
	200-500	86	17.2
	500-1000	46	9.2
	1000-5000	16	3.2
	5000 ve üstü	10	2.0
Gelecekte aktif siyasete katılmayı düşünüyor musunuz?	Evet	88	17.6
	Hayır	412	82.4

Katılımcıların bir seçimde oy verme tercihinde etkili olan faktörler Tablo 2’de özetlenmiştir.

**Tablo 2:** Katılımcıların bir seçimde oy verme tercihinde etkili olan faktörler

Değişken	Gruplar	F	%
Bir seçimde oy verme tercihinde etkili olan unsurlar	Aile	124	24.8
	Arkadaş çevresi	18	3.6
	İdeoloji	354	70.8
	Partinin lideri	203	40.6
	Partinin seçimi kazanma ihtimali	22	4.4
	Adayın yaptığı siyasal kampanyanın etkinliği	164	32.8
	Kamuoyu araştırma sonuçları	66	13.2
	Sosyal medya	80	16
	Geleneksel medya	41	8.2
	Dini ve ahlaki değerler	175	35

N=500 (Not: Katılımcılar birden fazla seçeneği işaretleyebilmişlerdir.)

Tablo 2'ye bakıldığında katılımcıların bir seçimde oy verme tercihinde en etkili olan unsur %70.8 ile "İdeoloji"dir. Diğer unsurlar sırasıyla "Partinin lideri (%40.6)", "Dini ve ahlaki değerler (%35)", "Adayın yaptığı siyasal kampanyanın etkinliği (%32.8)", "Aile (%24.8)", "Sosyal medya (%16)", "Kamuoyu araştırma sonuçları (%13.2)", "Geleneksel medya (%8.2)", "Partinin seçimi kazanma ihtimali (%4.4)" ve "Arkadaş çevresi (%3.6)" olarak görülmektedir.

Katılımcılara "Oy verdiğiniz / oy vermeyi düşündüğünüz partiye bağlılık dereceniz nedir?" ve "Siyasi konular ile siyasal kampanyalara ilgi düzeyiniz nedir?" soruları yöneltilmiş ve bu sorulara 1-10 arasında derecelendirme yaparak işaretlemeleri istenmiştir. Analiz sırasında öncelikle bu derecelendirmelerin ortalamaları alınmış ve partiye bağlılık derecesi ortalaması 4.79 (ss 2.74) olarak bulunurken, siyasal ilgi düzeyi ortalaması 4.84 (ss. 2.58) olarak bulunmuştur. Daha sonra yapılan bu derecelendirmeler kategorik hale getirilmiş ve 1-2 seçenekleri "çok zayıf/çok düşük", 3-4 seçenekleri "zayıf/düşük", 5-6 seçenekleri "orta", 7-8 seçenekleri "güçlü/yüksek" ve 9-10 seçenekleri "çok güçlü/çok yüksek" olarak kategorilendirilmiştir. Buna göre sonuçlar Tablo 3'te özetlenmiştir.



**Tablo 3:** Katılımcıların oy verdiği/oy vermeyi düşündüğü partiye bağlılık derecesi ve siyasi konular ile siyasal kampanyalara ilgi düzeyi

Değişken	Gruplar	F	%
Oy verdiğiniz/oy vermeyi düşündüğünüz partiye bağlılık dereceniz nedir?	Çok zayıf	123	24.6
	Zayıf	95	19.0
	Orta	140	28.0
	Güçlü	90	18.0
	Çok güçlü	52	10.4
Siyasi konular ile siyasal kampanyalara ilgi düzeyiniz nedir?	Çok düşük	102	20.4
	Düşük	119	23.8
	Orta	147	29.4
	Yüksek	83	16.6
	Çok yüksek	49	9.8

Tablo 3'te yer alan, katılımcıların partiye bağlılık derecelerine bakıldığında, 123'ünün (%24.6) çok zayıf, 95'inin (%19) zayıf, 140'ının (%28) orta, 90'ının (%18) güçlü ve 52'sinin (%10.4) çok güçlü olduğu görülmektedir. Katılımcıların siyasi konular ile siyasal kampanyalara ilgi düzeylerine bakıldığında ise 102'sinin (%20.4) çok düşük, 119'unun (%23.8) düşük, 147'sinin (%29.4) orta, 83'ünün (%16.6) yüksek ve 49'unun (%9.8) çok yüksek olduğu görülmektedir.

Twitter'da Siyasal Katılım puanlarının cinsiyete göre anlamlı bir fark gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Bağımsız Örneklem *t*-Testi yapılmış, sonuçlar Tablo 4'te gösterilmiştir.

**Tablo 4:** Twitter'da siyasal katılım düzeyinin cinsiyete göre farklılaşma durumu

Twitter'da Siyasal Katılım Ölçeği	Cinsiyet	N	Ort.	Ss	<i>t</i>	<i>p</i>
Twitter'da Siyasal Katılım Toplam Puanı	Kadın	288	47.89	15.9	-2.05	.041*
	Erkek	211	51.04	18.35		

\**p*<.05

Tablo 4'te görüldüğü gibi, kadın ve erkek katılımcıların Twitter'da siyasal katılım düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur (*t*= -2.05; *p*<.05). Buna göre erkek katılımcıların Twitter'da siyasal katılım düzeylerinin (=51.04) kadın katılımcıların Twitter'da siyasal katılım düzeylerinden (=47.89) daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu sonuçlara göre "Twitter'da siyasal katılım düzeyi cinsiyete göre farklılaşmaktadır" olan H1 hipotezi kabul edilmiştir.

Twitter'da siyasal katılım düzeyinin katılımcıların yaşına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) yapılmıştır.

mıştır. Katılımcıların yaşlarına ilişkin ANOVA sonuçları ise Tablo 5’te verilmiştir.

