

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KAMU YÖNETİMİ ANABİLİM DALI
KAMU YÖNETİMİ PROGRAMI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

X PLATFORMU'NDAKİ SİYASAL KATILMA İLE HAKARET İLİŞKİSİ
ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Yıldırım ADIYAMAN

Danışman
Doç. Dr. Levent YILMAZ

İZMİR-2023

TEZ ONAY SAYFASI



YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “X Platformu’ndaki Siyasal Katılma ile Hakaret İlişkisi Üzerine Bir Araştırma” adlı çalışmanın, tarafımdan, akademik kurallara ve etik değerlere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

....../....../2023

Yıldırım ADIYAMAN

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

X Platformu'ndaki Siyasal Katılma ile Hakaret İlişkisi Üzerine Bir Araştırma

Yıldırım ADIYAMAN

Dokuz Eylül Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Kamu Yönetimi Anabilim Dalı

Kamu Yönetimi Programı

Bu çalışmanın amacı X platformunda gerçekleşen siyasal katılım ile hakaret kullanımı arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bu çalışmada siyasal katılım düzeyi ile hakaret kullanımı arasında bir ilişki olduğu iddia edilmiş ve bu doğrultuda hipotezler oluşturulmuştur. Çalışmada siyasal katılım, X platformu ve hakaret kavramı arasındaki ilişki açıklanmıştır.

Çalışmada 18-65 yaş arasında X platformunu kullanan 169 kişi ile anket çalışması yapılmıştır. Anket içerisinde Şakir Güler ve Murat Sezgin'in hazırlamış oldukları Twitter'da Siyasal Katılım Ölçeği'nde yer alan sorular ile kullanıcıların hakaret kullanım eğilimlerini ve hakarete yönelik tutumlarını saptamak amacıyla oluşturulmuş anket soruları yer almaktadır. Anket bulguları SPSS 26.0 analiz programı ile analiz edilmiştir. Analiz yöntemi olarak Ki-Kare, ANOVA ve Kruskal-Wallis yöntemleri kullanılmıştır.

Analiz neticesinde X'de toplam siyasal katılım düzeyi ve tüm alt boyutlar (siyasal ifade boyutu, politika takip boyutu, yerel yönetim ve yardım boyutu, propaganda, yürüyüş ve grev boyutu ve siyasal tartışmalara katılma boyutu) ile bireylerin X'de hakaret kullanım sıklıkları arasında anlamlı ilişki tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Siyasal Katılım, X Platformu, Hakaret.

ABSTRACT
Master's Thesis
A Research on The Relationship Between Political Participation and Insult
on The X Platform
Yıldırım ADIYAMAN

Dokuz Eylül University
Graduate School of Social Sciences
Department of Public Administration
Public Administration Program

The aim of this study is to examine the relationship between political participation in X platform and the use of insults. In this study, it was claimed that there is a relationship between the level of political participation and the use of insults, and hypotheses were formed in this direction. In the study, the relationship between the concepts of political participation, X platform and insult is explained.

In the study, a survey was conducted with 169 people who use X between the ages of 18-65. The survey includes questions from the Political Participation Scale on Twitter, prepared by Şakir Güler and Murat Sezgin, and survey questions designed to determine users' tendency to use insults and their attitudes towards insults. The survey findings were analyzed with the SPSS 26.0 analysis program. Chi-Square, ANOVA and Kruskal-Wallis methods were used as analysis methods.

As a result of the analysis, a significant relationship was determined between the total political participation level and all sub-dimensions (political expression dimension, policy following dimension, local government and aid dimension, propaganda, march and strike dimension and participation in political discussions dimension) in X with the frequency of individuals' use of insults in X.

Keywords: Political Participation, X Platform, Insult.

X PLATFORMU’NDAKİ SİYASAL KATILMA İLE HAKARET İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI	ii
YEMİN METNİ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
KISALTMALAR	viii
TABLolar LİSTESİ	ix
ŞEKLİLLER LİSTESİ	x
EKLER LİSTESİ	xi
GİRİŞ	1

BÖLÜM I

SİYASAL KATILMA VE SOSYAL MEDYA

1.1.SİYASAL KATILMA	4
1.2.YENİ TOPLUMSAL MEKÂN: SOSYAL MEDYA	18
1.3.SOSYAL MEDYA VE KAMUSAL ALAN	24
1.4.SOSYAL MEDYADA BİREYİN KİMLİK İNŞASI	31
1.5.X PLATFORMU VE SİYASET	37

BÖLÜM II

İFADE ÖZGÜRLÜĞÜ VE HAKARET KAVRAMI

2.1.İFADE ÖZGÜRLÜĞÜ VE ELEŞTİRİ HAKKI	43
2.2.HAKARET KAVRAMI	47
2.3.SOSYAL MEDYADA HAKARET	51
2.4.TÜRKİYE’DE SOSYAL MEDYA	54

BÖLÜM III
X'DEKİ SİYASAL KATILMA FAALİYETİ VE HAKARAT KAVRAMI
İLİŞKİSİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

3.1.ARAŞTIRMANIN KONUSU	58
3.2.ARAŞTIRMANIN AMACI	59
3.3.ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ	59
3.4.ARAŞTIRMANIN HİPOTEZİ	59
3.5.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	60
3.6.ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ	64
3.7.ARAŞTIRMA BULGULARI VE SONUÇLAR	66
3.7.1.Betimsel Bulgular	66
3.7.2.Araştırmada Yer Alan Ölçek Boyutlarının Katılımcıların Hakaret Kullanım Sıklıklarıyla Karşılaştırılması	72
3.7.3.Araştırma Sonuçları	81
SONUÇ	85
KAYNAKÇA	89
EKLER	

KISALTMALAR

TDK	Türk Dil Kurumu
AİHM	Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi



TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 1: Lester W. Milbrath'ın Siyasal Katılım Düzeyi Hiyerarşisi	9
Tablo 2: Twitter'da Siyasal Katılma Ölçeği Boyutları	62
Tablo 3: Demografik Veriler	64
Tablo 4: Tweet Atarken Karşıt Siyasal Görüştekiler İçin Hakaret İçeren Sözleri (Koyun, Beyinsiz, Şerefsiz, Çomar, Hırsız, Hain, Soysuz Vb.) Ne Sıklıkta Kullanırsınız? Anket Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı.	68
Tablo 5: Kendi Siyasal Görüşümü Yansıtırken Hakaret Ettiğim Zamanlar Olur. Anket Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı	68
Tablo 6: Katılımcıların Siyasal Katılım Düzeylerine Dair Betimsel Bulgular.	69
Tablo 7: Siyasal İfade Boyutu ve Propaganda, Yürüyüş ve Grev Boyutu ile Kişinin Karşıt Siyasal Görüşü Hakaret İçeren Tweet Atma Durumuna İlişkin ANOVA Sonucu	71
Tablo 8: Toplam Siyasal Katılım Düzeyi, Yerel Yönetim ve Yardım Boyutu ve Siyasal Tartışmalara Katılma Boyutu ile Kişinin Karşıt Siyasal Görüşü Hakaret İçeren Tweet Atma Durumuna İlişkin Kruskal-Wallis Sonucu	73
Tablo 9: Siyasal İfade Boyutu ile Kişilerin Kendi Siyasal Görüşünü Yansıtan Hakaret İçeren Tweetleri Beğenme Düzeyine İlişkin ANOVA Sonucu	74
Tablo 10: Toplam Siyasal Katılım Düzeyi, Yerel Yönetim ve Yardım Boyutu, Siyasal Tartışmalara Katılma Boyutu, Politika Takip Boyutu ve Propaganda Yürüyüş ve Grev Boyutu ile Kişilerin Kendi Siyasal Görüşünü Yansıtan Hakaret İçeren Tweetleri Beğenme Sıklığı Düzeyine İlişkin Kruskal-Wallis Sonucu	75
Tablo 11: Toplam Siyasal Katılım Düzeyi, Yerel Yönetim ve Yardım Boyutu, Siyasal Tartışmalara Katılma Boyutu, Politika Takip Boyutu, Propaganda Yürüyüş ve Grev Boyutu ve Siyasal İfade Boyutu ile Kendi Siyasal Görüşünü Yansıtan Hakaret İçeren Tweetleri Retweetleme Sıklığı Düzeyine İlişkin Kruskal-Wallis Sonucu	77
Tablo 12: Toplam Siyasal Katılım Düzeyi, Yerel Yönetim ve Yardım Boyutu, Siyasal Tartışmalara Katılma Boyutu, Politika Takip Boyutu, Propaganda Yürüyüş ve Grev Boyutu ve Siyasal İfade Boyutu ile Kendi Siyasal Görüşüne Yakın ve	

Hakaret İçeren Tweet Atan Hesapları Takip Etme Sıklığı Düzeyine İlişkin Kruskal-Wallis Sonucu 79

Tablo 13: Araştırma Sonuçları 81

ŞEKLİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Milbrath'ın Siyasal Katılım Piramidi 61



EKLER LİSTESİ

EK 1: Anket Formu	ek s. 1
EK 2: Twitter’da Siyasal Katılım Ölçeği	ek s. 4
EK 3: Twitter’da Siyasal Katılım Ölçeği’ni Kullanmak İçin Alınan İzin	ek s. 6
EK 4: Araştırmaya İlişkin Etik Kurul Kararı	ek s. 7





GİRİŞ

Web 2.0 teknolojisiyle beraber toplumsal hayatın birçok alanında olduğu gibi siyasal alanda da çeşitli değişim ve dönüşümler yaşanmıştır. Web 2.0 karşılıklı iletişim ve etkileşime imkân veren yapısıyla Web 1.0'ın tek yönlü enformasyon sistemini ortadan kaldırmış ve kullanımının kolay olması dolayısıyla insanların internet ortamının bir parçası haline gelmesini sağlamıştır. Böylelikle sosyal medya bireylerin karşılıklı etkileşim içerisinde oldukları, sosyalleşebildikleri bir meca halini almıştır.¹

Sosyal medya araçlarının bireylere sunduğu iletişim olanakları siyasal katılım pratiklerini de değiştirmiştir. Özellikle X platformunun pratik ve hızlı yapısı ve diğer bir yandan kullanıcı katılımını zorunlu kılması onu siyasal katılım açısından oldukça etkili bir araç haline dönüştürmüştür.² X platformunun bahsedilen bu özellikleri diğer yandan hakaretin kullanımını kolaylaştırmakta, görünürlüğünü ve kabul edilebilirliğini artırmakta, yayılmasına olanak tanımaktadır. Sosyal medyanın yarattığı bu imkân bireylerin sosyal medya üzerinde yaşanan siyasal tartışmalarda hakareti kullanmasına olanak sağlamaktadır. Böylece birey karşıt siyasal görüşteki muhatabını aşağılamak ve onu toplumsal olarak bir konuma yerleştirmek amacıyla hakareti bir araç olarak kullanmaktadır.

Bu araştırmada sosyal medya platformları arasında ortaya çıktığı ilk dönemlerden itibaren siyasal konularla özdeşleşen ve etkili bir siyasal iletişim aracı olan X platformu³ incelenmiştir. Araştırma X platformunda gerçekleşen siyasal katılım düzeylerini ve X platformu içerisinde gerçekleşen hakaret sıklığının birbirleriyle olan ilişkisini ve bu ilişkinin yönünü konu almaktadır. Bu çerçevede araştırmanın amacı X platformunda gerçekleşen siyasal katılım düzeyi ile hakaret kullanım sıklıkları arasındaki ilişkiyi incelemek ve bu ilişkinin yönünü belirlemektir.

X'de gerçekleşen siyasal katılım düzeyi ile hakaret kullanım düzeyi arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla, Türkiye'de X kullanan ve 18-65 yaş

¹Osman Metin, **Sosyal Medyanın Siyasal Toplumsallaşmaya Etkileri: Üniversite Öğrencileri Örneği**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar, 2014, s.8-12.

²Ahmet Neca Gökgül, **Sosyal Medyanın Siyasal İletişim Aracı Olarak Kullanımı: 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri Twitter Örneği**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2016, s. 80.

³Alfred Hermida, "Twittering The News", **Journalism Practice**, Routledge, Cilt:4, Sayı:3, 2010, s.297.

aralığında bulunan 169 gönüllü katılımcı ile anket çalışması yapılmıştır. Anket forumu demografik sorular, hakaret kullanım sıklığını ölçen sorular ve siyasi katılım düzeyini ölçen sorulardan oluşmak üzere toplam 3 bölüm şeklinde tasarlanmıştır. Hakaret kullanım sıklığını ölçmek amacıyla 12 adet soru oluşturulmuştur. Anket sorularının cevaplanmasında 5'li Likert Tipi Ölçek, çoktan seçmeli sorular ve kapalı uçlu sorular kullanılmıştır. Anket sorularına ek olarak katılımcıların siyasi katılım düzeyini ölçmek amacıyla Şakir Güler ve Murat Sezgin'in hazırlamış oldukları Twitter'da Siyasal Katılım Ölçeği'nde⁴ yer alan sorunlar ankette kullanılmıştır. Anket çalışması coğrafi olarak daha geniş bir alandan veri toplayabilmek ve daha çok katılımcıya ulaşabilmek amacıyla Google Forms platformu üzerinden gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler SPSS Statistics 26.0 Paket Programı vasıtasıyla analiz edilmiştir. Verilerin analizinde, kişisel verilerle X'de Siyasal Katılım Ölçeği puanları arasındaki ilişkiler t testi ve ANOVA kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen veriler ışığında Twitter'da Siyasal Katılım Ölçeği'nin toplam puanının ifade etmiş olduğu siyasi katılım düzeyleri ile katılımcıların hakaret kullanım sıklıkları arasındaki ilişki tespit edilmiştir. Bu doğrultuda ölçeğin alt boyutlarının ifade etmiş olduğu katılım düzeyleri ile hakaret kullanım sıklıkları arasındaki ilişkiler de ana hipotezi desteklemek amacıyla bölüme eklenmiştir.

Türkiye'de mevcut çalışmalar incelendiğinde hakaret kavramı yalnızca suç olma özelliği üzerinden incelenmiştir. Fakat hakaret suç olmanın çok ötesinde bir kavramdır ve yalnızca suç özelliği yönüyle ele alınması yetersizdir. Bu anlamda literatürde hakaretin kavramsal olarak ele alınması noktasında eksiklik olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışma ise hakareti siyasi ve sosyolojik bir bakış açısıyla ele alması yönüyle literatürde önemli bir boşluğu dolduracaktır. Aynı zamanda bu çalışmada hakaret kavramı siyasi katılım kavramı ile de ilişkilendirilmiş olup iki kavram arasındaki ilişkiyi meydana çıkartması boyutuyla da literatürdeki önemli bir boşluğu dolduracaktır. Tüm bu yönleriyle çalışmanın özgün olduğu ve bu açılardan literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın ilk bölümü siyasi katılım kavramı ile başlamaktadır. Bu bölümde siyasi katılım ve sosyal medya kavramları

⁴Şakir Güler ve Murat Sezgin, "Twitter'da Siyasal Katılım Ölçeği", **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Eskişehir, Cilt: 19, Sayı: 2, s.517-530.

açıklanmış, sosyal medyanın kamusalılığına dair tartışma yapılmış ve daha sonra ise sosyal medyada bireyin kimlik inşa sürecinden bahsedilmiştir. Son olarak ise X platformu ile siyaset arasındaki ilişki açıklanmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise eleştiri hakkı ile hakaret kavramı arasındaki ilişki ifade özgürlüğü çerçevesinde ele alınmıştır. Siyaset ile hakaret arasındaki ilişki ise sosyolojik açıdan incelenmiştir. Daha sonra hakaretin sosyal medya ile ilişkisi açıklanmıştır ve son olarak sosyal medyanın Türkiye’deki durumu 7418 Sayılı Basın Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun üzerinden incelenmiştir.

Çalışmanın son bölümü olan üçüncü bölümde ise araştırmanın yöntemi, konusu, önemi ve amacı açıklanmış olup anket çalışması ile elde edilen betimsel bulgular sunulmuş ve yapılan analizler neticesinde elde edilen bulgular tablolar halinde sunulmuştur.

Bu araştırmaya 2021 yılında ‘‘Twitter’deki Siyasal Katılma ile Hakaret İlişkisi Üzerine Bir Araştırma’’ başlığı ile başlanmış olup 2023 yılının ilk yarısı itibariyle araştırmanın neredeyse tüm bölümleri tamamlanmıştır. 24.07.2023 tarihinde Türkiye saatiyle saat 12:00 itibariyle Twitter’ın ismi X olarak değiştirilmiştir.⁵ Bu durumdan dolayı araştırmada yer alan anket çalışmasının maddeleri ve Twitter’da Siyasal Katılım Ölçeği’nin maddeleri hariç tüm Twitter ibareleri X, tweet ibareleri gönderi, retweet ibareleri yeniden gönderi olarak değiştirilmiştir.

Araştırma için Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu tarafından 06/12/2022 tarihinde düzenlenen toplantıda alınan 11 sayılı karar ile etik açıdan uygun olduğuna dair karar alınmıştır.

⁵<https://www.webtekno.com/twitter-x-oldu-x-nedir-neler-degisti-h136177.html>, (01.09.2023)

BÖLÜM I

SİYASAL KATILMA VE SOSYAL MEDYA

1.1. SİYASAL KATILMA

Bireyler kendilerini hayatın her alanında farklı şekillerde ifade edebilmektedirler. Siyasal alanda da her birey farklı davranabilmekte, farklı kararlar alıp, farklı şekilde eyleme geçebilmektedir. Siyasal alandaki bu farklılaşmalar temelini bireylerin farklı siyasal toplumsallaşma süreçlerine dâhil olmalarından almaktadır.⁶

Siyasal toplumsallaşma, bireyin bulunduğu toplumdaki siyasal kültürü ve o kültüre ait olan değer, inanç ve normları öğrenmesi ve içselleştirilmesi sürecinde nasıl siyasallaştığını inceleyen bir alt disiplindir.⁷ Bu noktada siyasal toplumsallaşma, bireyin siyasal toplumsallaşma sürecinde hangi aşamalardan geçtiğini, bu aşamalar boyunca hangi çevresel etkenlerin süreci etkilediğini ve bu etkinin derecesini konu edinir.⁸ En otoriter rejimlerde bile her birey farklı siyasal tutum ve davranış sergiler. Bu tutum ve davranışların farklılaşmasında din, sosyo-ekonomik durum, sınıf, ideoloji vb. birçok faktör etkilidir. Bu farklılıklar neticesinde bireylerin kendi siyasal kimliklerini oluşturarak kendilerini ‘‘Milliyetçi’’, ‘‘Sosyalist’’, ‘‘Liberal’’ vb. etiketlerle nitelendirmelerinde siyasal toplumsallaşmanın ne kadar etkisinin olduğunun incelenmesi siyasal toplumsallaşma disiplininin en temel konularından birisini oluşturmaktadır.⁹

Bireyin siyasal bir varlık haline gelmesinde çeşitli toplumsal aracı kurumlar vardır. Bu kurumlar bireyi, hayata gözlerini açtığı ilk andan itibaren hem toplumsallaştırmakta hem de daha özel bir alan olarak siyasal toplumsallaştırmaktadır. Bireyin siyasal bir varlık haline gelmesinde yardımcı olan bu araçlar; aile, okul/eğitim, kitle iletişim araçları, arkadaş gruplarıdır.¹⁰

⁶Mahmut H. Akın, **Siyasallığın Toplumsal İnşası: Siyasal Toplumsallaşma**, Çizgi Kitabevi Yayınları, Konya, 2013, s.77, s.86-88.

⁷Akın, s.54.

⁸Akın, s.56.

⁹Akın, s.57.

¹⁰Esra Akay, **Siyasal Toplumsallaşma, Siyasal Kültür ve Siyasal Katılım Arasındaki İlişkinin Kavramsal Analizi**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya, 2006, s.45-59.

Siyasal toplumsallaşma sürecinin temel kaynağı bulunduğu toplumdaki siyasal kültürdür. Siyasal toplumsallaşma bir siyasal kültürlenme sürecidir.¹¹ Siyasal toplumsallaşma, siyasal kültür süreci ile sürekli etkileşim içerisinde. Bu etkileşim siyasal toplumsallaşma ve siyasal kültürün birbirlerini sürekli yeniden üretmesi olarak ifade edilebilmektedir.¹² Siyasal etkileşim, siyasal semboller ve siyasal iletişim siyasal kültürün temel öğeleri olarak ifade edilmektedir. Siyasal etkileşim ve iletişim aynı zamanda siyasal toplumsallaşmanın da temel öğelerini meydana getirmektedir. Bu sebeple siyasal toplumsallaşma ve siyasal kültür arasında çok sıkı bir bağ bulunmaktadır.¹³

Siyasal değerler, siyasal kültürün başlıca unsurlarından birisidir. Bireyin siyasallığının eyleme dönüşmesinde siyasal değerlerin yeri oldukça önemlidir. Siyasal değerler olması gerekeni ifade eder ve bu noktada bireyleri yönlendirir. Bireyler siyasal tercihlerde bulunurken farklı siyasal değerleri seçebilmektedirler. Farklı değerlerin bireyler tarafından içselleştirilmesi siyasal ayrışmaların da temel nedenini ifade etmektedir. Siyasal değerler, bireyin siyasal eyleminin boyutunu belirleyebilir, tutum ve davranışlarını değiştirebilir. Siyasal değerler bireyin siyasal kimliğinin oluşmasında oldukça etkilidir. Tüm bu yönleriyle siyasal değerlerin içselleştirilmesi siyasal toplumsallaşma sürecini ifade etmektedir.¹⁴

Siyasal kültürün bir diğer sacayağını ise siyasal semboller oluşturmaktadır. Siyasal semboller toplumda birçok farklı şekilde kendini gösterebilmektedir. Siyasal semboller kimi zaman bir bayrak veya flama olabilirken, kimi zaman ise bireyin bilinçli olarak gerçekleştirdiği bir davranış veya bilinçli olarak giydiği kıyafet olabilmektedir. Örneğin bireyin bıyıklarını belirli bir biçimde kesmesi Türkiye’de yaygın olarak kullanılan siyasal sembol oluşturma biçimlerinden birisidir. Siyasal semboller bireyin siyasal kimliğine dair bilgiler verirler.¹⁵ Birey siyasal sembollerini siyasal toplumsallaşma sürecinde öğrenmektedir. Bu süreçte birey edindiği siyasal değerler çerçevesinde siyasal sembollerini kategorize etmektedir. Bazı sembollerini benimseyip, onlara değer atfederken, karşı siyasal görüşe ait sembollerini ise

¹¹Akın, s.77.

¹²Mimar Türkkahraman, **Türkiye’de Siyasal Sosyalleşme ve Siyasal Sembolizm**, Birey Yayınları, İstanbul, 2000, s.28’den aktaran Mahmut H. Akın, **Siyasallığın Toplumsal İnşası: Siyasal Toplumsallaşma**, Çizgi Kitabevi Yayınları, Konya, 2013, s.77.

¹³Akın, s.78.

¹⁴Akın, s.81.

¹⁵Akın, s.81.

değersizleştirme sürecine tabi tutmaktadır. Bu noktada birey *bizim değerlerimiz ile onların değerleri* ayırımına gitmektedir.¹⁶

Bu bilgilerden hareketle siyasal katılma ise bireylerin maruz kaldığı farklı siyasal kültür ve dolayısıyla farklı siyasal toplumsallaşma süreçlerinden dolayı farklı biçimlerde ve düzeylerde gerçekleşebilmektedir. Dolayısıyla siyasal katılma basit bir meraktan, yoğun bir eyleme kadar değişkenlik gösteren geniş bir faaliyet ve tutum yelpazesini oluşturmaktadır.¹⁷

Münci Kapani siyasal katılımı *“Siyasal katılım toplum üyesi kişilerin (vatandaşların) siyasal sistem karşısında durumlarını, tutumlarını ve davranışlarını belirleyen bir kavramdır.”* şeklinde tanımlamıştır. Münci Kapani’nin tanımına göre bireyler farklı şekillerde ve düzeylerde siyasal katılım faaliyetinde bulunmaktadır. Bazı bireyler politikaya yoğun zaman ayırırken, bazı kişilerin ilgisi ise oldukça zayıf kalmaktadır.¹⁸ Esat Çam ise siyasal katılmayı dar anlamda şu şekilde tanımlamıştır: *“Siyasal sistem içinde yurttaşların doğrudan ya da dolaylı biçimde yöneticilerin seçimini ve kararlarını etkilemeyi amaçlayan eylemlerin bütünüdür.”*¹⁹

Siyasi katılmanın yoğunluğu bireyden bireye değişmektedir. Bireyler arasındaki bu farklılık katılım düzeyleri arasında bir hiyerarşinin oluşmasına neden olmaktadır. Münci Kapani’ye göre en alt kademede siyasal olayları gazete, dergi, televizyon vasıtasıyla takip eden, siyasi mitinglerde dinleyici olanların yer aldığı seyirci faaliyeti yer almaktadır. Seyirci faaliyetlerinde bulunanlar genel olarak siyasal haberleri üreten değil alan konumunda olan siyasal seyircilerden oluşmaktadır. Seyirci faaliyetlerden sonra gazete ve dergilerde yazı yazan, radyolarda, televizyonlarda ve mitinglerde konuşma yapan, siyasal liderleri etkilemeye çalışan, bir partiye para yardımıyla bulunan bireylerin yer aldığı açıkça vaziyet alanlar yer almaktadır. Son aşamada olayların içine karışarak aktif rol alanlar ise bir siyasi partinin aktif bir üyesi veya yöneticisi konumunda olanlar veya seçilmiş kamu görevlisi olanlar veya bu görevlere aday olanlardan oluşmaktadır.²⁰

¹⁶Akın, s.82.

¹⁷Münci Kapani, **Siyaset Bilimine Giriş**, 29. Basım, Bilgi Yayınevi, Ankara, 2012, s.144.

¹⁸Kapani, s.144.

¹⁹Çam, s.169.

²⁰Kapani, s.145.

Bu noktada Amerikalı siyaset bilimci Robert Dahl, *Modern Political Analysis* adlı kitabında siyasal katılmanın boyutlarını sıralamış ve açıklamıştır. Robert A. Dahl'a göre siyasal katılmanın 4 farklı boyutu vardır ve bu boyutlar şunlardır:

- 1) **İlgi:** Siyasal olayları izleme derecesi,
- 2) **Önemseme:** Siyasal olaylara verilen önem derecesi,
- 3) **Bilgi:** Siyasal olaylar hakkında sahip olunan bilgi derecesi,
- 4) **Eylem:** Siyasal olaylara gösterilen çabalar.

Katılmanın bu 4 farklı boyutu birbirlerinden tamamen kopuk değildir. Her bir boyut bir diğeriyle yakın bağlar içerisindedir.²¹

Siyasal katılma boyutunun derecelendirilmesinin yanı sıra toplumu siyasal katılma yönünden gruplara ayırmak da mümkündür. R. Dahl (1963) toplumu siyasal katılma yönünden 4 farklı gruba ayırmıştır. Bunlar şu şekilde sıralanabilirler:

- 1) siyasal olmayan tabaka,
- 2) siyasal tabaka,
- 3) iktidar peşinde koşanlar,
- 4) iktidar sahipleri.²²

Bu gruplar farklı toplumlarda, toplumun özelliklerine bağlı olarak farklı yoğunluklarda gözlenebilirken aynı zamanda toplumun bir iç kesitini de sunmaktadır. Burada asıl önemli olan gruplar siyasal tabaka ile siyasal olmayan tabakadır. Çünkü iktidar sahipleri ile iktidar peşinde koşanlar toplumun oldukça küçük bir kesiminden meydana gelmektedirler. Siyasal olmayan tabaka genel olarak siyasal olgu ve olaylara karşı ilgisiz bireylerin oluşturduğu bir gruptur. Siyasal olmayan tabaka ile siyasal tabaka arasında kesin bir çizgi çizmek mümkün değildir. Çünkü çeşitli faktörlere bağlı olarak bir birey kimi zaman politikadan tamamen uzak dururken siyasal seçimlerde oy kullanabilmekte veya bazı konulara siyasal olarak ilgi gösterebilmektedir.²³

Lester W. Milbrath ise siyasal katılmayı “*özel vatandaşların hükümeti ve siyaseti etkilemeye veya desteklemeye çalıştıkları eylemleri*” olarak

²¹Robert A. Dahl, *Modern Political Analysis*, Englewood Cliffs, Prentice Hall, 1963, s.57'den aktaran Münci Kapani, *Siyaset Bilimine Giriş*, Bilgi Yayınevi, Ankara, 2012, s.144.

²²Robert A. Dahl, *Modern Political Analysis*, Englewood Cliffs, Prentice Hall, 1963, s.57'den aktaran Münci Kapani, *Siyaset Bilimine Giriş*, Bilgi Yayınevi, Ankara, 2012, s.56.

²³Kapani, s.147-148.

tanımlamaktadır.²⁴ Lester W. Milbrath'a göre siyasal faaliyetlerin hepsi aynı zorluk seviyesinde değildir bu sebeple siyasal katılım faaliyetlerini zorluk ölçütüne göre sıralanabilirler. Lester W. Milbrath bu sıralamayı kullanılarak toplumu 3 temel gruba ayırmıştır. Bunlar şu şekilde sıralanabilir:

- Siyasete ilgisini kaybetmiş duyarsızlar(Apathetic),
- Asgari düzeyde siyasetle ilgilenen izleyiciler (Spectators),
- Siyasetle aktif olarak ilgilenen gladyatörler (Gladiators).

Lester W. Milbrath burada bir benzetmeden yararlanmıştır. Roma İmparatorluğu'ndaki gladyatörlerin gösterilerinden esinlenerek seçimleri gladyatör dövüşlerine benzetmiştir. Çünkü Roma'da gladyatör dövüşlerinde dövüşü kimin kazandığına seyirciler karar vermektedir dolayısıyla gladyatörlerin amacı seyircileri memnun etmektir. Kayıtsızlar ise gösteriyi izlemek için Kolezyum'a dahi gitmezler, dola.²⁵ Lester W. Milbrath'ın bu kategorizasyonu neticesinde Tablo 1 oluşturulmuştur.²⁶

Tablo 1: Lester W. Milbrath'ın Siyasal Katılım Düzeyi Hiyerarşisi

²⁴Lester W. Milbrath, "Political Participation", **The Handbook of Political Behavior Volume 4**, (Ed. Samuel L. Long), Plenum Press, New York, 1981, s.198.

²⁵Milbrath, s.200-202.

²⁶Lester W. Mibarth, M. L. Goel, **Political Participation; How and Why Do People, Get Involved in Politics?**, Rand Mc Nally College Publishing Company, Chicogo 1977, p.p.18-21'den aktaran Esra Akay, **Siyasal Toplumsallaşma, Siyasal Kültür ve Siyasal Katılım Arasındaki İlişkinin Kavramsal Analizi**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya, 2006, s.101.

• Kamusal bir görev ya da bir siyasal parti içinde görev sahibi olmak • Bir görev için aday olmak • Siyasal amaçlı para temin etmek • Önemli bir parti toplantısına katılmak - Aday belirleme toplantısı. - Strateji toplantısı. • Siyasal bir partide aktif bir üye olmak • Zamanı siyasal bir kampanyada sarf etmek	GLADYATÖR
• Bir mitinge ya da toplantıya katılmak • Bir parti ya da odaya para yardımında bulunmak • Kamu görevlileri veya siyasal parti lideriyle temasta bulunmak	GEÇİŞ
• Bir parti ya da aday rozeti taşımak, arabasına bunu yapıştırmak • Bir kişiyi belirli bir yönde oy vermesini sağlamak için iknaya çalıştırmak • Bir siyasal tartışma başlatmak • Oymaya katılmak • Kendini siyasal dürtülere (uyarılar) karşı açık tutmak	İZLEYİCİ
Kayıtsızlar (Apechetics)	

Kaynak: Esra Akay, **Siyasal Toplumsallaşma, Siyasal Kültür ve Siyasal Katılım Arasındaki İlişkinin Kavramsal Analizi**, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya, 2006, s.102.