**Tablo 5:** Twitter’da Siyasal Katılım Düzeyinin Yaş Değişkenine İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

Değişken	Faktör	N	Ort.	Ss	F	p	Fark
Twitter’da Siyasal Katılım Düzeyi	18-20	212	49.47	15.63	6.816	.001*	3>1 3>2
	21-23	240	47.48	17.73			
	24-26	48	57.29	17.51			

\*p<.05

Tablo 5’e bakıldığında Twitter’da siyasal katılım düzeyinin yaş değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan ANOVA sonucunda grup ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur ( $F_{2,499}=6.816, p<.05$ ). Bu sonuca göre katılımcıların Twitter’da siyasal katılım düzeyleri yaşa göre farklılaşmaktadır. Farklılıkların kaynağını belirlemek amacıyla post-hoc testi yapılmış, varyans homojenliği varsayımı karşılandığından dolayı ( $F=.072, p>.05$ ) post-hoc testlerinden Gabriel testi kullanılmıştır. Test sonuçlarına göre 24-26 yaş aralığında olan katılımcıların ( $=57.29$ ) 18-20 ( $=49.47$ ) ve 21-23 ( $=47.48$ ) yaş aralıklarında olan katılımcılara göre Twitter’da daha yüksek siyasal katılım düzeyine sahip olduğu görülmüştür. Bu sonuçlara göre “Twitter’da siyasal katılım düzeyi yaşa göre farklılaşmaktadır” olan H2 hipotezi kabul edilmiştir.

Twitter’da siyasal katılım düzeyinin öğrenim görülen fakültele göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan ANOVA testi sonuçları Tablo 6’da verilmiştir.

**Tablo 6:** Twitter’da Siyasal Katılım Düzeyinin Öğrenim Görülen Fakültele İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

Değişken	Faktör	N	Ort.	Ss	F	p
Twitter’da Siyasal Katılım Düzeyi	Eğitim Fakültesi	100	46.58	17.31	1.842	.120
	Spor Bilimleri Fakültesi	100	51.30	18.05		
	İletişim Fakültesi	100	51.66	17.61		
	Hukuk Fakültesi	100	49.54	15.38		
	İlahiyat Fakültesi	100	47.24	16.46		

Tablo 6’ya bakıldığında Twitter’da siyasal katılım düzeyinin fakültele göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda grup ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ( $F_{4,499}=1.842, p>.05$ ). Bu sonuca göre katılımcıların Twitter’da siyasal katılım düzeyleri öğrenim görülen fakülteye göre farklılaşmamaktadır. Bu sonuca göre “Twitter’da siyasal katılım düzeyi öğrenim görülen fakülteye göre farklılaşmaktadır” olan H3 hipotezi kabul edilmemiştir.

Twitter’da siyasal katılım düzeyinin Twitter kullanım zamanına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan ANOVA testi sonuçları Tablo 7’de verilmiştir.

**Tablo 7:** Twitter’da Siyasal Katılım Düzeyinin Twitter Kullanım Zamanına İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

Değişken	Faktör	N	Ort.	Ss	F	p	Fark
Twitter’da Siyasal Katılım Düzeyi	1 yıldan az	103	43.27	15.74	8.051	.000*	2>1
	1-2 yıldır	132	50.02	16.21			4>1
	3-4 yıldır	75	46.99	15.83			4>3
	5 yıldan fazla	188	52.94	17.75			

\*p&lt;.05

Tablo 7’ye bakıldığında Twitter kullanım zamanı dikkate alınarak yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda grup ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunmuştur ( $F_{3,497}=8.051$ ,  $p<.05$ ). Bu sonuca göre katılımcıların Twitter’da siyasal katılım düzeyleri Twitter kullanım zamanlarına göre farklılaşmaktadır. Farklılıkların kaynağını belirlemek amacıyla post-hoc testi yapılmış, varyans homojenliği varsayımı karşılandığından dolayı ( $F=.525$ ,  $p>.05$ ) post-hoc testlerinden Gabriel testi kullanılmıştır. Test sonuçlarına göre Twitter’ı 1-2 yıldır kullananların ( $=50.02$ ) 1 yıldan az süredir kullananlara göre ( $=43.27$ ); 5 yıldan fazla süredir kullananların ( $=52.94$ ) 3-4 yıldır ( $=46.99$ ) ve 1 yıldan az süredir kullananlara göre ( $=43.27$ ) Twitter’da daha yüksek siyasal katılım düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre “Twitter’da siyasal katılım düzeyi Twitter kullanım zamanına göre farklılaşmaktadır” olan H4 hipotezi kabul edilmiştir.

Twitter’da siyasal katılım düzeyinin Twitter günlük kullanım sıklığına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan ANOVA testi sonuçları Tablo 8’de verilmiştir.

**Tablo 8:** Twitter’da Siyasal Katılım Düzeyinin Twitter Günlük Kullanım Sıklığı İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

Değişken	Faktör	N	Ort.	Ss	F	p	Fark
Twitter’da Siyasal Katılım Düzeyi	0-1 saat	221	46.48	15.86	4.644	.003*	4>1
	1-2 saat	126	49.43	15.32			
	2-3 saat	75	51.97	19.80			
	3 saatten fazla	75	53.92	18.08			

\*p<.05

Tablo 8’e bakıldığında Twitter’da siyasal katılım düzeyinin Twitter günlük kullanım sıklığı göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda grup ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur ( $F_{3,496}=4.644$ ,  $p<.05$ ). Bu sonuca göre katılımcıların Twitter’da siyasal katılım düzeyleri Twitter günlük kullanım sıklığına göre farklılaşmaktadır. Farklılıkların kaynağını belirlemek amacıyla post-hoc testi yapılmış, varyans homojenliği varsayımı karşılanmadığından dolayı ( $F=.023$ ,  $p<.05$ ) post-hoc testlerinden Games-Howell testi kullanılmıştır. Test sonuçlarına göre Twitter’ı 3 saatten fazla kullananların (=53.92) 0-1 saat arası kullananlara göre (=46.48) Twitter’da daha yüksek siyasal katılım düzeyine sahip olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre “Twitter’da siyasal katılım düzeyi Twitter günlük kullanım sıklığına göre farklılaşmaktadır” olan H5 hipotezi kabul edilmiştir.

Twitter’da siyasal katılım düzeyinin Twitter takipçi sayısına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan ANOVA testi sonuçları Tablo 9’da verilmiştir.

**Tablo 9:** Twitter’da Siyasal Katılım Düzeyinin Twitter Takipçi Sayısına İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

Değişken	Faktör	N	Ort.	Ss	F	p	Fark
Twitter’da Siyasal Katılım Düzeyi	0-200	340	46.77	15.75	7.645	.000*	2>1 3>1
	200-500	86	52.56	16.59			
	500-1000	46	55.63	16.87			
	1000-5000	16	61.19	25.83			
	5000 ve üstü	10	60.40	24.86			

\*p<.05

Tablo 9’a bakıldığında Twitter takipçi sayısı dikkate alınarak yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda grup ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunmuştur ( $F_{3,497}=7.645$ ,  $p<.05$ ). Bu sonuca göre katılımcıların Twitter’da siyasal katılım düzeyleri Twitter takipçi sayısına göre farklılaşmaktadır. Farklılıkların kaynağını belirlemek amacıyla post-hoc testi yapılmış, varyans homojenliği varsayımı karşılanmadığından dolayı ( $F=.000$ ,  $p<.05$ ) post-hoc testlerinden Games-Howell testi kullanılmıştır.

Test sonuçlarına göre 200-500 arası (=52.56) ve 500-1000 arası (=55.63) takipçi sayısına sahip olanların 0-200 arası takipçi sayısına sahip olanlara göre (=46.77) Twitter’da daha yüksek siyasal katılım düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre “Twitter’da siyasal katılım düzeyi Twitter’daki takipçi sayısına göre farklılaşmaktadır” olan H6 hipotezi kabul edilmiştir.

Twitter’da siyasal katılım düzeyinin Twitter kullanım amacına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan ANOVA testi sonuçları ise Tablo 10’da verilmiştir.

**Tablo 10:** Twitter’da Siyasal Katılım Düzeyinin Twitter Kullanım Amacına İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

Değişken	Faktör	N	Ort.	Ss	F	p	Fark
Twitter’da Siyasal Katılım Düzeyi	Vakit geçirmek	125	45.05	15.64	19.933	.000*	4>3 4>2 4>1
	Paylaşımlarda bulunmak	46	46.61	15.63			
	Haberleri takip etmek	259	48.25	15.86			
	Siyasi gündemi takip etmek	69	62.86	18.23			

\*p<.05

Tablo 10’a bakıldığında Twitter’da siyasal katılım düzeyinin Twitter kullanım amacına göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda grup ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur ( $F_{3,498}=19.933$ ,  $p<.05$ ). Bu sonuca göre katılımcıların Twitter’da siyasal katılım düzeyleri Twitter kullanım amacına göre farklılaşmaktadır. Farklılıkların kaynağını belirlemek amacıyla post-hoc testi yapılmış, varyans homojenliği varsayımı karşılandığından dolayı ( $F=.410$ ,  $p>.05$ ) post-hoc testlerinden Hochberg testi kullanılmıştır. Test sonuçlarına göre Twitter’ı siyasi gündemi takip etmek amacıyla kullananların (=62.86), vakit geçirmek (=45.05), paylaşımlarda bulunmak (=46.61) ve haberleri takip etmek (=48.25) amacıyla kullananlara göre Twitter’da daha yüksek siyasal katılım düzeyine sahip olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre “Twitter’da siyasal katılım düzeyi Twitter kullanım amacına göre farklılaşmaktadır” olan H7 hipotezi kabul edilmiştir.

Katılımcıların gelecekte aktif siyasete katılmayı düşünüp düşünmeme durumuna göre Twitter’da Siyasal Katılım puanlarının anlamlı bir fark gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Bağımsız Örneklem *t*-Testi yapılmış, sonuçlar Tablo 11’de gösterilmiştir.



**Tablo 11:** Twitter’da Siyasal Katılım Düzeyinin Gelecekte Aktif Siyasete Katılmaya Göre Farklılaşma Durumu

Twitter’da Siyasal Katılım Ölçeği	Gelecekte aktif siyasete katılma durumu	N	Ort.	Ss	t	p
Twitter’da Siyasal Katılım Düzeyi	Evet	88	60.60	18.15	7.22	.000*
	Hayır	412	46.84	15.80		

\*p<.05

Tablo 11’de görüldüğü gibi, gelecekte aktif siyasete katılmayı düşünen ve düşünmeyen katılımcıların Twitter’da Siyasal Katılım düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur ( $t= 7.22$ ;  $p<.05$ ). Buna göre gelecekte aktif siyasete katılmayı düşünen katılımcıların ( $=60.60$ ) Twitter’da siyasal katılım düzeylerinin gelecekte aktif siyasete katılmayı düşünmeyen katılımcıların ( $=46.84$ ) puanlarından daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu sonuçlara göre “Twitter’da siyasal katılım düzeyi gelecekte aktif siyasete katılma durumuna göre farklılaşmaktadır” olan H8 hipotezi kabul edilmiştir.

Katılımcıların oy verme tercihinde etkili olan unsurlara göre Twitter’da Siyasal Katılım puanlarının anlamlı bir fark gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Bağımsız Örneklem  $t$ -Testi yapılmış, sonuçlar Tablo 12’de özetlenmiştir.

**Tablo 12:** Twitter’da Siyasal Katılım Düzeyinin Oy Verme Tercihinde Etkili Olan Unsurlara Göre Farklılaşma Durumu

Oy Verme Tercihinde Etkili Olan Unsurlar	Oy Verme Tercihinde Etkili mi?	N	Ort.	Ss	t	p
Aile	Evet	124	46.61	17.61	2.01	.046*
	Hayır	376	50.14	16.79		
Arkadaş Çevresi	Evet	18	45.50	17.96	.95	.340
	Hayır	482	49.40	17.01		
İdeoloji	Evet	354	50.58	17.17	-2.70	.007*
	Hayır	146	46.08	16.37		
Partinin Lideri	Evet	203	52.52	17.33	-3.58	.000*
	Hayır	297	47.04	16.51		
Partinin Seçimi Kazanma İhtimali	Evet	22	56.41	17.07	-2.02	.044*
	Hayır	478	48.94	16.99		
Adayın Yaptığı Siyasal Kampanyanın Etkinliği	Evet	164	49.85	15.48	-.56	.576
	Hayır	336	48.98	17.78		

Kamuoyu Araştırma Sonuçları	Evet	66	47.95	16.32	.67	.503
	Hayır	434	49.46	17.16		
Sosyal Medya	Evet	80	54.43	17.51	-2.98	.003*
	Hayır	420	48.28	16.80		
Geleneksel Medya	Evet	41	53.39	17.56	-1.62	.106
	Hayır	459	48.90	16.97		
Dini ve Ahlaki Değerler	Evet	175	49.37	16.34	-.10	.918
	Hayır	325	49.21	17.44		