Lester W. Milbrath nüfusun kayıtsızlar, izleyiciler ve gladyatörler şeklinde kavramsallaştırılmasının olayı basitleştirdiği için çekici görüldüğünü kabul etmekle birlikte bu kavramsallaştırmanın yetersiz olduğunu ifade etmiştir.²⁷ Lester W. Milbrath ‘Political Participation’ adlı eserinde yapılan yeni çalışmalarla beraber siyasi katılımın görece küçük bir dizi tarz ve duruşa ayrılabilceğini ortaya koymuştur. Lester W. Milbrath bu tarz ve duruşları Sidney Verba, Norman Nie ve Jae-on Kim tarafından 1979 yılında yayınlanan ‘Katılım ve Politik Eşitlik: Yedi Ulusun Karşılaştırılması’ adlı çalışmayı merkeze alarak belirlemiştir. Lester W. Milbrath’ın bu sınıflandırmasına göre siyasal katılım türleri ve açıklamaları şu şekildedir:

- **Oylama:** Oy verme davranışı diğer siyasal etkinlikler kadar motivasyon gerektirmez. Oy veren vatandaş, bunun siyasi sonuç üzerinde ciddi bir fark yaratabileceği inancını nadiren taşır. Milbrath’a göre vatandaşın oy kullanmasındaki

²⁷Milbrath, s.201.

temel motivasyonların vatandaşlık görevini yerine getirme, ortak bir toplumsal norm duygusunu sürdürme ve toplumun iyi bir üyesi olma durumlarının olması daha olasıdır. Politik alana dâhil olmayan vatandaşlar oy kullanabilecekleri gibi politik alana dâhil olan bazı vatandaşlar ise oy verme zahmetine girmeyebilirler.²⁸

- **Parti ve Seçim İşçileri:** Milbrath'a göre parti ve seçim için çalışan kişiler gladyatörler grubunda yer almaktadırlar. Bu kişilerin siyasal sistem içerisinde doğrudan bir beklentileri yoktur, gönüllülük esasına göre çalışırlar. Bu grubun içerisinde bir siyasi partiden aday olanlar, bir siyasi partiye maddi olarak destekte bulunanlar, mitinglere katılanlar vb. yer almaktadır.²⁹

- **Topluluk Aktivistleri:** Aktivistler sosyal bir sorunla mücadele etmek amacıyla bir araya gelen ve bu sosyal sorunu çözmek için birlikte çalışıp kamu görevlileriyle temasa geçen kişilerden meydana gelmektedir. Aktivistler ile siyasal parti çalışanlarının gönüllülük gibi benzer yanları olsa da Aktivistler parti ve kampanya politikalarıyla çok daha az ilgilenmektedir.³⁰

- **Resmi Makamlar ile İletişime Geçmek:** Yetkili bir makam ile iletişime geçmek duruma ve zamana göre özel bir durumdur. Birey kendisini etkileyen bir konudan dolayı duyduğu kaygı neticesinde resmi bir makamla temasa geçer. Bu katılım biçiminde bireyin siyasal kaygıları düşüktür, dolayısıyla siyasal konularla yoğun şekilde ilgilenmezler.³¹

- **Protestocular:** Protesto geleneksel olmayan bir siyasal katılım olarak ifade edilmektedir.³² Son yıllarda protesto gösterileri gittikçe artmaktadır. Protestolar genellikle azınlık statüsündeki gruplar tarafından gerçekleştirilmektedir. Protestocular diğer siyasal katılım türlerine göre daha talepkâr bir nitelik taşımaktadır. Protesto faaliyetini vatansever bir yönelime sahip birçok vatandaş, vatansever olmayan bir eylem olarak görmektedir. Fakat bu durumun aksine protestocular ise bu durumda vatanseverliğe aykırı hiçbir şey görmediklerini ifade etmişlerdir.³³

- **İletişimciler / Bilgilendiriciler:** Bu gruba dâhil olan bireyler yüksek eğitim düzeyine sahip, siyasal bilgi ve ilgileri yüksek kişilerdir. Bu faaliyet güçlü bir sözel

²⁸Milbrath, s.201.

²⁹Milbrath, s.201-202.

³⁰Milbrath, s.202.

³¹Milbrath, s.202.

³²Milbrath, s.205.

³³Milbrath, s.202-203.

iletişimi gerekli kılmaktadır, dolayısıyla güçlü sözel yeteneklere sahip olmayan kişiler bu faaliyetlerin içerisinde olmamayı tercih ederler. Bu kişiler aktivistlere ve siyasal parti çalışanlarına göre daha eleştirel olma eğilimindedir. Fakat bu kişiler düşüncelerini dış dünyaya göndermek için protesto eylemini tercih etmezler.³⁴

Siyasal katılmada bireylerin farklı davranışlar sergilemesinin temelinde çeşitli sosyo-ekonomik, psikolojik, çevresel ve kültürel göstergeler yatmaktadır. Bireylerin gelir durumları, yaşları, eğitim seviyeleri, cinsiyetleri, yaşadıkları çevre, meslekleri vb. gibi demografik ve psikolojik değişkenlere göre siyasal katılım seviyeleri değişkenlik gösterebilmektedir.³⁵ Siyasal katılım davranışını etkileyen bu etkenleri kabaca demografik etkenler ve psikolojik etkenler olarak iki gruba ayırmak mümkündür. Demografik etkenler şu şekildedir:

- **Aile:** Birey dünyaya geldiği andan itibaren ailesi ile çok yakın ilişkiler içerisinde. Aile bireyin kimliğinin oluşmasında çok hayati bir noktadadır. Bireyin siyasal toplumsallaşmasında da ailenin önemi oldukça fazladır. Aile bilinçli toplumsallaştırma ile bireye toplumsal normları ve değerleri öğrettiği gibi aile içerisinde yer alan somut ilişkilerin vasıtasıyla da bireye bazı karar verme kalıplarını da öğretmektedir.³⁶ Bu sebeple birey yüksek oranda ailesinin siyasal eğilimlerinden etkilenmektedir. Ailenin eğitim durumuna bağlı olarak bireyin siyasal katılım düzeyi de değişebilmektedir. Eğitim düzeyi yüksek ailelerde birey ailesinden daha çok etkilenebilmektedir. Bireyin eğitim durumu ailesinden daha yüksek ise ailenin birey üzerindeki etkisi azalacaktır.³⁷

- **Yaş:** Siyasal katılmanın türü ve yoğunluğu bakımından yaş faktörü oldukça önemli bir yere sahiptir. Yaş bireyin sosyo ekonomik, psikolojik ve fiziksel olarak değişimini ifade etmektedir. Bu değişimler bireyin hayatın her alanında olduğu gibi siyasal alanda da davranışlarını ve tutumlarını değiştirmesine sebep olmaktadır.³⁸ Genç bireyler enerji ve zaman gerektiren protesto, gösteri yürüyüşü, seçim kampanyası faaliyetleri gibi siyasal eylemlere orta yaş ve yaşlı bireylere nazaran daha kolay girişebilmektedirler. Bireyler özellikle orta yaş dönemlerinde diğer

³⁴Milbrath, s.203.

³⁵Çam, s.171.

³⁶Birkan Uysal, “Siyasal Katılma ve Katılma Davranışı Üzerinde Ailenin Etkisi”, **Amme İdaresi Dergisi**, Cilt:17, Sayı:4, 1984, s.116.

³⁷Kışlalı, s.359.

³⁸Selçuk Akıncı, “Siyasal Katılımın Toplumsal Dinamikleri ve Kitle İletişim Araçları”, **Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı:8, s.307.

dönemlere göre daha yüksek bir siyasal katılım oranına sahiptir.³⁹ Yaşın kendisi oldukça önemli bir siyasal katılım aracı olmasının yanında yaşla birlikte bireyin eğitim düzeyi ve sosyal statüsü yükselmekte, birtakım derneklere üye olabilmektedir. Dolayısıyla yaş siyasal katılımı doğrudan etkilediği gibi siyasal katılımı etkileyen diğer etkenleri de etkilemektedir.⁴⁰

- **Cinsiyet:** Kadınlar siyasete olan ilgi düzeyi erkeklerden daha düşüktür. Ahmet Taner Kışlalı (1987)'ya göre kadınlar doğum yaptıkları için eve daha bağlıdır ve bu durum kadının siyasal alanın dışına çıkmasına sebep olmaktadır. Bu vasıtayla kadının siyasal alana özel bir ilgisi yoksa erkeğin yaptığı siyasal tercihi üzerinde fazla düşünmeden kendisi de kabul edebilmektedir.⁴¹ Ersin Kalaycıoğlu (1983)'nin cinsiyet rolleri ve siyasal katılma üzerine yaptığı çalışmaya göre kadın seçmenler erkek seçmenlere nazaran iki kat daha az oranda siyasal alana katılmaktadırlar. İki cinsiyet arasındaki bu temel fark kadın ve erkeklerin eğitim düzeyi, statü, kentsel yaşam deneyimi, kitle iletişim araçlarının kullanım sıklığı gibi faktörler de etkilidir.⁴²

- **Eğitim Durumu:** Siyasal katılım düzeyi ile eğitim durumu arasında doğru bir orantı bulunmaktadır. Bireylerin eğitim düzeyleri arttıkça siyasal alan hakkında bilgi düzeyleri de artmaktadır. Bu durumun neticesinde bireyler bu bilgileri yorumlayarak toplumsal alana dair sorunları daha rahat tespit edebilmektedirler. Bununla birlikte Ahmet Taner Kışlalı'nın ifade ettiği üzere eğitim durumu gelir düzeyiyle oldukça yakın ilişki içerisinde. Bireylerin gelir düzeyi arttıkça eğitim düzeyleri artmaktadır.⁴³ Dolayısıyla eğitim siyasal katılmadaki diğer faktörleri de etkilemektedir.

Ersin Kalaycıoğlu(1983)'na göre eğitim bireye siyasal katılım noktasında 6 şekilde etki etmektedir. Bunlar:

- 1) Eğitim bireye daha derin bir görev duygusu oluşturmakta ve bireyin siyasal katılmayı bir yurttaşlık görevi olarak algılamasına sebep olmaktadır.

- 2) Eğitim bireyin toplumsal kurumları ve yapıları öğretmekte ve bu nokta bireye bu kurum ve yapıları değiştirebilme inancı ve yeteneği kazandırmaktadır.

³⁹Kışlalı, s.358.

⁴⁰Ersin Kalaycıoğlu, **Karşılaştırmalı Siyasal Katılma**, İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Yayını, İstanbul, 1983, s.20-23.

⁴¹Kışlalı, s.359.

⁴²Kalaycıoğlu, s.115-117.

⁴³Kışlalı, s.359-360.

3) Eğitim bireye meslek ve statü sağlar. Birey ne kadar yüksek bir eğitime sahipse o kadar da yüksek bir gelir seviyesine sahip olacaktır. Gelir düzeyi ise bireyin daha güçlü mevkilere varmalarına sebep olacaktır.

4) Eğitim bireyin bilişsel yeteneklerini geliştirmesini sağlamaktadır, bu durum bireyin soyut düşünmesini ve kendisini ifade etmesini kolaylaştırmaktadır. Kendisini daha doğru ve anlaşılır ifade edebilen birey ise talep ve dileklerini daha etkin bir şekilde karşı tarafa aktarabilmektedir.

5) Eğitim düzeyi yüksek bireyler eğitim almamış bireylere göre çok daha nüfuzlu ve kozmopolit bir iletişim ve etkileşim ağında yer almaktadır. Bu durum eğitim düzeyi yüksek bireylerin çevresi dolayısıyla hükümetteki veya idaredeki bireylerle çok daha kolay ve hızlı iletişim kurmasına olanak sağlamaktadır.

6) Eğitim kurumlarında bireyler bir sınıf ortamında ve çoğu zaman birçok farklı grupla iletişim halinde eğitim almaktadırlar. Bu durum bireyin grup çalışmasına yatkınlığını, ortak çalışmasını geliştirebildiği gibi farklı siyasal düzeylerdeki insanlardan etkilenebilmesine de sebep olmaktadır.⁴⁴

• **Gelir Düzeyi:** Yapılan çalışmalar neticesinde siyasal katılım düzeyi ile gelir durumu arasında doğru bir orantı olduğu tespit edilmiştir. Gelir düzeyinin artmasına bağlı olarak siyasal katılım düzeyi arttığı gibi gelir düzeyi azaldığında ise siyasal katılım oranı siyasal alana olan ilgi yok olabilmektedir.⁴⁵ Bireyin gelir seviyesine bağlı olarak siyasal katılım düzeyi artmaktadır. Bireyin kazancına bağlı olarak statüsü değişir ve dolayısıyla daha güçlü mevkilere erişebilecektir. Bu durum bireyin siyasal alanda daha aktif olmasına sebep olacaktır.⁴⁶

• **Meslek ve Statü:** Gelir düzeyi siyasal katılım üzerinde oldukça önemli bir etken olsa da aynı gelir düzeyine sahip bireyler arasında bile siyasal katılım düzeyleri değişebilmektedir. Meslek ve statü eğitim düzeyiyle güçlü bir ilişki içerisindedir, dolayısıyla yüksek bir mesleki statüye sahip olan bireylerin eğitim düzeyleri de büyük oranda yüksek düzeydedir. Bireyler kişisel çabaları vasıtasıyla da statülerini yükseltebilir. Bu durum kişinin toplum tarafından onaylanmasına ve takdir almasına sebep olmaktadır. Bireyin toplum tarafından takdir edilmesi bireyin kişisel etkinlik

⁴⁴Kalaycıoğlu, s.26-30.

⁴⁵Kışlalı, s.359.

⁴⁶Kalaycıoğlu, s.27.

duygusu arttırabilmektedir. Bu duruma bağılı olarak bireyin siyasal alanda etkili olabileceğine dair inancı da artar.⁴⁷ Yapılan çalışmalar neticesinde eğitim düzeyinin düşük olduğı ve aile etkisinin de zayıf olduğı durumlarda mesleğin etkisinin arttığı gözlemlenmiştir.⁴⁸

• **Yerleşim Yeri:** Kent ve kıy yaşamı birbirinden oldukça farklı toplumsal dinamiklere sahip yaşam alanlarıdır. Kentte yaşayan bireyler daha bağımsız bir biçimde ve siyasal alana dair bilinci daha yüksek bir şekilde siyasal katılımını gerçekleştirirken, kırsal alanda yaşayan bireyler siyasal alanda daha bağımlı şekilde hareket edebilmektedir. Özellikle kırsal alanda kamuoyu önderleri bireyleri siyasal alanda yönlendirerek, kırsal alanda yaşayan kitlelerin güdümlü hareket etmesine neden olabilmektedir.⁴⁹ Bir diğey açıdan ise kentsel yaşam bireyin marjinal etkinliğini azaltabilmekte ve bu sebeple bireyin siyasal katılımını da zorlaştırabilmektedir.⁵⁰ Kentte yaşamak siyasal katılımı başlı başına etkileyebildiğı gibi bunun yanına bireye sunduğı birçok farklı katılım olanağı ve siyasal katılımı etkileyen diğey faktörleri de sunmasıyla siyasal katılıma dolaylı yoldan da etki edebilmektedir.

• **Din ve Etnisite:** Etnik ve dinsel azınlık grupları ortak değerler etrafında aynı kaderi paylaşma düşüncesi üzerinden bir dayanışma ve birlik olma hassasiyetiyle hareket edebilmektedirler. Etnik ve dini gruplar, çoğunluk karşısında birlik olma ve kendilerini çoğunluğa karşı savunma dürtüsüyle üyelerinin siyasal alana katılmasında oldukça önemli bir role sahiptir.⁵¹

• **Kitle İletişim Araçları:** Kitle iletişim araçları bireylerin çevresindeki olayları ve çevresinin yapısı ve kapsamı hakkında bilgi almasını sağlamaktadır. Dolayısıyla birey yeterince iyi bir eğitim seviyesine sahip olmasa da kitle iletişim araçlarına maruz kalmasına bağılı olarak siyasal alana dair bilgilerini genişletebilmektedir. Bunun yanında kitle iletişim araçları vasıtasıyla bireyler siyasal programlara, siyasal seçim konuşmalarına veya halka sesleniş vb. programlara maruz kalabilmektedir. Dolayısıyla kitle iletişim araçları bireylerin siyasal alana katılmalarında oldukça etkili olabilmektedir.⁵²

⁴⁷Kalaycıoğlu, s.30-31.

⁴⁸Kışlalı, s.360.

⁴⁹Kışlalı, s.360.

⁵⁰Kalaycıoğlu, s.25.

⁵¹Kışlalı, s.360-361.

⁵²Kalaycıoğlu, s.33-34.

Siyasal katılım davranışını etkileyen psikolojik faktörler ise şu şekildedir:

- **Siyasal Etkinlik Duygusu:** Münici Kapani etkinlik duygusunu şu şekilde tanımlamaktadır: “*Etkinlik duygusu kişinin kendi eylem ve davranışı ile çevresine ve olayların akışına etkide bulunabileceği inancını taşıyıp taşımadığını ifade eder.*” Etkinlik duygusunun güçlü ya da zayıf olması bireylerin siyasi katılım boyutlarının da artmasına veya azalmasına sebep olabilmektedir.⁵³ Çünkü yapacağı bir eylem neticesinde hiçbir etki oluşturmayacağını düşünen bireyin o eylemi gerçekleştirmesi oldukça düşük bir ihtimaldir.⁵⁴

- **Siyasal İlgi:** Ersin Kalaycıoğlu siyasi ilgiyi “*siyasi olayları, siyasi sistemin işleyişini ve siyasi kararların alınmasını sürekli ve düzenli olarak izlemek eğilimi*” olarak tanımlamaktadır.⁵⁵ Herhangi bir olaya ilgi duymak nasıl ki bireyin o olay konusundaki bilgisini ve eylemselliğini artıracaksa aynı durum siyasi ilgi için de geçerlidir. Siyasi ilgisi yüksek olan birey siyasi alan hakkında daha yüksek bir bilgiye sahiptir. Siyasi ilgi bireylerin siyasi olayları algılamasını kolaylaştırmakta ve siyasi eyleme yönelik bireyi motive etmektedir. Bunun yanında bireyin siyasi ilgisi artması bireyin siyasi alana dair dürtüleri de artırmaktadır. Bu durum ise bireyin daha ileri düzey siyasi katılma etkinliklerini kullanmasını sağlamaktadır.⁵⁶

- **Vatandaşlık Duygusu:** M. Akif Çukurçayır ve Gülise Gökçe vatandaşlık duygusunu⁵⁷ “*Bireyin etkili olup olmayacağını düşünmeksizin siyasi sürece katılmasıdır.*” şeklinde tanımlamışlardır. Deniz Baykal siyasi katılma ile vatandaşlık duygusu arasında pozitif bir ilişki olduğunu ve vatandaşlık duygusunda yüksek eğitim ve yüksek statü gibi değişkenlerin de etkili olduğunu ifade etmiştir.⁵⁸

- **Empati:** Gordon Marshall Sosyoloji Sözlüğü adlı eserinde empatiyi “*Özellikle duygusal düzeyde kendini başkalarının yerine koyma ve onları anlama becerisi.*” olarak tanımlamıştır.⁵⁹ The Passing of Traditional Society adlı eserinde

⁵³Kapani, s.146-147.

⁵⁴Kalaycıoğlu, s.39-40.

⁵⁵Kalaycıoğlu, s.41.

⁵⁶Kalaycıoğlu, s41.

⁵⁷M. Akif Çukurçayır ve Gülise Gökçe, “Yerel Siyaset ve Katılma Davranışı: Konya’da Katılım Eğilimleri”, **SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, Cilt:2, Sayı:3, 2002, s. 314.

⁵⁸Deniz Baykal, “Siyasal Katılma: Bir Davranış İncelemesi”, **Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Yayını**, No:302, 1970, s.98’den aktaran M. Akif Çukurçayır ve Gülise Gökçe, “Yerel Siyaset ve Katılma Davranışı: Konya’da Katılım Eğilimleri”, **SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, Cilt:2, Sayı:3, 2002, s.134.

⁵⁹Ed. Gordon Marshall, **Sosyoloji Sözlüğü**, çev. Osman Akınhay ve Derya Kömürcü, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 2005, s.193.

Daniel Lerner empati ile siyasal katılım arasında bir ilişki olduğunu vurgulamıştır.⁶⁰ Daniel Lerner'e göre modern toplumlar empati kavramı ile karakterize edilirler. Modern toplumun birbirlerine bağımlı sektörlerinin yüksek bir katılım düzeyini gerektirmesiyle birlikte modern toplumların katılımcı özellikleriyle empati arasında olumlu bir ilişki vardır.⁶¹

- **Siyasal Yabancılaşma:** Esat Çam'a göre bireylerin siyasete olan ilgileri toplumla bütünleştikçe artmaktadır, bütünleşmeyi sınırlayan sebepler ortaya çıktıkça da azalmaktadır.⁶² Yabancılaşma ise bireyin toplumla bütünleşmesini engelleyen bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır. Gordon Marshall yabancılaşmayı en genel tanımıyla *“bireylerin birbirlerinden veya belirli bir ortam veya süreçten uzaklaşmaları”* olarak tanımlamıştır.⁶³ Yabancılaşma siyasal sistemin birey için hiçbir anlam ve öneminin kalmadığı bir durumu ifade eder. Yabancılaşma siyasal sistemin bireyin gereksinimlerine cevap vermediği, kendisini gerçekleştirmesine engel olduğu durumlarda meydana gelir ve bireyin siyasal sistemden tamamen kopması durumunu ifade eder. Bireylerin siyasal sistemden uzaklaşması veya kopması bireylerin siyasal süreçlere katılımını azaltmaktadır.⁶⁴

- **Anomi:** Anomi kavramını ilk defa ortaya atan kişi Emile Durkheim'dır. Anomi, bireyin siyasal yabancılaşması ile güçsüzlük ve kuralsızlık durumlarının bir arada ortaya çıkması durumunda gerçekleşen bir inanç ve değer karışıklığı halidir. Sosyal edilgenlik olarak da adlandırılan kavram birey ile toplum arasındaki bütünleşmeye ilişkin ortaya çıkan olumsuz durumları ifade etmektedir.⁶⁵

Siyasal katılmanın biçimi ve düzeyleri devletlerin rejimlerine göre farklılık göstermektedir. Toplumların katılma modelleri ile rejim modelleri arasında bir paralellik bulunmaktadır ve bundan dolayı bireyin katılma davranışı da bu paralellik

⁶⁰Daniel Lerner, **The Passing of Traditional Society Modernizing The Middle East**, The Free Press, United States of America, 1964, s.10.

⁶¹Marshall, s.51-52.

⁶²Çam, s.172.

⁶³Marshall, s.798.

⁶⁴M. Akif Çukurçayır, **Siyasal Katılım ve Yerel Demokrasi**, Çizgi Yayınları, Konya, 2002, s.59'den aktaran Uğur Filiz, **Seçmen Davranışını Etkileyen Sosyo-Psikolojik Faktörler: Pamukkale Üniversitesi Örneği**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pamukkale, 2019, s.73.

⁶⁵M. Akif Çukurçayır, **Siyasal Katılım ve Yerel Demokrasi**, Çizgi Yayınları, Konya, 2002, s.59'den aktaran Uğur Filiz, **Seçmen Davranışını Etkileyen Sosyo-Psikolojik Faktörler: Pamukkale Üniversitesi Örneği**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pamukkale, 2019, s.62.

neticesinde belirlenmektedir.⁶⁶ Demokratik rejimlerde halkın tam anlamıyla doğrudan yönetime katılması J. J. Rousseau'nun *“Bir tanrılar ulusu olsaydı, demokrasi ile yönetilirdi. Böylesi olgun bir yönetim insanın harcı değildir.”*⁶⁷ sözlerinde de ifade edildiği gibi bir ideal olarak değerlendirilse de halk öyle ya da böyle bir şekilde yönetenlerin kararlarına etki edebilmektedir. Bu açıdan bakıldığında demokratik rejimlerde dahi siyasal katılmanın bir sınırı olmakla birlikte, diğer siyasal rejimlere kıyasla siyasal katılmanın en yüksek olduğu rejimler demokratik rejimlerdir.⁶⁸ Totaliter rejimler de meşruiyetini halka dayanmasından aldığı iddiasını taşırlar. Bu sebeple totaliter rejimlerde de bireyler siyasal hayata katılırlar. Fakat Totaliter rejimlerin siyasal katılım açısından demokrasilerden ciddi farklılıkları bulunmaktadır. Totaliter rejimlerde halk ideolojiyi yaymaları ve ideolojiye destek sağlamaları açısından seferber edilmektedir. Bunun yanı sıra Totaliter rejimlerde de siyasal seçimler gerçekleştirilmektedir, hatta Münici Kapani'nin ifadesiyle bu seçimlere katılım oranları genel olarak %90'ın üzerinde gerçekleşmektedir. Fakat totaliter rejimlerde gerçekleşen siyasal seçimlerde halk farklı adaylar arasında bir seçim yapmaktan ziyade bu seçimlerde halkın yaptığı seçim tek-partinin adayını onaylamaktan ibarettir. Totaliter rejimlerde halk kararların alınmasında değil, alınan kararların yürütülmesinde siyasal hayata katılırlar.⁶⁹

Son yıllarda gelişen teknolojiyle beraber siyasal katılmanın mekânsal boyutu da değişiklik göstermiştir. Sosyal medyanın insan hayatına girmesiyle beraber siyasal aktörlerin de bu mecraları yoğun bir şekilde kullanmasına yol açmıştır. Bu yönüyle sosyal medya yeni bir siyasal iletişim olanağı açmıştır. Bireylerin ve siyasal aktörlerin sosyal medya üzerinden siyasal iletişim kurmalarıyla beraber siyasal katılma da sosyal medya üzerinden gerçekleşebilir hale gelmiştir. Bu yönüyle sosyal medya ve siyasal katılma arasında yeni bir ilişki kurulmuştur. Sosyal medyanın bu yeni niteliği bir sonraki başlıkta anlatılacaktır.

1.2. YENİ TOPLUMSAL MEKÂN: SOSYAL MEDYA

⁶⁶Uysal, s.132.

⁶⁷Jean-Jacques Rousseau, **Toplum Sözleşmesi**, çev. Vedat Günyol, Adam Yayınları, İstanbul, 1987, s.81.

⁶⁸Kapani, s.151-155.

⁶⁹Kapani, s.155-158.

Bilişim teknolojilerinin gelişmesi ve bunun neticesinde internet kullanımının hızlı bir şekilde yaygınlaşması sosyal medya olgusunu ortaya çıkarmıştır. Sosyal medya olgusu Web 2.0 ile ortaya çıkan yeni kuşak internet uygulamalarının içerisinde yer alır. Web 2.0 karşılıklı iletişim ve etkileşime imkân veren yapısıyla Web 1.0'ın tek yönlü enformasyon sistemini ortadan kaldırmıştır. Web 2.0'ın bir diğer önemli özelliği ise kullanımının kolay olması dolayısıyla insanların internet ortamının bir parçası haline gelmesini sağlamasıdır. Böylelikle sosyal medya bireylerin karşılıklı etkileşim içerisinde oldukları, sosyalleşebildikleri bir meca halini almıştır.⁷⁰

Sosyal medya kavramının ne olduğu üzerine birçok tartışma ve tanım yapılmıştır. Bu tanımlamalar arasındaki temel nokta ise karşılıklı iletişimdir. Tanımlamaların ortak noktasında sosyal medyanın ara yüzlerle oluştuğu ve çeşitli amaçlar doğrultusunda kullanıldığı yer almaktadır.⁷¹ Levent Eraslan sosyal medyayı *“İnsanların fikirlerini, görüşlerini, deneyimlerini, perspektiflerini çeşitli mesaj ya da görüntüler ile paylaşmak ve birbirleriyle iletişim halinde bulunmak için kullandıkları çevrimiçi platformlardır.”* şeklinde tanımlamıştır. Andreas M. Kaplan ve Michael Haenlein ise sosyal medyayı *“Web 2.0'ın ideolojik ve teknolojik temelleri üzerine inşa edilen ve kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin oluşturulmasına ve değiştirilmesine izin veren bir grup internet tabanlı uygulamadır.”*⁷² şeklinde tanımlamışlardır. Brian Solis ve Deirdre Breakenridge ise sosyal medyayı *“İçeriğin demokratikleşmesi ve insanların bilgiyi okuma ve yayma (böylece içerik oluşturma ve paylaşma) sürecinde oynadığı rolün değişmesi süreci; bir yayıncılık mekanizmasından herkesten herkese modeline (many-to-many model) geçiş süreci”* olarak tanımlamaktadırlar.⁷³

Lon Safko ve David K. Brake The Social Media Bible adlı eserlerinde sosyal medyanın tanımını yapmışlardır. Buna göre insanlar, insanların, yerlerin ve durumların iyi, kötü ve çirkin yanlarını olabildiğince çabuk bir şekilde öğrenmeyi ve

⁷⁰Osman Metin, **Sosyal Medyanın Siyasal Toplumsallaşmaya Etkileri: Üniversite Öğrencileri Örneği**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar, 2014, s.8-12.

⁷¹Levent Eraslan, **Sosyal Medya ve Algı Yönetimi: Sosyal Medya İstihbaratına Giriş**, Anı Yayıncılık, Ankara, 2020, s.12.

⁷²Andreas M. Kaplan ve Michael Heanlein, “Social Media: Back To The Roots and Back To The Future”, **Journal of Systems and Information Technology**, Cilt:14, Sayı:2, s.101.

⁷³Brian Solis ve Deirdre Breakenridge, **Putting The Public Back In Public Relations**, FT Press, Amerika Birleşik Devletleri, 2009, s.XVII.

bu bilgileri başkalarıyla paylaşmayı severler. Dolayısıyla modern teknoloji ve dolayısıyla sosyal medya bireylerin eskiden köşe başında, iş yerinde su sebilinin başında veya daha da eskilere gidersek çeşme başlarında yaptıkları sohbetleri ve paylaştıkları bilgi miktarını büyük ölçüde artırdı. Teknoloji vasıtasıyla herkes bilgi üretebilir konuma geldi ve üretilen bilgiler eskisine nazaran çok geniş kitlelere çok hızlı bir şekilde yayılabilir konuma geldi. Safko ve Brake'e göre sosyal medya sohbeti mümkün kılmakla, bu sohbeti teşvik etmekle, tanıtmakla ve para kazanmakla ilgilidir.⁷⁴ Safko ve Brake sosyal medyayı *''Sosyal medya, konuşma ortamını kullanarak bilgi, birikim ve görüş paylaşmak için çevrimiçi olarak toplanan insan toplulukları arasındaki faaliyetleri, uygulamaları ve davranışları ifade eder. Diyaloga dayalı ortamlar, sözcükler, resimler, videolar ve sesler biçiminde içerik oluşturmayı ve kolayca iletmeyi mümkün kılan Web tabanlı uygulamalardır.''*⁷⁵ şeklinde tanımlamışlardır.

Michael Fruchter'a göre sosyal medya 5C'den meydana gelmektedir. Bunlar: iletişim (conversation), topluluk (community), yorumlamak (commenting), uyum / iş birliği (collaboration) ve katkıdır (contribution).⁷⁶

- **İletişim (Conversation):** Safko ve Brake'ın da ifade ettiği gibi sosyal medyanın temelinde karşılıklı iletişim ve sohbet vardır.⁷⁷ Bireyler ilgi alanlarına göre farklı kişilerle farklı paylaşımlar gerçekleştirebilmektedir.

- **Yorumlamak (Commenting):** Yorumda bulunmak sosyal medyanın temel öğelerinden bir tanesidir. Diğer sosyal medya kullanıcılarının paylaşımlarına yorum yaparak sosyal çevresini genişletmektedir.

- **Topluluk (Community):** Sosyal medya üzerinde de bireyler tıpkı gerçek hayatta olduğu gibi gruplar oluşturabilmekte ve gruplara üye olabilmektedirler. Bireylerin karşılıklı etkileşim halinde belirli alanlar üzerindeki topluluklara olan bu üyeliği sosyal medyanın sosyal kısmını oluşturmaktadır.

- **Uyum / İş Birliği (Collaboration):** Uyum ve iş birliği sosyal medyanın temelini oluşturan kavramlardır. Bireyler arasındaki uyum ve iş birliği sayesinde sosyal medya üzerinde sosyal topluluklar oluşmaktadır.

⁷⁴Lan Safko ve David K. Brake, **The Social Media Bible**, John Wiley and Sons Inc., Amerika Birleşik Devletleri, 2009, s.3-6.

⁷⁵Safko ve Brake, s.6.

⁷⁶Eraslan, s.14.

⁷⁷Safko ve Brake, s.6-7.

- **Katkı (Contribution):** Sosyal medyada her kullanıcı belirli oranlarda katkıda bulunmaktadır. Çünkü sosyal medyada kullanıcı sağladığı katkı oranında yer alır veya karşılık bulur.⁷⁸

Antony Mayfield'e göre sosyal medya katılım (participation), açıklık (openness), diyalog (conversation), bağlantılı olma (connectedness) ve topluluk (community) kavramlarından birçoğunu veya tamamını içeren bir grup yeni çevrimiçi medya olarak anlaşılmalıdır.

- **Katılım (Participation):** Sosyal medya, ilgilenen herkesi katkı sunmaya ve geri bildirimde bulunmaya teşvik eder. Medya ve izleyici arasındaki çizgiyi bulanıklaştırır.

- **Açıklık (Openness):** Sosyal medya araçlarının birçoğu geribildirim ve katılıma açıktır ve bunların birçoğu kullanıcıyı bilgi paylaşımına, yorum yapmaya ve oylamaya teşvik ederler. İçerik erişiminin kısıtlanması veya engellenmesi nadiren karşılaşılan bir durumdur. İçerikler genel olarak herkesin erişimine açıktır.

- **Diyalog (Conversation):** Sosyal medya geleneksel medyadan farklı olarak tek yönlü değil iki yönlü bir iletişim olarak görülmektedir.