\*p<.05

Tablo 12’de görüldüğü gibi oy verme tercihinde etkili unsur aile ( $t= 2.01$ ;  $p<.05$ ), ideoloji ( $t= -2.70$ ;  $p<.05$ ), partinin lideri ( $t= -3.58$ ;  $p<.05$ ), partinin seçimi kazanma ihtimali ( $t= -2.02$ ;  $p<.05$ ), sosyal medya ( $t= -2.98$ ;  $p<.05$ ) olan ve olmayan katılımcıların Twitter’da siyasal katılım toplam puanlarına ilişkin ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Buna göre oy verme tercihinde etkili unsur aile olmayan ( $=50.14$ ), ideoloji olan ( $=50.58$ ), partinin lideri olan ( $=52.52$ ), partinin seçimi kazanma ihtimali olan ( $=56.41$ ), sosyal medya olan ( $=54.43$ ) katılımcıların Twitter’da siyasal katılım düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Twitter’da siyasal katılım toplam puanlarında oy verme tercihinde etkili olan unsur arkadaş çevresi ( $t= .95$ ;  $p>.05$ ), adayın yaptığı siyasal kampanyanın etkinliği ( $t= -.56$ ;  $p>.05$ ), kamuoyu araştırma sonuçları ( $t= .67$ ;  $p>.05$ ), geleneksel medya ( $t= -1.62$ ;  $p>.05$ ), dini ve ahlaki değerler ( $t= -.10$ ;  $p>.05$ ) olan ve olmayanlar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bu sonuçlara göre “Twitter’da siyasal katılım düzeyi oy verme tercihinde etkili olan unsurlara göre farklılaşmaktadır” olan H9 hipotezi kabul edilmiştir.

Katılımcıların oy verilen/oy vermeyi düşünülen partiye bağlılık derecesi, siyasi konular ile siyasal kampanyalara ilgi düzeyi ve Twitter’da siyasal katılım düzeyi arasındaki ilişkileri test etmek için Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayısı tekniğinden yararlanılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 13’te yer almaktadır.

**Tablo 13:** Oy Verilen/Oy Vermeyi Düşünülen Partiye Bağlılık Derecesi, Siyasi Konular ile Siyasal Kampanyalara İlgi Düzeyi ve Twitter’da Siyasal Katılım Düzeyi Arasındaki İlişki

	1	2	3
1. Oy Verilen/Oy Vermeyi Düşünülen Partiye Bağlılık Derecesi	1		
2. Siyasi Konular ile Siyasal Kampanyalara İlgi Düzeyi	.386**	1	
3. Twitter’da Siyasal Katılım Toplam Puanı	.332**	.446**	1

\*\*p<.01

Tablo 13 incelendiğinde elde edilen bulgulara göre, oy verilen/oy vermeyi düşünülen partiye bağlılık derecesi ve siyasi konular ile siyasal kampanyalara ilgi düzeyi arasında pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur ( $r= .386$ ,  $p<.01$ ). Aynı şekilde Twitter’da siyasal katılım düzeyi ile oy verilen/oy vermeyi düşünülen partiye bağlılık derecesi arasında ( $r= .332$ ,  $p<.01$ ) ve siyasi konular ile siyasal kampanyalara ilgi düzeyi arasında ( $r= .446$ ,  $p<.01$ ) pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Diğer

bir ifadeyle oy verilen/oy vermeyi düşünülen partiye bağlılık derecesi ve siyasi konular ile siyasal kampanyalara ilgi düzeyi arttıkça Twitter’da siyasal katılım düzeyi de artmaktadır. Bu sonuçlara göre “Oy verilen/oy vermeyi düşünülen partiye bağlılık derecesi arttıkça Twitter’da siyasal katılım düzeyi de artmaktadır” olan H10 hipotezi ve “Siyasi konular ile siyasal kampanyalara ilgi düzeyi arttıkça Twitter’da siyasal katılım düzeyi de artmaktadır” olan H11 hipotezi kabul edilmiştir.

## TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Kitle iletişim araçları açısından yaşanan gelişimin son halkası olan yeni medya araçları, mirasçısı olduğu geleneksel medya araçlarının etkilerinden farklı bir boyut taşımaktadır. Sanallık ve gerçeklik arasında bir bağlantı kuran sosyal medya, bireylerin günlük hayatta yaptıkları birçok şeyi sanal dünyada da yapmalarını sağlamaktadır. Sosyal medyanın etkileşimli yapısı itibarıyla anında geri bildirim özelliğine sahip olması, anlık iletişimi mümkün kılması, kullanımının kolay ve hızlı olması gibi avantajları bireylerin siyasal yaşamda daha fazla yer almasına olanak tanımaktadır. Bu araştırma, sosyal medya platformlarından biri olan Twitter’ın üniversite öğrencileri tarafından siyasal katılım sürecindeki kullanımını tespit etmeyi ve Twitter’da siyasal katılımı çeşitli değişkenler açısından değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

Yapılan araştırmada üniversite öğrencilerinin Twitter’da siyasal katılım düzeylerinin cinsiyete göre farklılaştığı ve erkek katılımcıların Twitter’da siyasal katılım düzeyinin kadın katılımcılardan daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Literatür incelendiğinde yapılan çalışmaların geleneksel siyasal katılım ve çevrim içi siyasal katılım bağlamında ele alındığı görülmüştür. Cinsiyet ve geleneksel/çevrim içi siyasal katılım arasındaki ilişkinin araştırıldığı çalışmalarda erkeklerin kadınlardan daha yüksek siyasal katılım düzeyine sahip oldukları belirlenmiştir (Görgülü, 2018; Özkaynar vd., 2017; Eser ve Sarışahin, 2016; Tekin, 2015; Karp ve Banducci, 2008; Duran, 2005; Mondak ve Anderson, 2004; Verba vd., 1997). Araştırmanın bu sonucu literatürde yer alan bu bulgularla da desteklenmektedir. Ancak günümüzde kadınlar ve erkekler arasındaki toplumsal eşitsizlik her geçen gün azaldığı için bu bulgu geçerliliğini yitirmeye başlayacaktır. Yapılan bu araştırmada cinsiyete göre puan ortalamalarına bakıldığında kadınların (=47.89) ve erkeklerin (=51.04) siyasal katılım puanlarının birbirine yaklaştığı görülmüştür. Bu bulguya göre kadınların da artık siyasal yaşama ilgi duydukları yorumu yapılabilmektedir. Çünkü toplumsal cinsiyet rollerinin kalıplaştırılmaması, kadınların çalışma hayatında daha aktif yer alması dolayısıyla sosyo-ekonomik düzeylerinin artması, kitle iletişim araçlarını daha yaygın bir şekilde kullanmaları, bu araçlar sayesinde siyasal bilgiye daha kolay ulaşmaları, bilgi düzeyleri arttıkça da siyasete daha fazla ilgi duymaları, kadınların siyasal yaşamda daha etkili olmalarını sağlayabilmektedir. Ancak önceleri kadınlar tarafından siyasetin bir erkek dünyası olarak algılanması onların siyasetten uzak durmalarına neden olsa da günümüzde kadınlar eğitim düzeyleri ve siyasi bilgileri arttıkça siyasete daha fazla katılmaya başlamaktadır. Ayrıca kadınların aday olmaları siyasal katılımı teşvik etmekte ve bu durum kadınlar ve erkekler arasında oluşan cinsiyet uçurumunu azaltmaktadır.

Araştırmada demografik değişkenlere ilişkin bir diğer bulgu, yaşa göre Twitter’da siyasal katılım düzeyinin farklılaştığıdır. Bu farklılığın kaynağını belirlemek amacıyla yapılan post-hoc testi sonucuna göre 24-26 yaş aralığında olan katılımcıların, 18-20 ve 21-23 yaş aralıklarında olan katılımcılara göre Twitter’da siyasal katılım düzeylerinin

daha yüksek olduğu görülmüştür. Elde edilen bu bulgu kurulan hipotezi de doğrulamaktadır. Bu noktada yaş arttıkça siyasal katılım düzeyinin de arttığı yorumu yapılabilir. Bunun nedeninin ise bireylerin yaşı arttıkça kararlılıklarının artması ve bu durumun siyasal alana da yansması, edinilen tecrübelerin artması dolayısıyla siyasal yaşam konusunda düşüncelerinin netleşmesi, siyasal olaylara bakış açısının değişmesi olduğu söylenebilir. Bu bulgu literatürde yer alan araştırma sonuçlarıyla uyumludur. Bu çalışmalar incelendiğinde gençlerin daha az siyasal katılım gösterdikleri ve daha düşük siyasal ilgiye sahip oldukları (Çakan, 2017; Göksu, 2015; Tatar, 1997), en yoğun siyasal katılımın 25 yaş sonrası olduğu (İşliyen, 2015; Altan, 2011) ve yaş arttıkça siyasal katılım düzeyinin de arttığı (Altuntaş, 2019; Şener vd., 2015; Özyurt, 2010) görülmüştür. Bireylerin yaşlarına göre farklı fiziksel ve sosyo-psikolojik yapıya sahip olması onların siyasal davranışlarında da farklılıklara neden olmaktadır (Akıncı, 2014, s. 307). Bu nedenle farklı yaş grubundaki bireylerin siyasete karşı farklı algıları olabilmektedir. Daha genç olan bireylerin siyasete daha az katılmasının nedeni sahip olduğu algının farklı olması olabilir. Ancak siyasal katılımın artık çevrimdışıdan çevrim içine evrilmesi gençlerin siyasal katılım süreçlerini de etkileyebilmektedir. Sosyal medyada en fazla vakit geçiren yaş grubunun gençler olduğu göz önüne alındığında gençlerin çevrim içi siyasal katılım düzeylerinin artması beklenmektedir.

Yapılan analizler sonucunda üniversite öğrencilerinin Twitter'da siyasal katılım düzeylerinin öğrenim gördükleri fakülteye göre farklılık göstermediği saptanmıştır. Öğrenim görülen fakülte ile siyasal katılım düzeyi arasında anlamlı bir farklılık olabileceği düşünülmüş, buna göre hipotez kurulmuş ancak kurulan hipotez yapılan analiz sonucunda kabul edilmemiştir. Anlamlı farklılık olabileceğinin düşünülmesinin nedeni İletişim Fakültesi ve Hukuk Fakültesi'nde görülen derslerden bazılarında siyasal mesajların işlenmesi ve bu siyasal mesajları alan katılımcıların daha yüksek siyasal katılım düzeyine sahip olabileceği düşüncesidir. Ayrıca bireyler mesleki durumlarına göre daha fazla siyasetin içerisinde yer alabilmektedir, bu nedenle bu iki fakültede öğrenim gören katılımcıların siyasal bilgi ve ilgi düzeylerinin diğer fakültelerdeki katılımcılara göre daha yüksek olabileceği düşünülmüştür. Altan (2011, s. 320)'a göre avukatlar siyasete diğer mesleklerle sahip kişilere göre daha fazla katılmaktadır. Araştırmada elde edilen bir diğer bulgu Altan (2011)'ın bu varsayımını desteklemektedir. Elde edilen bulguya göre Hukuk Fakültesi'nde öğrenim gören katılımcıların diğer fakültelerde öğrenim gören katılımcılara göre gelecekte aktif siyasete katılmayı daha fazla düşündükleri görülmüştür. Avukatların siyasete daha fazla katılabilmesinin nedeni ise siyasi olarak daha fazla görev almaları ve siyasal tartışmalara daha fazla katılmaları olabilir. Buna paralel olarak Hukuk Fakültesi öğrencileri de bu gibi nedenlerle siyasal yaşamda daha fazla yer almak istiyor olabilir. Yapılan bu araştırmada elde edilen, fakülteye göre Twitter'da siyasal katılım düzeyinin farklılaşmaması bulgusu ise literatürde yer alan bu bilgiyle çelişir niteliktedir.

Yapılan analizler sonucunda, Twitter'da siyasal katılım düzeyinin Twitter günlük kullanım sıklığına göre farklılaştığı belirlenmiştir. Buna göre, Twitter'ı günde daha uzun süre kullanan katılımcıların, daha az kullananlara göre Twitter'da siyasal katılım düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Araştırmada aynı zamanda siyasi konular ile siyasal kampanyalara ilgi düzeyinin Twitter günlük kullanım sıklığına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan analiz sonucunda, Twitter günlük kullanım sıklığı arttıkça katılımcıların siyasal ilgi düzeylerinin de arttığı belirlenmiştir. Literatürdeki bulgular da bu sonucu desteklemektedir. Konu ile ilgili çalışmalar incelen-