- **Bağlantılı Olma (Connectedness):** Sosyal medyada farklı siteler, kaynaklar ve kullanıcılar birbirleriyle bağlantı içerisindedir ve bu bağlantı büyük bir ağ oluşturmaktadır. Bu unsur sosyal medyanın gelişimine katkı sağlamaktadır.

- **Topluluk (Community):** Sosyal medya bireylerin hızlı bir şekilde belirli bir konu çerçevesinde bir araya gelerek bir topluluk oluşturmaya ve etkili bir iletişim kurmasına olanak tanır.⁷⁹

Sosyal medyanın işlerlik kazanabilmesi için çeşitli platformlara ihtiyacı vardır.⁸⁰ Bu platformlar sosyal medyanın araçlarıdır ve bu araçlar ortaklaşa yapılan projeler, bloglar, mikrobloglar, içerik grupları, sosyal ağ siteleri, sosyal imleme ve sosyal haberlerden oluşmaktadır.⁸¹ Bu araçlar bireylerin iletişim ihtiyacını karşıladığı

⁷⁸Michael Fruchter, Marketing on the Social Web a Key Integredients, (www.michaelfruchter.com/blog/2009/02/marketing-on-the-social-web-a-few-key-ingredients), 2009'dan aktaran Levent Eraslan, **Sosyal Medya ve Algı Yönetimi: Sosyal Medya İstihbaratına Giriş**, Anı Yayıncılık, Ankara, 2020, s.14-15.

⁷⁹Antony Mayfield, **What is Social Media**, iCrossing, 2008, s.5.

⁸⁰Mehmet Tokatlı, İbrahim Özbükerci, Nazan Günay ve Beril Akıncı Vural, "Kurumsal İtibarın Sosyal Medya Üzerinden Aktarımı: Sektör Liderlerinin Twitter Yönetimi Üzerine Bir Araştırma", **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, Cilt:5, Sayı:1, Gümüşhane, 2017, s.37.

⁸¹Eraslan, s.18-21.

gibi aynı zamanda kullanıcıların örgütlenmesini ve paylaşım ihtiyaçlarının karşılanmasını da sağladıkları interaktif web sayfalarıdır.⁸²

- **Sosyal Ağ Siteleri:** Sosyal ağlar kullanıcıların kendileri ve ilgi alanları ile ilgili bilgileri arkadaşları, meslektaşları vb. gibi diğer kullanıcılarla paylaşımına olanak sağlayan araçlardır. Sosyal ağların çoğu kullanıcıların bir profil oluşturmaya ve ilgi veya uzmanlık alanlarına göre içerik oluşturmaya olanak sağlamaktadır. Kullanıcıların sosyal ağlara katılma amacı ticari veya başka bir amaçtan ziyade sosyalleşmektir.⁸³ MySpace, Facebook, Ning ve LinkedIn sosyal ağlara örnek olarak verilebilir.

- **Bloglar:** Bloglar kullanıcılarının günlük tutma alışkanlığı doğrultusunda kendi zevk, ilgi ve uzmanlık alanlarına göre oluşturdukları basit web sayfalarıdır. Kullanıcılar kendi sayfalarını çeşitli resim, müzik, yazı gibi içeriklerle oluşturup diğer kullanıcıların beğeni ve yorumuna sunarlar. Bloglar kolay kullanımı, düşük maliyeti ve geniş kitlelere erişilmesini sağlaması dolayısıyla popüler sosyal medya araçlarındandır.⁸⁴

- **Ortaklaşa Yapılan Projeler:** Bu projeler birçok internet kullanıcısının eşzamanlı çabasıyla oluşturdukları çalışmalardır. Bu projelerin en iyi örneği wikilerdir. Wikiler birçok kullanıcının bir araya gelerek oluşturdukları çevrimiçi ansiklopedilerdir. Wikiler tamamen kullanıcılarının kontrolündedir, bu sebeple wikilerde eksik ve yanlış bilgilerle de karşılaşılabilir.⁸⁵

- **Mikrobloglar:** Mikrobloglar bloglara kıyasla daha kısa içeriklerin anlık olarak başka kullanıcılarla paylaşıldığı platformlardır.⁸⁶ Mikrobloglar blogların daha hızlı ve pratik sürümleridir. Mikroblogların bu yapısı onları yükselen bir etkileşim ve iletişim sürecine sokmuştur. Böylelikle mikrobloglar insanların bilgi ve günlük aktivitelerini aramak ve paylaşmak için kullanmaya başladıkları popüler platformlar haline almışlardır.⁸⁷ En yaygın kullanılan mikrobloglara X platformu, Jaiku, Plurk ve Tumblr örnek olarak verilebilir. Oldukça popüler mikrobloglardan birisi olan X platformu 2006 yılında San Francisco'da kurulmuştur. Daha önceki adı Twitter olan

⁸²Metin, s.13.

⁸³Safko ve Brake, s.26.

⁸⁴Merve Üstündağ Eralp, **Sosyal Medyada Gerçek Zamanlı Pazarlamanın Rolü: Hızlı Tüketim Markalarının Twitter Paylaşımları Üzerine İnceleme**, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018, s.16.

⁸⁵Eraslan, s.18.

⁸⁶Eraslan, s19

⁸⁷Safko ve Brake, s.264.

X'in adı 24.07.2023 tarihinde X olarak değişmiştir. X platformu kullanıcıları X platformunu 3 amaçla kullanmaktadırlar. Bunlar; arkadaşlarıyla iletişimde olmak, bir bilgiyi aramak ve bu amaçla X platformunda yapılan paylaşımlardan yararlanabilmek ve stres atmaktır. X platformunda kullanıcılar gönderi (tweet), yeniden gönderme (retweet) ve bahsetme (mention) gibi araçlar sayesinde, günlük hayatlarında olan gelişmeleri hızlı ve pratik şekilde bir hikâye serisi olarak anlatabilmektedirler.⁸⁸

- **Sosyal İmleme:** İnternet kullanıcılarının beğendikleri internet site ve sayfalarını başka internet kullanıcılarıyla paylaşmalarına olanak sağlayan platformlardır. Sosyal imleme platformlarında kullanıcılar içerikleri oylayıp yorumlayarak takip ederler. Böylelikle ilgi çekici içerikler ön plana çıkarak kullanıcıların zaman kazanması ve etkin olarak imledikleri sayfa veya siteleri takip etmesini kolaylaştırmaktadır. Delicious ve StumbleUpon en popüler sosyal imleme platformları arasında yer almaktadır.⁸⁹

- **Sosyal Haberler:** Kullanıcıların farklı haberleri veya makaleleri paylaşmasına ve oylamasına olanak veren ve bu vasıta ile en çok oy alan içeriğin daha fazla görünmesini sağlayan platformlardır. Reddit ve Digg en popüler sosyal haber platformları arasında yer almaktadır.⁹⁰

- **İçerik Grupları:** Ağırlıklı olarak görsel (fotoğraf, video vb.) medyanın paylaşıldığı fakat bunun yanı sıra farklı medya türlerinde oluşturulmuş belge ve sunumların da paylaşıldığı platformlardır. Video paylaşım konusunda en çok tercih edilen platformlardan birisi Youtube'dur. Instagram ve Flickr ise fotoğraf paylaşım konusunda tercih edilen platformlardır.⁹¹

Sosyal medya birçok farklı özelliğiyle toplumsal yaşama etki etmiş ve onu değiştirmiştir. Sosyal medya yeni kavram ve terimleriyle birlikte toplumsal yaşama eklenen yeni bir dildir. Bunun yanında Levent Eraslan'ın yorumuyla sosyal medyanın zaman ve mekândan bağımsız yapısı onu sınırsız bir iletişim aracı haline getirmiştir ve bu durum sosyal medyayı küreselleşmenin bizatihi kendisi haline getirmiştir.⁹² Sosyal medya iletişimden, haberleşmeye ve toplumsal yaşamın birçok noktasında bir alternatif halini almıştır. Örneğin, birey birçok farklı konuda

⁸⁸Eraslan, s.19.

⁸⁹Eraslan, s.20

⁹⁰Eraslan, s.21.

⁹¹Eraslan, s.19.

⁹²Eraslan, s.22.

toplumsal alanda gerçekleştiremediği gruplaşmayı sosyal medya aracılığıyla çok rahat bir şekilde gerçekleştirebilmektedir. Bu yönüyle sosyal medya aynı zamanda bir sosyalleşme alanı olarak da ifade edilebilmektedir. Sosyalleşme artık sosyal medya aracılığıyla da gerçekleşebilen bir süreçtir. Dijital sosyalleşme olarak da adlandırılan bu süreçte bireyler toplum, siyaset, ekonomi gibi alanlarla alakalı bilgileri sosyal medya aracılığıyla toplamaktadır. Böylece birey sosyal medya üzerinden sosyalleşmektedir.⁹³

Sosyal medya kendisine has dili, kuralları ve davranış kalıplarıyla yeni bir kültürel zemini de ifade etmektedir. Sosyal medya “tweet atmak”, “retweetlemek”, “favlamak” ve “storye eklemek” gibi yeni kavramlarla kendisine has yeni bir dil oluşturmuştur. Sosyal medyanın kendi kültürü kapsamında kuralları vardır, bunun yanında hukuk sistemleri de sosyal medyanın kuralsız yapısını ortadan kaldırmaktadır. Dolayısıyla sosyal medya her ne kadar kuralsız bir alan olarak ifade edilse de aslında öyle değildir. Fakat bu kurallara uyup uymama bireyin kontrolünde gerçekleşmektedir. Çünkü sosyal medya bireysel bir mecraadır, dolayısıyla sosyal medyanın kontrolü bireylerin elindedir.⁹⁴

Sosyal medyada bireyler kendilerini çok farklı çeşitlerde ifade edebilmektedir. Bunun yanı sıra sosyal medya kullanıcılarına çok farklı hizmetler sunmaktadır. Dolayısıyla sosyal medya çeşitliliklerin bulunduğu bir alandır. Sosyal medyanın bir diğer önemli özelliği ise dijital bir arşiv olmasıdır. Bireylerin verdikleri anlık tepkiler silinene kadar arşivlenmektedir. Sosyal medyanın bir diğer özelliği ise sürekli ve tekrarlanabilir olmasıdır. Sosyal medyadaki hesaplar bir kural ihlali yapmadıkları sürece sürekli olarak faaliyetlerine devam edebilirler ve sosyal medyada paylaşılan içerikler tekrar tekrar çoğaltılarak paylaşılabilmektedir. Son olarak ise sosyal medyada oluşturulan ölçüm uygulamaları sayesinde veri toplamak bu verilerle araştırma yapmak çok daha kolaydır. Sosyal medya tüm bu özellikleriyle birlikte yepyeni bir olgu olarak toplumsal yaşamla bütünleşmiştir.⁹⁵

1.3. SOSYAL MEDYA VE KAMUSAL ALAN

⁹³Eraslan, s.23-24.

⁹⁴Eraslan, s.25-28.

⁹⁵Eraslan, s.29-30.

Kamusal alan kavramı Almandada *öffentlichkeit* kelimesiyle ifade edilmektedir ve bu kelime iki farklı anlamı bünyesinde barındırmaktadır. Dolayısıyla kamusal alanı açıklamadaki zorluk da bu noktada başlamaktadır. *Öffentlichkeit* kelimesi hem analitik hem de eleştirel bir kavramdır ve bir yandan tarihsel ve toplumsal ‘olanı’ açıklamak ve araştırmak amacıyla kullanılırken, diğer yandan olması gerekeni işaret eden normatif bir ilke olarak da kullanılmaktadır.⁹⁶ Kavram Türkçe olarak incelendiğinde ise kavramın kökünde kamu kelimesi yatmaktadır. Kamu kelimesi TDK’da şu şekilde tanımlanmıştır: “*Halk hizmeti gören devlet organlarının tümü; bir ülkedeki vatandaşların bütünü, amme; bütün.*”⁹⁷ Bu tanıma göre kamu kelimesinin birbirinden farklı anlamları bulunmaktadır ve bu farklı anlamlar kamusal alan kavramının muğlaklaşmasına neden olmaktadır.⁹⁸

Kamusal alan kavramı öncelikle mekânsal bir anlamı ifade etmektedir. Kamusal alanın mekânsal ifadesi toplumsal yaşantı içerisinde toplumsal fikirlerin, ifadelerin, tecrübelerin üretildiği, paylaşıldığı, yayıldığı ve tartışıldığı bir alandır. Aynı zamanda bu alan içerisinde ortaya çıkan kamuoyunu, kültürü, tecrübeyi ve yine bu alan içerisinde üretim sürecini oluşturan veya bu süreç dolayısıyla oluşan kamusal gövdeleri ifade etmektedir. Dolayısıyla kamusal alan kavramı toplumsal alan içerisinde farklı mekânları ve fenomenleri, zaman ve mekân boyutlarıyla bir arada ele alarak, toplumun dinamikler içerisinde ilişkilendirilmesine olanak sağlamaktadır. Kamusal alan kavramı bir diğer anlamıyla ise normatif bir ilkeyi ifade etmektedir. Bu anlamıyla kamusal alan bir ideali belirtmektedir.

Kamusal alan kavramı genel olarak Habermas’ın 1962 yılında yayımladığı *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü* adlı eseri üzerinden tanımlanmaktadır. Habermas kamusal alanı “*Kamusal alan her şeyden önce, toplumsal yaşamımız içinde kamuoyuna benzer bir şeyin oluşturulduğu alandır.*” şeklinde tanımlamıştır.⁹⁹ Habermas kamusal alan ile kamuoyu arasında bir bağın olduğunu verdiği tanımla ifade etmektedir. Tanıma göre Habermas kamusal alanı içerisinde kamuoyunun veya buna benzer başka bir şeyin oluşturulduğu alan olarak tasvir etmiştir. Habermas

⁹⁶Mereal Özbek, “*Giriş: Kamusal Alanın Sınırları*”, **Kamusal Alan**, (Ed. Meral Özbek), Hil Yayın, İstanbul, 2004, s.40.

⁹⁷Türk Dil Kurumu Sözlükleri, <https://sozluk.gov.tr/>, (20.09.2023)

⁹⁸Emre Savut, “Fütüristik Bir Kamusal Alan Alternatifi Olarak Metaverse”, **Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt;10, Sayı:1, Burdur, 2023, (Fütüristik) s.513.

⁹⁹Jürgen Habermas, “*Kamusal Alan*”, **Kamusal Alan**, (Ed. Meral Özbek), Hil Yayın, İstanbul, 2004, s.95.

kamuoyu kavramını ise şu şekilde açıklamaktadır: ‘*yurttaşların oluşturduğu kamusal gövdenin devlet biçiminde örgütlenmiş egemen yapıya karşı, enformel olarak (ve tabi seçim dönemlerinde de formel olarak) yürüttüğü eleştiri yapma ve onu kontrol edebilme görevleri*’. Habermas’ın kamuoyu tanımından hareketle kamusal alan toplum ile devlet arasında aracılık etmektedir ve içerisinde kamunun kendisini kamuoyu oluşturmak amacıyla örgütlemektedir.¹⁰⁰

Habermas’a göre kamuoyunun hammaddesini ise kanaatler oluşturmaktadır. Toplumun ortak ürünü olan kanaatler tartışma ve eleştiri yoluyla kamunun filtresinden geçirilir. Böylece kanaatler işleyen bir aklın ürünü olarak filtreden geçerler ve kamuoyunu meydana getirirler. Bu kavramlardan herhangi birisinin eksik olması kamusal alanın oluşmasına da engel olacaktır. Dolayısıyla vatandaşların kamusal olan hakkında tartışabilmesi, fikirlerini herhangi bir baskı veya engel olmaksızın ifade edebilmesi ve bu fikirleri dolaşıma sunabilmesi kamuoyu ve kanaatlerin oluşması noktasında son derece önemlidir.¹⁰¹

Habermas’a göre kamusal alana tüm vatandaşların erişimi garanti altına alınmış olmalıdır.¹⁰² Tüm vatandaşlar bu alana girebilmeli, bu alanda toplanıp istedikleri her konuda düşünebilmeli ve burada ortak fikirlerini oluşturabilir, biçimlendirebilmelidir. Vatandaşlar bu alanda düşünüp örgütlenebildiği kadar inançlarını ve kimliklerini diğer kişilere sunabilmektedir.¹⁰³ Vatandaşlar ancak böylesi özgür bir iletişim ortamında tartışabildiklerinde kamusal bir bütün şeklinde davranmış olurlar. Bu tür özgür bir iletişimin sağlanması ise bu durumu garanti edecek özgül araçları gerektirir.¹⁰⁴

Kamusal alan kavramının tanımlanmasında bir diğer önemli bilim insanı ise Hannah Arendt’tir. Arendt’e göre kamusal alan kavramı Antik Yunan’daki polis kavramına dayanmaktadır, özel alan ise Türkçe’de hane anlamına gelen Oikos kavramına dayanmaktadır.¹⁰⁵ Arendt’e göre özel alan insan yaşamının devamlılığını sağlayan zorunlulukları içeren bir alandır. Arendt bu zorlukları insan yaşamının

¹⁰⁰Habermas, 2004, s. 96.

¹⁰¹Özbek, s. 41-42.

¹⁰²Habermas, 2004, s.95.

¹⁰³Yavuz Çobanoğlu, “Değişen Kamusal Alanın Yeni ‘Siyaset Yapma’ Mekânı Olarak Sosyal Medya – (Politik Kimlikler ile Kamusal Haklar İlişkisi Bağlamında Twitter Örneği)”, **Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi**, Cilt:10, Sayı:17, Tunceli, 2019, s.701.

¹⁰⁴Habermas, 2004, s.95.

¹⁰⁵Emre Savut, “Kültür Endüstrisi: Kamusal Alanın Tüketimi”, **Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı:23, Pamukkale, 2016, (Kültür), s.18.

sürdürülmesi ve insan soyunun devamlılığını sağlanması (Arendt burada yaşamı sürdürme sorumluluğunun erkekte olduğunu ifade ederken, türün devamlılığı konusunda sorumluluğun ise kadında olduğunu ifade etmiştir.) olarak ifade etmiştir. Arendt'e göre kamusal alandaki özgürlüğün koşulu özel alandaki zorunlulukların karşılanmasından geçmektedir.¹⁰⁶ Dolayısıyla Arendt'e göre kamusal alanda özgür olabilmek için bireyin belirli bir iktisadi güce sahip olması gerekmektedir.¹⁰⁷

Arendt'e göre özel alanın temel unsurunu zorunluluklar oluştururken, kamusal alanın temel unsurlarını ise özgürlük, söz ve eylem oluşturmaktadır. Arendt'e göre kamusal alandaki bireyin bu temel unsurlara sahip olması gerekmektedir.¹⁰⁸ Arendt özgürlüğü içsel özgürlük ve dünyevi özgürlük arasında ayırım yapmıştır. Arendt dünyevi özgürlüğü *bireyin hareketini, evden uzaklaşmasını, dünyaya girmesini ve sözle, edimle başka insanlarla bir araya gelmesini mümkün kılan statü / durum* şeklinde tanımlamıştır ve bireyin içsel özgürlüğe ulaşabilmesi için öncelikli olarak dünyevi özgürlüğü yaşamış olması gerekmektedir. Bireyin içsel özgürlüğe erişebilmesinin ön koşulu öncelikli olarak kendisini yaşamın zorluklarından özgürleştirmesi koşuluna bağlıdır.¹⁰⁹

Kamusal ve özel alan birbiriyle kurdukları karşılıklı ilişki neticesinde anlam kazanmaktadır. Kamusal ve özel alan arasında net bir sınır çizmek oldukça zor olsa da Jeff Weintraub iki kavram arasında iki temel kıstasın yer aldığını ifade etmiştir. Bu kıstaslardan birincisi görünürlük kıstasıdır. Bu kıstas görünür, açık, erişilebilir olanla gizlenmiş, içine çekilmiş olan arasındaki ayrımı ifade etmektedir. İkinci kıstas ise kolektiflik kıstasıdır. Bu kıstas ise bireysel olan ile kolektif olan veya kolektifin parçası (özel) ile kolektif (genel) arasında ayırım yapmaktadır. Bu kıstaslar kullanılırken farklı biçim ve söylemlerde iç içe geçebilir, farklı boyutlarda ve biçimlerde ele alınabilir.¹¹⁰

Özetle kamusal alan genel olarak devletin ve sermayenin etki alanı dışında yer alan, içerisinde politik ve toplumsal sorunların tartışıldığı, mutlak eşitliğe sahip

¹⁰⁶Hannah Arendt, **İnsanlık Durumu**, çev. Bahadır Sina Şener, 1. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul, 1994, s.50.

¹⁰⁷Savut, (Kültür), s.20.

¹⁰⁸Savut, (Fütüristik), 514.

¹⁰⁹Hannah Arendt, **Geçmişle Gelecek Arasında**, çev. Bahadır Sina Şener, 4. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul, 2012, s.201-202.

¹¹⁰Jeff Weintraub, "The Theory and Politics of The Public/Private Distinction", **Public and Private in Thought and Practice: Perspective on A Grand Dichotomy**, (Ed. Jeff Weintraub ve Krishan Kumar), The University of Chicago Press, Chicago, 1997, s. 4-7.

öznelerin tamamen rasyonel bir şekilde eleştirel düşünerek hareket ettiği bir iletişim alanıdır.¹¹¹ Kamusal alan devletin egemenlik kurmak amacıyla tasarladığı baskıdan uzak ve pazar ekonomisinden ayrı olarak gerçekleşen kahvehaneler, romanlar, üniversiteler, salonlar vb. unsurların içerisinde yer aldığı alan olarak kabul edilebilir.¹¹²

Web 2.0 teknolojisinin internet âleminde yarattığı yapısal dönüşümle birlikte sosyal medyanın da kamusal alan oluşturduğuna dair görüşler önem kazanmıştır.¹¹³ Sosyal medyanın kamusal alan olup olmadığı noktasında literatürde farklı görüşler yer almaktadır. Bu görüşler incelendiğinde sosyal medyanın neden bir kamusal alan olduğu ve neden bir kamusal alan olmadığı sorularına çeşitli cevaplar verilmiştir. Öncelikle sosyal medya, kullanıcılarına siyasal denetimden uzak özgür ve eşit bir ortam sağlamaktadır.¹¹⁴ Sosyal medyanın bu özellikleri onun kamusal alan olarak değerlendirilmesinde oldukça etkilidir. Gelişen teknolojinin sağladığı imkânlar ve dünyanın birçok yerinde internete olan erişim dolayısıyla sosyal medya platformlarına erişim çok yüksek bir seviyededir. Böylece sosyal medya platformları çok geniş kitleleri içerisine alan, belirli toplumsal kategorilerden ziyade içerisinde herkesi barındıran bir kamusal alanı ifade etmektedir.¹¹⁵ Bu durum sosyal medyayı gerçek anlamda herkesin erişebileceği, ulusal sınırların ötesine aşan, uluslararası bir kamusal alan haline getirmektedir.¹¹⁶ Sosyal medya aynı zamanda kullanıcılarına eşit ve özgür bir iletişim ortamını da ortaya koymaktadır, özellikle sosyal medya platformlarının siyasal baskıdan uzak ve büyük şirketlerin egemenliği altında olmadan varlığını sürdürmesi sosyal medyanın kamusal bir alan olduğu iddialarını desteklemektedir.¹¹⁷

Sosyal medyanın bir kamusal alan olduğuna dair görüşleri destekleyen bu ifadelerin yanında sosyal medyanın bir kamusal alan olamayacağına dair görüşler de

¹¹¹Savut, (Fütüristik), s.515.

¹¹²Hasan Topbaş ve Ayhan Doğan, “Toplumsalın Yeni Agorası Olarak Sosyal Medya: Eleştirel Yaklaşım”, **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, Cilt:4, Sayı:1, Gümüşhane, 2016, s.130.

¹¹³Topbaş ve Doğan, s.130.

¹¹⁴Lewis A. Friedland, Thomas Hove ve Hernando Rojas, “The Networked Public Sphere”, **Javnost-The Public**, Cilt:13, Sayı:3, 2006, s.8-12.

¹¹⁵Kübra Küçükşen, “Perception of Gender Equality in New Media”, **Internal Journal of Human Sciences**, Cilt:13, Sayı:1, 2016, s.1285-1292.

¹¹⁶Ingrid Volkmer, “The Global Network Society and The Global Public Sphere”, **Development**, Cilt 46, Sayı:1, 2003, s.10-14.

¹¹⁷Douglas Kellner, “*Tabandan Küreselleşme: Radikal Demokratik Bir Teknopolitikaya Doğru*”, **Kamusal Alan**, (Ed. Meral Özbek), Hil Yayınları, İstanbul, 2004, s.715-725.

vardır. Bu görüşlere göre sosyal medya mekân ve aktörlerinin kimliklerinin net olmaması sebebiyle belirsiz bir alandır. Bu belirsizlik yeni kamusal alan olarak ifade edilen sosyal medyanın aktörlerinin ve mekânlarının da belirsiz olması anlamına gelmektedir.¹¹⁸ Sosyal medya eylemsellik noktasında da yetersiz kalmaktadır. Özgürlük farklı kamusal alan teorilerinde ön plana çıkan bir kavramdır. Ardent'e göre özgürlük kendisini en eksiksiz şekilde eylem üzerinde göstermektedir.¹¹⁹ Sosyal medyada gerçekleşen iletişim kelime ve görsellerden ibaret kalmaktadır. Bu durum bireylerin fiziksel olarak harekete geçmektense sosyal medya üzerinden yaptığı paylaşımlarla kendilerini ifade etmeleri durumunu ortaya çıkarmaktadır. Sosyal medyanın bu özelliği özgürlüğünü de gölgelemektedir.¹²⁰

Sosyal medyada yer alan kullanıcılar kendi dünya görüşlerine yakın bireylerle iletişim kurmakta ve böylece sanal cemaatler yaratmaktadırlar. Kullanıcıların yarattığı bu sanal cemaatler bireylerin farklı görüşlerini ifade etmelerinden ziyade kendisine yakın bulduğu mevcut bir görüşe destek vermesini ifade etmektedir.¹²¹ Böylece bir kamusal alan olarak sosyal medya kullanıcı görüşlerinin niteliksel değil niceliksel bir şekilde ifade edilmesine olanak sağlamaktadır.¹²²

Bir diğer temel eleştiri ise sosyal medyaya erişimin en temel gereklerinden birisi olan internete erişimdir. İnternete erişimin toplum içerisinde yer alan sosyal ve ekonomik eşitsizliklere paralel olarak seyrettiği düşünülmektedir. Bu duruma göre toplum internete erişimi olanlar ve olmayanlar olarak ayrılmıştır, bu durum ise "dijital bölünme" olarak ifade edilmektedir.¹²³ Bu durum sosyal medyanın herkese açık olması durumuna karşı geliştirilen bir eleştiridir.¹²⁴

Sosyal medyada doğru bilgi üzerine bir filtre bulunmaması, bu alandaki bilginin güvenilirliğini sorgulatmaktadır. Bu durum kullanıcının sosyal medya

¹¹⁸Orhan Gökçe, "Yeni Medya-Kamuoyu-Demokrasi", **Hepimiz Globaliz Hepimiz Yereliz: Gutenberg Galaksi'den Zuckerberg Galaksi'ye**, (Ed. Edibe Sözen), İstanbul 2012, s.37-54.

¹¹⁹Fatmagül Berktaş, "Hannah Arendt: 'Çoğulluk Yeryüzünün Yasasıdır'", **Kamusal Alan**, (Ed. Meral Özbek), Hil Yayınları, İstanbul, 2015, s.709.

¹²⁰Hatice Budak, "Kamusal Alanda Dönüşen Yapılar: Agoradan Sanal Uzama", **Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi**, Sayı:36, 2016, s.516-517.

¹²¹Berk Çaycı ve Ayşegül Elif Karagülle, "Mobil İletişim Teknolojileriyle Değişen Örgütlenme Biçimleri: Ağlarda Örgütlenen Toplumsal Hareketler", **Journal of Yasar University**, Cilt:9, Sayı:36, 2014, s.6377.

¹²²Lincoln Dahlberg, "Rethinking the Fragmentation of the Cyberpublic: From Consensus to Contestation", **New Media and Society**, Cilt:9, Sayı:5, 2007, s.828.

¹²³Van Dijk, **Ağ Toplumu**, çev. Özlem Sakin, Kafka Kitap, İstanbul, 2016, s.273.

¹²⁴İsmail Burak Malkoç, "Makro Bir Siber Alan Olarak Twitter: Türkiye'nin "Trending Topic"leri Analizi", **Sosyoloji Notları**, Cilt:2, Sayı:1, 2018, 109.

üzerinden gerçekleştirdiği iletişimi gerçekdışı bir zemin üzerine oturtması anlamına gelmektedir ve bu durum rasyonel iletişimi merkezine alan kamusal alan için aykırı bir durumu ifade etmektedir.¹²⁵

Son olarak küresel şirketlerin sosyal medya üzerinde etkisi de bu alanın kamusal alan olamayacağı yönünde bir diğer tartışma alanını oluşturmaktadır. Çünkü kamusal alan devletin ve sermayenin müdahalesinden uzak bir alanı ifade etmektedir. Fakat günümüzde sosyal medyanın ticari niteliğinin artması bu alanı şirketler için cezbedici bir alan haline getirmiştir.¹²⁶

Sosyal medyanın kamusal alan olamayacağına dair tüm bu görüşlere rağmen sosyal medyanın bir kamusal alan olduğuna dair görüşler oldukça yaygındır.¹²⁷ Bir sosyal medya platformu olan X platformunu bir kamusal alanı ifade edip etmediği de tartışılan konulardan birisidir.

X platformu kullanıcılarına sağladığı fırsat eşitliğiyle bastırılmış grupların kendilerini ifade etmelerini sağlamaktadır. Kamusal alanın oluşmasında gerekliliklerden birisi olan her vatandaşın kamusal alana erişimi olması şartı¹²⁸ X platformunun bu özelliği dolayısıyla sağlanmış olmaktadır. X platformu marjinalleştirilmiş grupların kendilerine ait karşı-kamusal söylemleri üreterek, bu söylemleri egemen söyleme karşı ifade etmelerini sağlamak ve bu duruma ek olarak marjinalleştirilmiş grupların karşı söylemlerinin ana akım kamuoyuna erişerek bunları etkilemelerini de sağlamıştır.¹²⁹

X platformunu diğer sosyal medya platformlarından ayıran en temel özellik X platformunda herkesin herkesi duyuyor olmasıdır. Gönderilerin kimler tarafından görüleceği kullanıcıların takip ettiklerine ve kullanıcıları takip edenlere bağlı olsa da kullanıcı arama bölümüne herhangi bir anahtar kelime yazarak, o kelimeyi içeren tüm gönderilere (gönderilerini koruma altına almış kullanıcıların gönderileri haricinde) erişebilmektedir. Bu özelliği X'in normatif bir kamusal alan olduğunu desteklemektedir.¹³⁰

¹²⁵Göksel Göker, “İletişimin Mcdonaldlaşması: Sosyal Medya Üzerine Bir İnceleme”, **Turkish Studies**, Cilt:10, Sayı:2, Ankara, 2015, s.409.

¹²⁶Nilüfer Timisi, “Önsöz”, **İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar Twitter**, (Ed. Selva Ersöz Karakulakoğlu ve Özge Uğurlu), Heretik Yayıncılık, Ankara, 2015, s.10.

¹²⁷Savut, (Fütüristik), s.519.

¹²⁸Habermas, 2004, s.95.

¹²⁹Gwen Bouvier ve Judith E. Rosenbaum, **Twitter, The Public Sphere, and The Chaos of Online Deliberation**, Palgrave: Macmillan, 2020, s.11.

¹³⁰Malkoç, s.111.