diğinde internetin günlük kullanım sıklığı arttıkça çevrim içi siyasal katılımın da arttığı görülmüştür (İşliyen, 2015; Calenda ve Meijer, 2009; Wellman vd., 2001). Bu bulgu ile çelişir nitelikte çalışmalar da mevcuttur. Örneğin Şener ve diğerleri (2015) tarafından yapılan bir çalışmada siyasete ilgi düzeyi ile sosyal medyaya bağlanma sıklığı arasında bir ilişki bulunmamıştır. Benzer şekilde Elciyar (2016) tarafından üniversite öğrencileriyle yapılan çalışmada sosyal medya kullanım sıklığı ile katılım davranışları arasında anlamlı bir farklılık bulunmasa da araştırmacı çıkan bu sonucu “bireyler sosyal medyada buldukları kadar siyasal katılım etkinliklerine katılırlar” şeklinde yorumlamıştır. Sosyal medya mecraları özellikle de Twitter, siyasal sistemin tüm aktörleri tarafından aktif olarak kullanılmakta ve siyasal mesajlar ve faaliyetler bu mecra aracılığıyla duyurulmaktadır (Köseoğlu ve Al, 2013, s. 121). Diğer bir ifadeyle Twitter kısa mesajlar yayımlayabilme, bu mesajları en kısa sürede diğer bireylere iletebilme ve herkes tarafından hemen her yerde kolaylıkla kullanılabilir olma gibi özellikleriyle genellikle siyasi mesajların iletilmesi için daha fazla kullanılan bir sosyal medya mecrasıdır. Bu nedenle gün içerisinde bu siyasi içerikli mesajlara daha fazla maruz kalma durumunun siyasal katılımı artırabileceği söylenebilir. Katılımcılar Twitter’ı günde daha uzun süre kullandıklarında bu mesajları görme, takip ettikleri ve etmedikleri kullanıcıların siyasi tweetlerini okuma ve canlı yayınlara katılma ihtimalleri artmakta ve siyasal yaşamda daha fazla yer alabilmektedir. Twitter’ı günde daha uzun süre kullanan bireyler siyasi konularla ilgili paylaşımlarla daha çok karşılaşabilmekte ve bu paylaşımlar onları siyasal alana çekmektedir. Ayrıca kullanım süresine bağlı olarak bireyler başkalarının yaptığı siyasi içerikli paylaşımları yanıtlayabilmekte, bu durum da siyasal katılımı doğrudan etkileyerek artırabilmektedir.

Takipçi sayısı dikkate alınarak yapılan analize göre, Twitter’da siyasal katılım düzeyi takipçi sayısına göre farklılık göstermektedir. Bu farklılığın kaynağına bakıldığında, Twitter’daki takipçi sayısı fazla olan katılımcıların, Twitter’da siyasal katılım düzeylerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır. Bireylerin ağları genişledikçe siyasi paylaşımlarının artmasının sebebi, bunun ardındaki motivasyon olabilir. Bireylerin takipçi sayısının fazla olması onların motivasyon kaynağı olabilmekte, bireyleri mobilize edebilmekte, birey bu güçle birlikte daha fazla siyasi paylaşım yapabilmekte ve böylece Twitter üzerinden siyasal katılım davranışları sergileyebilmektedir. Literatürde konu ile ilgili yapılan bir çalışmada Twitter’da takipçi sayısı arttıkça siyasi paylaşımların da arttığı bulgulanmıştır (Şener vd., 2015). Bu sonuç çalışmadan elde edilen bulguyu da desteklemektedir.

Araştırma sonuçlarından bir diğeri de Twitter’da siyasal katılım düzeyinin Twitter kullanım amacına göre farklılaştığıdır. Bu sonuca göre Twitter’ı siyasi gündemi takip etmek amacıyla kullanan katılımcıların Twitter’da siyasal katılım düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bağlamda Twitter’ın siyasal içerikli mesajları barındırdığı ve bireylerin bu mesajları görmek için Twitter’ı kullandığı söylenebilir. Twitter’da siyasi aktörlerin ve diğer kullanıcıların siyasi gündem ile ilgili yaptığı paylaşımlar göz önünde olmaktadır. Bu nedenle bunları okuyan katılımcıların siyasal bilgi düzeyleri artmakta, bu da Twitter’da siyasal katılım düzeyini artırabilmektedir. Bu sonuç literatürdeki çalışma sonuçlarıyla desteklenebilmektedir. Eser ve Güler (2015) yaptıkları çalışmada siyasi konularda bilgi edinmek amacıyla sosyal ağları kullanma sıklığı arttıkça siyasal katılımın da arttığı sonucuna ulaşmıştır. İşliyen (2015) tarafından yapılan çalışmada sosyal medyayı siyasi gündemi takip etmek amacıyla kullanan katılımcıların siyasal katılımının daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Elde edilen bulgular incelendiğinde, gelecekte aktif siyasete katılmayı düşünen ka-



tılımcıların sayısı az olsa da Twitter’da siyasal katılım düzeylerinin gelecekte aktif siyasete katılmayı düşünmeyen katılımcılara göre oldukça yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bunun nedeni bu katılımcıların Twitter’ı siyasi içeriklerin üretildiği, tüketildiği, tartışıldığı bir platform olarak görmelerinden kaynaklanıyor olabilir. Çünkü insanlar siyasi gelişmeleri anlık olarak Twitter üzerinden daha çok takip edebilmektedir. Bu yüzden gelecekte aktif siyasete katılmayı düşünen kullanıcılar bu içerikler aracılığıyla kendilerine siyasal alanda daha çok yer bulabilmekte ve bu platformdaki siyasal aktörlerin söylemlerini ve eylemlerini değerlendirerek siyasal ve sosyal gelişmelerine katkıda bulunabilmektedir.

Katılımcıların Twitter’da siyasal katılım düzeyinin oy verme tercihinde etkili olan unsurlara göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla yapılan analizler sonucunda, oy verme tercihinde etkili olan unsurlar aile olmayan katılımcıların ve ideoloji, partinin lideri, partinin seçimi kazanma ihtimali, sosyal medya olan katılımcıların Twitter’da siyasal katılım düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda oy verme tercihinde ailesinden etkilenmeyen bireyler kendilerini siyasal katılım sürecinde daha özgür ve daha az etki altında hissedebilir ve bu nedenle Twitter üzerinden daha fazla siyasal katılım davranışı gerçekleştiriyor olabilir. Birey siyasi bir ideolojiyle kendisini daha fazla özdeşleştirdiğinde siyasal katılım düzeyinin artması da muhtemeldir. Çünkü bireyin fikirleri, görüşleri, bakış açısı bu siyasi ideoloji üzerinde yoğunlaşmakta, dolayısıyla bu durum eylemlerine ve söylemlerine de yansımaktadır. İşliyen (2015) tarafından yapılan çalışmada oy verme tercihinde etkili olan unsur yakın çevre olan bireylerin siyasal katılım puanlarının daha yüksek olduğu bulunmuştur. Aynı çalışmada yakın çevreyi sırasıyla partinin programı, adayın partisi, partinin lideri ve ideoloji takip etmiştir.

Üniversite öğrencilerinin Twitter’da siyasal katılım düzeyi, oy verdikleri/vermeyi düşündükleri partiye bağlılık derecesi ve siyasi konular ile siyasal kampanyalara ilgi düzeyi arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda üç değişken arasında da pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Buna göre oy verilen/vermeyi düşünülen partiye bağlılık derecesi arttıkça siyasi konular ile siyasal kampanyalara ilgi düzeyi de artmakta, bu iki değişkenin puanı arttıkça Twitter’da siyasal katılım düzeyi de artmaktadır. Balcı ve Sarıtaş (2015) tarafından yapılan bir çalışmada katılımcıların partiye bağlılık dereceleri ve siyasal konulara ilgi düzeyleri arttıkça siyasal katılım sıklıklarının da arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde Tekin (2015) yaptığı çalışmada bağlılık derecesi ile siyasal katılım arasında anlamlı bir ilişki olduğunu bulmuş ve bağlılık derecesi arttıkça siyasal katılımın da arttığını belirtmiştir. Görgülü (2018) de aynı sonuca ulaşmış ve partiye bağlılık derecesi ve siyasal ilgi düzeyi arttıkça siyasal katılım davranışlarının arttığını tespit etmiştir. Altuntaş (2019) yaptığı çalışmada siyasete ilgili olan bireylerin daha fazla siyasal katılım davranışı sergilediklerini belirtmiştir.

Bu sonuçlar doğrultusunda verilebilecek öneriler şu şekildedir:

- Gençleri ilgilendiren konulara ilişkin alınacak kararlarda, karar alınmadan önce sosyal medya aracılığıyla gençlerin görüşüne başvurulabilir, bu sayede gençlerin çevrim içi siyasal ilgi ve katılım düzeyleri artırılabilir.
- Gençlerin siyasal katılım süreci üzerine ileride yapılabilecek çalışmalarda, bu araştırma sonuçlarından yola çıkılarak gençlerin çevrim içi siyasal katılım düzeylerinin yanı sıra, geleneksel siyasal katılım düzeylerinin de irdelendiği karşılaştırmalı bir araştır-

ma yapılabilir.

- Devlet üniversitelerinin öğrenci profilleri bazı demografik değişkenler açısından vakıf üniversitelerinin öğrenci profilinden ayrışabilmektedir. Bu nedenle, bu araştırma bir devlet üniversitesi olan Trabzon Üniversitesi öğrencilerine yönelik yürütüldüğü için bir başka benzer çalışma, vakıf üniversiteleri öğrencilerine yönelik yapılabilir.

- Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin Twitter kullanım amaçlarını incelendiğinde “Haberleri takip etmek” seçeneğinin en yüksek oranla cevaplandığı bulgusuna ulaşılmıştır. Bu nedenle, ileride yapılacak çalışmalarda bu haberleri hangi kaynaklardan takip ettiklerinin belirlenmesi, güven duyulan kaynakların tespit edilmesine katkı sağlayabilir.

- Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin gelecekte aktif siyasete katılmayı düşünüp düşünmedikleri üzerine elde edilen sonuçlara göre üniversite öğrencilerinin büyük bir kısmının gelecekte aktif siyasete katılmayı düşünmediği görülmektedir. Bu bulgulardan yola çıkılarak ileride yapılacak çalışmalarda bu durumun nedeni nitel araştırma yöntemleri kullanılarak ayrıntılarıyla irdelenebilir.

- Bu çalışmanın örneğinde yer alan ilgili fakülteler sosyal bilimler ağırlığına sahiptir. Araştırma bulgularında yer alan siyasal katılım düzeyi ile siyasal ilgi düzeyi arasındaki ilişkinin anlamlılığı da dikkate alındığında ileride yapılacak benzer çalışmalarda temel ve pozitif bilimler alanında öğrenim gören üniversite öğrencilerinin çevrim içi siyasal katılım durumları irdelenebilir.

## KAYNAKÇA

- Akıncı, S. (2014). Siyasal katılımın toplumsal dinamikleri ve kitle iletişim araçları. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi*, 8, 305-322.
- Altan, C. (2011). Eğitim-siyasal eğilim ilişkisi: Mersin örneği. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12(1), 313-329.
- Altuntaş, A. (2019). *Siyasal katılım sürecinde gençliğin rolü ve sosyal medya etkisi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Anduiza, E., Cantijoch, M., & Gallego, A. (2009). Political participation and the internet, information. *Communication & Society*, 12(6), 860-878.
- Atik, A. (2015). Alternatif bir haber ortamı olarak sosyal medyanın manipülatif yapısı. S.E. Karakulakoğlu ve Ö. Uğurlu (Ed.), *İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar Twitter* (s. 33-58). Ankara: Heretik Basın Yayın.
- Aziz, A. (2014). *Siyasal iletişim*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Balcı, Ş., & Sarıtaş, H. (2015). Facebook ve siyasal katılım: 2014 Yerel Seçimleri Araştırması. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 7, 511-535.
- Calenda, D., & Meijer, A. (2009). Young people, the Internet and political participation. *Information, Communication & Society*, 12(6), 879-898.
- Cho, W. K. T., & Rudolph, T. J. (2008). Emanating political participation: Untangling the spatial structure behind participation. *British Journal of Political Science*, 38(2), 273-289.
- Çakan, M. (2017). *Değerler bağlamında gençlerin politik katılım düzeylerinin belirlenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Çağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- de Moor, J. (2016). *The two-dimensional structure of political opportunities: A quantitative and mixed methods analysis of the effect of political opportunity structures on nonelectoral participation* [PhD dissertation]. University of Antwerp.
- Doğan, A., & Alptekin, G. (2019). Milletvekili adaylarının sosyal medya kullanım düzeyleri: 24 Haziran Genel Seçimleri Elazığ ve Eskişehir örneği. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(21), 359-376.
- Duran, H. (2005). Siyasal katılmayı etkileyen faktörler üzerine bir araştırma: Tavşanlı-Kütahya örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13, 131-152.

Elciyar, K. (2016). *Sosyal medyanın üniversite öğrencilerinin siyasal katılım davranışlarına etkisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Erdinç, İ. E. (2018). Üniversite gençliği bağlamında siyasal katılım ve kişilik özellikleri arasındaki ilişki. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi* 6(1), 194-223.

Eser, H. B., & Güler, Ö. (2015). İnternet ve sosyal ağların siyasal katılım üzerine etkisi- SDÜ örnek olayı. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(12), 196-219.

Eser, H. B., & Sarışahin, P. (2016). Cinsiyet- siyasal katılım ilişkisi: SDÜ örnek olayı. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 7(15), 38-58.