Axel Bruns ve Hallvard Moe'nin birlikte yaptıkları çalışmalarına göre X platformunun farklı iletişimse katmanları bulunmaktadır. Bu katmanlara paralel olarak da X platformunda çeşitli kamusal alanlar oluşmaktadır. Yapılan bu çalışmaya göre X platformunda mikro, mezo ve makro olmak üzere üç farklı katman bulunmaktadır. Mikro katmanda kullanıcıların cevap verme aracını kullanarak kurduğu kısa süreli ve kişilerarası iletişimin oluşturduğu kamular oluşmaktadır. Mezo katmanda yavaş bir şekilde meydana gelen ve genellikle sabit kalan takipçi ağlarının aracılığıyla oluşan kişisel kamular oluşmaktadır. Bu katmanda kullanıcı tarafından oluşturulan takipçi-takip edilen ağları ön plana çıkmaktadır¹³¹. Schmidt'in kullandığı kişisel kamu kavramı da bu katmana karşılık gelmektedir. Schmidt'in tanımına göre kişisel kamu kullanıcının takipçileriyle iletişime geçerek oluşturduğu bir kamusal alandır.¹³² Makro katmanda ise etiketler (hashtag) vasıtasıyla hızlıca oluşan ve hızlıca çözülen plansız kamular meydana gelmektedir.¹³³

X platformunun kamusal alan olduğuna dair görüşlerin yanında bu görüşün aksini iddia eden görüşler de bulunmaktadır. Christian Fuchs X platformunun farklı noktalardan kamusal alan olmayacağı yönünden ele almıştır. Fuchs'a göre X platformu toplumun belirli bir tabakasının hâkimiyeti altındadır, dolayısıyla X toplum içerisine tam anlamıyla yayılamamıştır. X platformu orta sınıf, eğitilmiş ve genç sınıfın elindedir. Dolayısıyla X homojen bir alandır. X aynı zamanda kâr amacı güden bir şirkettir ve bu durum Fuchs'a göre X'in kamunun sorunlarının tartışılacağı bir kamusal alan olarak ifade edilemeyeceğinin bir kanıtıdır.¹³⁴

1.4. SOSYAL MEDYADA BİREYİN KİMLİK İNŞASI

Kimlik kavramı temelde bireyin kim olduğuna verilen cevaptır.¹³⁵ Kimlik kavramı bir özelliği / niteliği ifade ettiği gibi aynı zamanda farklılıkları da ifade

¹³¹Axel Bruns ve Hallvard Moe, "Twitter'da İletişimin Yapısal Katmanları", **Twitter ve Toplum**, (Çev. Emre Erbatur), (Ed. Katrin Weller, Axel Bruns, Jean Burgess, Merja Mahrt ve Cornelius Puschmann) Kafka, Epsilon Yayıncılık, İstanbul, 2016, 68.

¹³²Jan-Hinrik Schmidt, "Twitter ve Kişisel Kamuların Doğuşu", **Twitter ve Toplum**, (Çev. Emre Erbatur), (Ed. Katrin Weller, Axel Bruns, Jean Burgess, Merja Mahrt ve Cornelius Puschmann) Kafka, Epsilon Yayıncılık, İstanbul, 2016, 57.

¹³³Bruns ve Moe, s.68.

¹³⁴Christian Fuchs, **Sosyal Medya: Eleştirel Bir Giriş**, (Çev. Diyar Saraçoğlu ve İlker Kalayıcı), NotaBene Yayınları, İstanbul, 2020, s.354-361.

¹³⁵Dilek İmançer, "Çağdaş Kimliğin Yapılanma Süreci ve Televizyon", **Doğu Batı Düşünce Dergisi**, Cilt:6, Sayı:23, 2003, s.233-234.

etmektedir. Dolayısıyla kimlik olgusu bir sınıflandırma işlemini de içerisinde barındırmaktadır. Muhittin Aşkın kimliği “*Kimlik en geniş anlamıyla, bireyin tüm özelliklerini kapsar; hem kişinin kendisini nasıl gördüğünü, hem de toplum tarafından nasıl görüldüğü, kimlik kavramıyla ilgili konulardır.*”¹³⁶ şeklinde tanımlamıştır. Kimlik bireyin diğer bireylerden ayırt edilmesini sağlayan tutarlı, sürekli ve yapılanmış göstergelerdir. Kimlik bireyin toplumsal çevreye uyum sağlaması için bir araçtır.¹³⁷ Kimlik bireyin kendisini nasıl anlamlandırdığıyla ilişkili olduğu için bireyin diğer insanlarla etkileşime girmesi bireyin kimliğini değiştirip farklılaştırabilmektedir.¹³⁸

Kimliğin nasıl oluştuğuna dair temel iki yaklaşım mevcuttur. Bunlar; nesnelci ve öznelci yaklaşımlardır. Nesnelci yaklaşıma göre kimlik bireyin iç dinamikleri ile ve bunun yanında tüm dış çevresiyle girdiği karşılıklı etkileşim ve iletişim neticesinde meydana gelen bir süreklilik, tutarlılık ve bütünlüktür. Öznelci yaklaşımda ise kimlik bir özdür. Bu öz bireyin yaşamı boyunca hemen hemen aynı kalan tutarlı bir yapıdır. Dolayısıyla öznelci yaklaşım bireyin iç dinamiklerine önem veren bir yaklaşımdır.¹³⁹ Nesnelci yaklaşımın bireyin yalnızca iç dinamiklerini değil bütün çevresiyle olan etkileşimini de göz önüne alarak kimliği tanımlaması oldukça önemlidir. Nesnelci yaklaşımın temel kuramlarından olan sosyolojik kuramlara göre insan her şeyden önce sosyal bir varlıktır ve bundan dolayı kimliğinin şekillenmesinde yalnızca organizmanın iç dinamikleri değil sosyal yaşamı da belirleyicidir.¹⁴⁰

Kimlik kavramının sosyolojik ve psikolojik yapısını üç farklı terim ortaya koymaktadır. Bunlar kişisel kimlik, sosyal kimlik ve kolektif kimliktir. Kişisel kimlik bireyin kendisini kim olarak gördüğüyle alakalıdır, birey “*ben bu kişiyim*” diyerek kendi kişisel kimliğini ifade etmektedir. Sosyal kimlik ise bireyin ait olduğunu hissettiği gruptaki yerini ifade etmektedir, birey “*ben bu grupta şu kişiyim*” diyerek kendi sosyal kimliğini ifade eder. Son olarak kolektif kimlik ise bireyin kişisel kimliğinden ayrılarak kendisini ait olduğunu hissettiği sosyal grupla beraber

¹³⁶Muhittin Aşkın, “Kimlik ve Giydirilmiş Kimlikler”, **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt:10, sayı:2, 2010, s.213.

¹³⁷Aşkın, s. 213-214.

¹³⁸Nuri Bilgin, **Kimlik İnşası**, Aşina Kitaplar, İzmir, 2007, s.78.

¹³⁹Marshall, s.9-12.

¹⁴⁰Aşkın, s.214.

değerlendirdiği durumu ifade etmektedir, birey burada “*biz şu’yuz*” ifadesini kullanarak kolektif kimliğini ifade eder.¹⁴¹

Kişisel kimlik bireyin “*ben kimim?*” sorusuna verdiği cevap doğrultusunda, kendisini tanıması ve tanımlamasıdır. Kişisel kimlik bireyin varlığıyla alakalı tüm değerleri ve anlamları içerisine alan öznel bir alanı ifade etmektedir.¹⁴² Kişisel kimlik insanın doğumuyla beraber oluşmaya başlamaktadır.¹⁴³ Nuri Bilgin’e göre kişisel kimlik bilişsel, duygusal ve davranışsal öğelere ayrılmaktadır. Bu anlamda kimlik kavramının üç temel bileşeni vardır. Bunlar; benlik kavramı, özsaygı kavramı ve kendini sunmadır. Benlik kavramı bilişsel bir kavramdır ve kişinin kendisi hakkındaki tüm bilgi ve düşüncelerini ifade etmektedir. Özsaygı kavramı duygusal bir kavramdır ve kişinin kendisi hakkındaki olumlu veya olumsuz duygu ve düşüncelerinin tamamını ifade etmektedir. Kendini sunma ise davranışsal bir öğedir ve kişinin kendisini dışarıya yansıtırma/tanıtma/ortaya koyma davranışlarının tamamını ifade etmektedir.¹⁴⁴

Sosyal kimlik, kimlik kavramının kişilerarası düzeydeki durumu, benliğin belirli bir sosyal gruba ait olduğunun bilgisi veya bilincidir.¹⁴⁵ Sosyal kimlik bireylerin kendilerini bir grubun üyesi olarak görmeleriyle alakalıdır. Sosyal kimlik bireyin diğerleriyle iletişim halindeyken sergilediği bir rol olarak da görülebilir.¹⁴⁶ Erving Goffman sosyal kimliği, kişiler arası etkileşimde bir kişinin sosyal kategorisini öne çıkararak ve bir sosyal statüye bağlı olarak gerçekleştirdiği davranışlar neticesinde topluma sunduğu görüntü/yüz olarak kavramlaştırmıştır.¹⁴⁷ Bireyin diğer bireylerle etkileşim halinde olması sosyal kimliğin oluşması için oldukça önemli bir yere sahiptir. Birey diğerleriyle iletişim ve etkileşim halindeyken diğerlerinden etkilenir ve onları model alabilir. Bu durumu özdeşleşme kavramıyla açıklamak mümkündür. Özdeşleşme kavramının farklı tanımları bulunmakla beraber, temel olarak bir model alma sürecini ifade etmektedir. Nuri Bilgin özdeşleşme

¹⁴¹Celile Evil Kulga, **Günlük Yaşamda Benlik Sunumları Üzerine Bir İnceleme**, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2014, s.38.

¹⁴²Cengiz Güleç, “Türkiye’de Kültürel Kimlik Sorunu”, **Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih – Coğrafya Fakültesi Antropoloji Dergisi**, Sayı:15, 2002, s.67-68.

¹⁴³Kulga, s.39.

¹⁴⁴Bilgin, s.13

¹⁴⁵Henri Tajfel, **Human Groups and Social Categories**, Cambridge University Press, 1981’den aktaran Nuri Bilgin, **Kimlik İnşası**, Aşina Kitaplar, İzmir, 2007, s.13.

¹⁴⁶Bilgin, s.13.

¹⁴⁷Erving Goffman, **Damga Örselenmiş Kimliğin İdare Edilişi Üzerine Notlar**, çev. Şerife Geniş, Levent Ünsaldı ve Suphi Nejat Ağırnaslı, Heretik Yayıncılık, Ankara, 2014, s.28-29.

kavramını: ‘Çocuğun belirli bir modelin basit tepkilerinden ziyade davranış tarzını, özel bir koşullanma veya öğrenme olmaksızın kendiliğinden taklit ederek kendine örnek alması sürecidir.’ şeklinde tanımlamıştır. Özdeşleme yalnızca pasif tek yönlü bir davranıştan ibaret değildir. Özdeşleme, özellikle çocukluk çağında, çocuğun çevresi tarafından belirli değer sistemleri ve kültürel konuma göre, belirli bir modelde özdeşleştirilmeye çalışılmasını da ifade eder. Örneğin çocuğa bir isim verilmesi, lakap takılması, sosyal bir statüye konumlandırılması, ailesinin dini, mezhebi, ait oldukları sosyal grupları çocuğa dışarıdan yüklenerek çocuk bir modele itilir.¹⁴⁸ Özdeşleşme alanı bireyin yaşı ilerledikçe aileden okula, arkadaş çevresine, aidiyet ve referans gruplarına doğru genişler.¹⁴⁹

Sosyal Kimlik Kuramına göre bireyin dâhil olduğu sosyal gruplar bireyin duygu, düşünce ve davranışlarının belirlenmesinde önemli bir etkiye sahip olduğunu ifade etmektedir. Sosyal gruplar üyelerinin kendilerini sosyal açıdan tanımlarını sağlarlar. Bu tanımlamalar çoğu zaman ilişkiseldir ve karşılaştırmalıdır. Birey kendisini grubun diğer üyelerine benzetir veya onlardan daha iyi veya daha kötü olarak tanımlar. Burada birey temel olarak özsaygısını korumaya ve artırmaya çabalayarak olumlu bir benlik için bir çaba içerisine girerler. Bu durumda bireyin sosyal kimliği bireyin kendisini ait olarak algıladığı sosyal gruplara göre gelişmektedir. Bireyin üyesi olduğunu düşündüğü sosyal grupların olumlu veya olumsuz özellik sergilemesine göre bireyin olumlu veya olumsuz sosyal kimlik oluşturma ihtimali artmaktadır.¹⁵⁰

Benlik ve kişilik ve dolayısıyla kimlik insanın içerisinde bulunduğu toplumla ilişkili olarak gelişir. *Ben* ve *öteki* kavramlarının algılanması kimliği bir aidiyet meselesi olarak ortaya çıkarır¹⁵¹ Bu durum ise bütün kimliklerin ilişkisel bir bütünlük içerisinde olduğunu ve farklılıkların olumlandığını ifade etmektedir. Birey kimliğini belirli bir kültürel ortamda ve *öteki* olanı göz ardı etmeden oluşturabilir. Aksi takdirde kültürel bir kimlikten ve dolayısıyla bir kişilikten söz etmek mümkün olmayacaktır. Çünkü birey zevklerini, arzularını, bakış açılarını, fikirlerini ve

¹⁴⁸E. M. Lipiansky, **Identite et Communication**, Psychologie Sociale, Paris, 1992, s.33’den aktaran Nuri Bilgin, **Kimlik İnşası**, Aşina Kitaplar, İzmir, 2007, s.86-88.

¹⁴⁹Bilgin, s.88.

¹⁵⁰Henri Tajfel ve John Turner, ‘An Intergrative Theory of Intergroup Conflict’, **Intergroup Relations: Essential Readings**, (Ed. M. A. Hogg ve D. Abrams), Psychology Press, Philadelphia, 2001, s.40.

¹⁵¹Taşkın Takış, ‘Kimliklerle Buluşma’, **Doğu ve Batı**, Cilt:6, Sayı:23, 2003, s.7.

inançlarını kendi başına oluşturmaz, bunun için belirli bir kültür ortamına ihtiyacı vardır.¹⁵²

Kolektif kimlik genel bir ifadeyle bireyin toplumdaki diğer bireylerle doğrudan veya dolaylı olarak gerçekleştirdiği etkileşim süreci içerisinde inşa edilen ve ortak amaçlar, araçlar, eylemler, dil, ritüeller ve dolayısıyla kültürü içerisinde barındıran bir çerçeveyi ifade etmektedir. Kolektif kimlik etkileşimde bulunan, iletişim halinde olan dolayısıyla birbirini etkileyen, müzakere eden ve ortak kararlar alan ilişkiler ağına atıfta bulunmaktadır. Dolayısıyla kolektif kimlik bireylerin kendilerini ortak bir birliğin parçası olarak hissetmelerini sağlamaktadır.¹⁵³ Kolektif kimlik bireyleri sınırlandırıcı bir etkiye de sahiptir. Çünkü bir grubu diğer bir gruptan ayırt emek adına çeşitli sınırlar mevcuttur. Grup üyeleri kendi grubunun özellikleri ve sınırları çerçevesinde hareket ederler, bu durum grup üyelerinin kültürel kimliklerinden kaynaklanmaktadır. Grup üyeleri asimile olmamak adına kendi gruplarının özelliklerini yaşatmaya ve dolayısıyla belirli sınırlılıklar çerçevesinde hareket etmeye çalışmaktadırlar. Bu durum bireylerin kolektif kimliklerini koruma çabalarıyla alakalıdır.¹⁵⁴

Sosyal medyanın kullanılmaya başlamasıyla beraber toplumsal alan da değişmeye başlamıştır. Teknolojinin gelişmesine paralel olarak ortaya çıkan sosyal ağlar bugün önemli bir gündelik yaşam pratiği haline gelmiştir. Sosyal medya platformları kullanıcıların zaman ve mekân algılarını kırmış ve kullanıcıları bu sınırlılıklardan kurtarmıştır. Bu durum kullanıcılara bağımsız bir şekilde etkileşimde bulunmalarını sağlayan sanal bir dünyada harekette bulunma olanağı tanımıştır.¹⁵⁵ Sosyal ağlar ve dolayısıyla sosyal medya bireyler arasındaki etkileşim ve iletişimi artırdığı gibi aynı zamanda kullanıcılara kendi kimliklerinin yanı sıra sanal bir kimlik inşa etmelerinin imkânını da sunmaktadır. Sosyal ağlar vasıtasıyla yaratılan sanal dünya kullanıcıların gizli ve anonim kalmalarına olanak sağlamaktadır, bu durum ise kullanıcıların gerçek kimlikleriyle sergileyemeyecekleri tutum ve davranışları inşa ettikleri yeni sanal kimlikleri üzerinden sergileyebilmelerine olanak tanımaktadır. Bu

¹⁵²A. Müslim Akdemir, “Küreselleşme ve Kültürel Kimlik Sorunu”, **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt:3, Sayı:1, 2010 s.44.

¹⁵³Alberto Melucci, **Challenging Codes: Collective Action In The Information Age**, Cambridge University Press, 2009, s.70-71.

¹⁵⁴Kulga, s.48-49.