Göksu, V. (2015). *Sosyal medyanın kamuoyu oluşturma ve siyasal katılma üzerine etkileri: Kuramsal ve ampirik bir analiz* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Görgülü, B. (2018). *Gençlerin siyasal katılım sürecinde sosyal medyanın rolü* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Güler, Ş., & Sezgin, M. (2019). Twitter’da Siyasal Katılım Ölçeği (TSKÖ). *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2), 517-530.

İşliyen, M. (2015). *Siyasal katılım sürecinde sosyal medyanın rolü ve etkileri* (Yayımlanmamış doktora tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Karp, J. A., & Banducci, S. A. (2008). When politics is not just a man's game: Women's representation and political engagement. *Electoral Studies*, 27, 105-115.

Klein, H. (2005). *The Right to Political Participation and the Information Society*. Paper presented at the Global Democracy Conference, Montreal, Canada.

Köseoğlu, Y., & Al, H. (2013). Bir siyasal propaganda aracı olarak sosyal medya. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8(3), 103-125.

Landsbergen, D. (2010). Government as part of the revolution: Using social media to achieve public goals. *Electronic Journal of e-Government*, 8(2), 135-147.

Laurell, C., & Sandström, C. (2014). Disruption and social media: Entrant firms as institutional entrepreneurs. *International Journal of Innovation Management*, 18(3), 1-17.

Marien, S., Hooghe, M., & Quintelier, E. (2010). Inequalities in non-institutionalized forms of political participation: A multilevel analysis for 25 countries. *Political Studies*, 58(1), 187-213.

Meriç, Ö. (2014). *Dijital demokrasi: Türkiye’de yeni medya ve siyasal katılım örneği* (Yayımlanmamış doktora tezi). Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Mondak, J. J., & Anderson, M. R. (2004). The knowledge gap: A reexamination of gender-based differences in political knowledge. *Journal of Politics*, 66(2), 492-512.

Özkaynar, K., Altunışık, R., & Yolcu, T. (2017). Facebook ve Twitter kullanıcılarının siyasal katılım eğilimlerinin incelenmesi üzerine bir araştırma. *Siyaset, Ekonomi Ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 5(5), 99-109.

Özyurt, C. (2010). Üniversite öğrencilerinin siyasal katılım davranışları: 29 Mart 2009 Yerel Seçimleri Balıkesir örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(33), 289-320.

Shaffer-Hudkins, E., Johnson, N., Melton, S., & Wingert, A. (2014). Social media use among individuals with diabetes. *International Journal of communication and health*, 4, 38-43.

Solis, B., & Breakenridge, D. (2009). *Putting the public back in public relations*. New Jersey: Pearson Education.

Şener, G., Emre, P. Ö., & Akyıldız, F. (2015). Türkiye’de sosyal medyanın siyasi katılıma etkileri. *Folklor/Edebiyat Dergisi*, 21(83), 75-98.

Şimşek, S. (2010). İletişim teknolojilerinin haberleşme araçlarındaki gelişimi ve bu araçlara maddi gelir sağlayan reklamlarda kullanımı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 13(1), 97-118.

Tatar, T. (1997). *Siyaset sosyolojisi*. İstanbul: Turan Yayıncılık.

Tekin, G. (2015). *Gençlerin siyasal katılımında kitle iletişim araçlarının rolü* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Tokgöz, O. (2008). *Siyasal iletişimi anlamak*. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

Verba, S., Burns, N., & Schlozman, K. L. (1997). Knowing and caring about politics: Gender and political engagement. *The Journal of Politics*, 59(4), 1051-1072.

Wellman, B., Haase, A. Q., Witte, J., & Hampton, K. (2001). Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital? *Social Networks, Participation, and Community Commitment. American Behavioral Scientist*, 45(3), 436-455.



## EXTENDED ABSTRACT

New media tools, which are the last link of the development in terms of mass media, have a different dimension from the effects of traditional media tools. Social media, which establishes a link between virtuality and reality, enables individuals to do many things they do in daily life in the virtual world. In addition, social media provides resources for participation and access to political information, can change attitudes and values that affect political actions, and can also be accepted as a new field for political mobilization (Anduiza, 2009, s. 861). In other words, today, social media can set the agenda and can be more effective than traditional media in mobilizing the masses (Atik, 2015, s. 265).

Young population is among those who use social media the most, and social media offers an alternative participation opportunity to young people within the scope of political participation. Considering the studies, the political participation of young people is limited to being a member of a political party, voting in local and general elections or participating in protest activities. This situation leads to the idea that young people do not actively participate in politics. However, the recent development of digital technology and the greater and better use of these technologies by young generations make their political participation more important. The reason for this is the increasing role of social media in the process of political participation. Young people see social media as a platform that removes barriers to representation and participation, allows them to access anywhere at any time, and allows them to communicate and connect with any group or person they want (Göksu, 2015, s. 48-49). For this reason, young people, whose offline political participation and political interests are limited, try to make their voices heard through social media and express political issues that they do not dare to express more comfortably and easily by wearing different identities in the virtual environment. In this context, it can be said that social media has an aspect that increases the political participation levels of young people and it has become an extremely important tool due to this feature.

In countries such as Turkey, where young population is concentrated, participation of young people in political processes is also important as a requirement of advanced democracy. It is thought that it is important to examine the political participation movements that have been moved to the online environment with the development of digital technologies in this context, to examine how Twitter is used by university students in the process of political participation, and to reveal the relationship between Twitter and political participation. This research aims to determine the use of Twitter, one of the social media platforms, by university students in the process of political participation and to evaluate political participation in Twitter in terms of various variables.

The research group consisted of 500 students between the ages of 18-26. Personal Information Form and Political Participation Scale on Twitter were used as data collection tools in the research. In analyzing the research data, IBM SPSS 20.0 package program was used and frequency analysis, independent sample t-test, one-way variance analysis and Correlation Coefficient of Pearson Moments Product were used.

As a result of the research, it was observed that the level of political participation in Twitter differs according to gender, age, usage time, daily usage frequency, number of followers, and the purpose of using, but it did not differ according to the faculty. As the degree of loyalty to the party that was voted/thought to vote and the level of interest in

political issues and political campaigns increased, the level of political participation in Twitter increased. Based on these results, it can be suggested to create a motivation on the political participation levels of other young people by ensuring that young people are more involved in the decision-making processes. In this way, the political participation and political interest levels of young people with low political participation levels can be increased.