¹⁵⁵İbrahim Ethem Zinderen, “Yeni Medyada Kimlik İnşası: Youtuber Kimliğine İlişkin Bir İnceleme”, **Erciyes İletişim Dergisi**, Cilt:7, Sayı:1, 2020, s.417-418.

durum sanal ve gerçek kimlik arasında ciddi farklılıkların olmasına sebep olabilmektedir.¹⁵⁶

Görsel medyanın insan için daha çekici olması ve bunun yanında özel olanın sunumu ile sosyal medya bireyin merak ihtiyacını karşılamakta ve bu sebeplerle bireylerarası ilişkilerde belirleyici olmaktadır. Sosyal medya bireylere görünür olabilecekleri yeni bir alan yaratmıştır. Bu alan bireylerin görünür olma isteklerini karşılamalarına ve bu görünen üzerinden bireyin merak ihtiyacını da karşılamasına olanak vermektedir.¹⁵⁷ Sosyal medya ile ortaya çıkan sosyal paylaşım ağlarında daha önceki sanal mecralardan farklı olarak kullanıcı kimlikleri anonim nitelikten çıkıp bilinir olmaya doğru evrilmiştir. Kullanıcı sosyal ağlarda profil fotoğrafı yükleyerek, kişisel bilgilerini, günlük aktivitelerini, o an ne hissettiğine dair durumlarını profilinde paylaşarak ve hatta başka kullanıcıların paylaşımlarına yaptığı beğeni, yorum, paylaşma gibi etkileşimlere girerek kendisini deşifre etmektedir. Böylece kimlik bireye giydirilen bir kalıp olmaktan çıkarak bireyin çeşitli şekillerde inşa edebildiği bir kavram haline gelmiş ve bireyin kimliği ve neticesinde kimliği üzerinden sergilediği performansı stratejik bir hamleye dönüşmüştür.¹⁵⁸

Kimlik belirli bir kültürel bağlam içerisinde bireyin diğerleriyle olan benzerlik ve farklılıklarına göre oluşmaktadır. Bu sebeple kimliğin inşa sürecinde bireyin diğer bireylerle olan ilişki ve iletişimi kimliğin inşasında referans noktası olarak kabul edilmektedir.¹⁵⁹ Kimliğin inşası bir süreçtir, dolayısıyla kimliğin inşası sürekliliğe dayalı bir üretimi ifade etmektedir.¹⁶⁰ Sanal dünyada tasarlanan sanal kimlikler diğer kimliklerle girdiği etkileşimlerle şekillenmektedir ve bu sosyal medya sürekli bir etkileşim platformu olduğu için sanal kimlikler sürekli değişime uğrayabilmektedir. Abone/takipçi sayısı, alınan olumlu yorumlar, beğenilme sayısı gibi hususlar bireyin popülaritesi ve takdir görmesi çerçevesinde sanal kimlik inşasında oldukça önemli etkenler arasında yer almaktadır.¹⁶¹ Bireyin kişiliği birden

¹⁵⁶Zinderen, s.418.

¹⁵⁷Ayşe Aslı Sezgin, "Türkiye'de Instagram Fenomenleri: Sosyal Paylaşım Ağlarında İnşa Edilen Yaşamların Kültürel Analizi", **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Cilt:9, Sayı:43, 2016, s.2144-2145.

¹⁵⁸Tuba Sütüoğlu, "Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Süreçleri: Facebook Örneği", **Folklor/Edebiyat**, Cilt:21, Sayı: 83, 2015, s.126.

¹⁵⁹Zinderen, s.418.

¹⁶⁰Stuart Hall, "Old and New Identities, Old and New Ethnicities", **Culture, Globalization and The World-System**, (Ed. Anthony D. King), University of Minnesota Press, Minneapolis, 1997, s.41-43.

¹⁶¹Zinderen, s.421.

çok farklı kimlikten meydana gelmektedir.¹⁶² Farklı çeşitlilikte kimliklerin meydana çıkmasında kimliklerin ötekine göre konumlandırılmış olması etkilidir. Bu sebeple sosyal alandaki farklı etkenlere bağlı olarak kimliksel çeşitlilik ortaya çıkmakta ve özellikle sosyal ağlarda farklı kimlik inşa süreçleri meydana gelebilmektedir.¹⁶³

Bireyler nasıl görünmek istediklerine ve başkaları tarafından nasıl görülmek istediklerine bağlı olarak çeşitli beklentilere sahiptir ve dolayısıyla kimliklerini de bu beklentilerine uygun şekilde sunmaktadırlar.¹⁶⁴ Sosyal medyada “*ben kimim?*” algısı yerine “*ben kim olmalıyım?*” algısı ön plana çıkmaktadır¹⁶⁵ ve böylece idealize edilmiş sanal bir kimlik yaratılmaktadır.¹⁶⁶ Birey bu durumda kendisi olmaktan ziyade başkalarının sunduğu kimlikleri dışarıdan gözlemleyerek kendisiyle kıyaslayarak karşılaştırma yapmaktadır. Dolayısıyla birey kendisiyle ilgili bilgi edinmek için dışarıya bakmaktadır.¹⁶⁷ Birey kendi yaşamına dair birçok durumu sosyal medya üzerinden yeniden kurgulayarak inşa etmektedir. Böylece sosyal medya her geçen gün bireyin gerçek kimliğinden ziyade sanal kimliği üzerinden kendisini sunmasına neden olmaktadır ve dolayısıyla bireyi olmadığı bir yaşamın içerisine yerleştirmektedir.¹⁶⁸

1.5. X PLATFORMU VE SİYASET

Web 2.0 teknolojisinin gelişimiyle beraber toplumsal hayatın birçok alanında olduğu gibi siyasal alanda da çeşitli değişim ve dönüşümler yaşanmaktadır. Sosyal medya araçlarının sunduğu imkânlarla birlikte siyasal katılım pratikleri de değişmeye ve dönüşmeye başlamıştır. X’in pratik ve hızlı yapısı ve diğer bir yandan kullanıcı

¹⁶²Aşkın, s.213.

¹⁶³Zinderen, s.418.

¹⁶⁴Cemile Tokgöz Bakıroğlu, “Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları”, **XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri**, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 23-25.01.2013, s.999.

¹⁶⁵Yıldız Dilek Ertürk ve Tuğçe Ertem Eray, “Fenomenolojik Bir Kavram Olarak Kendilik ve Sosyal Ağlarda Kendilik Sunumu ile Narsistik Eğilimler İlişkisi: İletişim Fakültesi (İ.Ü.İ.F.) Öğrencileri Üzerine Bir Ön Çalışma”, **Intermedia International e-Journal**, Cilt:3, Sayı:1, 2016, s.17

¹⁶⁶Zinderen, s.420.

¹⁶⁷Ertürk ve Eray, s.17

¹⁶⁸Burcu Özdemir ve Gonca Yıldırım, “Dijitalleşen İletişim Ortamlarında Kimlik İnşası ve Benlik Sunumu: İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, **Yeni Medya Elektronik Dergi**, Cilt:3, Sayı:3, s.182-183.

katılımını zorunlu kılması onu siyasal katılım noktasında da oldukça etkili bir araç haline dönüştürmüştür.¹⁶⁹

X birçok farklı özelliğiyle diğer sosyal medya araçlarından ayrılmaktadır. X’de binlerce kişiye tek bir gönderiyle erişme imkânı vardır. Bunun yanında anlık iletişim kurma ve etkileşimin yüksek olması X’i diğer sosyal medya araçlarından ayırmaktadır. Bir diğer yönüyle X gündem oluşturma gücüyle siyasal iletişim kampanyalarında oldukça etkili bir araç haline gelmiştir. Tüm bu durumlar göz önüne alındığında X üç temel noktada siyasal iletişim alanına etki etmektedir:¹⁷⁰ Bunlar; fırsat eşitliği, organize olma gücü ve izleme ve veri gücüdür.

• **Fırsat Eşitliği:** X platformu, internet erişimi ve hesabı olan herkesin ulaşabileceği, etkileşimde bulunabileceği bir mecra olması dolayısıyla fırsat eşitliğini sağlama noktasında etkili bir platformdur. Hiçbir ayırım gözetmeksizin, okuma yazma bilen ve ‘çevrimiçi’ olan herkes X’de siyasal düşüncelerini paylaşabilmekte, siyasal tartışmalar yürütebilmektedir. X’in fırsat eşitliğini sağlamada etkili bir platform olması onun bazı özelliklerinden kaynaklanmaktadır. Bu özellikler şu şekilde ifade edilebilir:

1) X kullanıcı olabilmek için herhangi bir önkoşul (yaş, cinsiyet, eğitim vb.) talep etmemektedir.

2) X’e katılım kolay ve basittir.

3) X’in tüm ekosistemi ulaşılabilir, şeffaf ve alenidir.

4) Takipçi sistemi dolayısıyla kullanıcılar kendilerine takipçi/dinleyici bulabilirler, dolayısıyla anlatıcı ile dinleyici/takipçi arasında bir köprü oluşturmaktadır.

5) Aynı fikri paylaşan fakat bir birlik oluşturamamış dağınık halde bulunan bireyleri bir araya getirebilir, dolayısıyla X bütünleyicidir.

• **Organize Olma Gücü:** X platformu aynı düşünceye sahip kullanıcıları bir araya getirerek bir grup oluşturulmasına ve bu grupların hızlı bir şekilde organize olmasına olanak sağlamaktadır. X yeniden gönderi, bahsetme, etiket ve favori gibi

¹⁶⁹Ahmet Neca Gökgül, **Sosyal Medyanın Siyasal İletişim Aracı Olarak Kullanımı: 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri Twitter Örneği**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2016, s. 80.

¹⁷⁰Bilal Eren, “Twitter ve Siyasal İletişim”, **İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar: Twitter**, (Ed. Selva Ersöz Karakulakoğlu ve Özge Uğurlu), Heretik Basın Yayın, Ankara, 2015, s.22-29’dan aktaran Ahmet Neca Gökgül, **Sosyal Medyanın Siyasal İletişim Aracı Olarak Kullanımı: 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri Twitter Örneği**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2016, s.80.

araçlarıyla kullanıcıların hızlı bir şekilde organize olmasına ve bilginin anlık şekilde yayılmasına olanak tanımaktadır. Aynı zamanda X’de kullanıcıların herhangi bir filtreye takılmadan ve hızlı bir şekilde fikirlerini paylaşabilmesi *biz ve ötekinin* farkındalığını artırmaktadır ve benzer fikirlere sahip kullanıcıların pozisyon almasını sağlamaktadır.

- **İzleme ve Veri Gücü:** X platformu istatistiki veri sağlaması dolayısıyla izleme ve raporlama yapılabilecek deneysel bir sosyal medya ağıdır. X sağladığı veriler dolayısıyla sosyal medya izleme aracı olarak kullanılmaktadır ve bu özelliği dolayısıyla siyasal kampanya stratejilerine yön verecek nitelikte verileri üretmektedir.

X platformu siyasal kampanyaları genişletmekte ve kişisel kampanyalar için de bir zemin oluşturmaktadır. X siyasi aktörlerin parti stratejileri çerçevesinde siyasal kampanyaları kişiselleştirebilmelerine ve kendi iletişim stratejilerini geliştirebilmelerine olanak tanımaktadır. Böylece siyasal aktörler kendi kişiliklerini daha çok ön plana çıkarabilme fırsatı elde etmektedirler. Bu yönleriyle X siyasal iletişimin yapısını ve içeriğini dönüşüme uğratmıştır.¹⁷¹

X’in açık ve pratik yapısı yakınlık ve görünürlüğün kolaylaşmasına olanak tanımıştır. Bu özelliğiyle X siyasetçiler ile vatandaşlar arasında doğrudan bir ilişki geliştirilmesine olanak tanıyan bir platform olarak ön plana çıkmaktadır. Böylece siyasetçiler çeşitli politikaları geliştirirken bu politikalarla ilgili fikir belirtmek isteyen vatandaşlar ile doğrudan iletişime geçebilmektedirler.¹⁷² X yarı kamusal yarı özel bir platform olarak nitelendirilmektedir. Bu özelliği sebebiyle X siyasal aktörlerin kişisel ve kamusal ilişkilerindeki sınırları bulanıklaştırmıştır.¹⁷³ X siyasal alanda etkileşimde bulunanları yani hem seçmenlere hem de siyasetçilere kamusal ve özel rollerini beraber sunma fırsatı vermesi bakımından önemli bir etki yaratmıştır.¹⁷⁴

X’de siyasetçiler belirli amaçlarla hareket etmektedir. Bu amaçlar; bilgilendirme, etkileşim, hareketlilik (mobilizasyon) ve kampanya ile bütünleşmedir. X’in bilgilendirme amacıyla kullanılması kullanıcıların platform üzerinden seçim

¹⁷¹Övünç Meriç, ‘‘140 Karakter ile Siyaset Konuşmak: Twitter’da Siyasetçi-Yurttaş Etkileşimi’’, **İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar: Twitter**, (Ed. Selva Ersöz Karakulakoğlu ve Özge Uğurlu), Heretik Basın Yayın, Ankara, 2015, (140), s. 41.

¹⁷²Meriç, 140, s. 39-40.

¹⁷³Gunn Sara Enli ve Nancy Thumim, ‘‘Socializing and Self-Representation Online: Exploring Facebook’’, **Observatorio Journal**, Cilt:6, Sayı:1, 2012, s.94.

¹⁷⁴Meriç, 140, s.42.

kampanyası ile ilgili veya herhangi başka bir konu hakkında bilgi toplaması anlamına gelmektedir. Etkileşim amacıyla kullanımda ise kullanıcılar topladıkları bilgileri yeniden gönder veya etiket vasıtasıyla kendi takipçileri ile paylaşırlar. Böylece bilginin dolaşımı hızlanmakta ve görünürlüğü artmaktadır. Hareketlilik veya mobilizasyon amacıyla kullanılmasında ise siyasi aktörler seçmenleri miting, toplantı, gösteri yürüyüşü gibi etkinliklere davet etmektedirler. Son olarak bütünleşmede ise seçmenlerin siyasilerin ürettiği enformasyonu paylaşması ve dolayısıyla siyasal etkinlikle bütünleşmesi anlamına gelmektedir.¹⁷⁵

X platformu demokrasinin dijitalleşmesi tartışmalarında ön plana çıkmaktadır. X geleneksel medyanın tahakkümünü kırabilmek amacıyla kullanılabilir önemli bir sosyal ağıdır. Çünkü X geleneksel medyanın ürettiği egemen söylemi bypass edebilmek amacıyla kullanılabilir bir araçtır. X'in hızlı ve pratik yapısı, geniş kitlelere ulaşabilme gücü ve tüm bunları oldukça düşük bir maliyetle gerçekleştirebilen yapısı onu alternatif düşüncelerin yayılmasını sağlamada ve dolayısıyla söylem alanında da alternatif bir düşüncenin görünür olmasında önemli bir ağ haline getirmektedir. Bu durum demokrasinin önemli gerekliliklerinden birisi olan çok sesli kültürün oluşmasında oldukça etkilidir. Çünkü X vasıtasıyla her türden azınlık grubu görünür olabilmekte ve kendisini ifade edebilmektedir.¹⁷⁶

X'in bahsetme, yanıt verme, etiket, yeniden gönderme, beğenme gibi özellikleri etkileşimi ve siyasal katılımı arttıran X'in karakteristik araçlarıdır. Öncelikle X'de her kullanıcının kendi kullanıcı adı yer almaktadır. Kullanıcı kendi X profili vasıtasıyla paylaşımlarda ve etkileşimlerde bulunabilir. X'de, kullanıcı özel olarak ayarlamadığı müddetçe, kullanıcıların birbirlerini takip etmesi için hesap sahibinin onayına ihtiyaç yoktur. Bu durumda kullanıcı takip ettiği tüm diğer kullanıcıların paylaşımlarını kendi anasayfasında görebilir ve böylece kendi gündemini oluşturabilir.¹⁷⁷

¹⁷⁵Darren G. Lilleker, Karolina Koc-Michalska, Eva Johanna Schweitzer, Michal Jasunski, Nigel Jakson and Thierry Vedel, "Informing, Engaging, Mobilizing or Interacting: Searching For a European Model of Web Campaigning", **European Journal of Communication**, Cilt:26, Sayı:3, 2011, s.196-199.

¹⁷⁶Meriç, 140, s.43.

¹⁷⁷Andranik Tumasjan, Timm O. Sprenger, Philipp G. Sandner ve Isabell M. Welp, "Predicting Elections with Twitter: What 140 Characters Reveal about Political Sentiment", **Fourth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media**, Cilt:4, Sayı:1, 2010, s.183.

Yeniden gönderme (retweet) aracı ise kullanıcıların diğer kullanıcıların paylaşımlarını olduğu gibi kendi profillerinde paylaşabilmelerini sağlayan bir araçtır. Kullanıcı böylece ilgisini çeken gönderiyi kendi kullanıcıları ile paylaşabilmektedir.¹⁷⁸ Böylece bir içeriğin görünürlüğü yükselmekte ve aynı zamanda bilginin kaynağına ulaşmak da kolaylaşmaktadır. Yeniden gönderme aynı zamanda içeriği onaylama ve destekleme anlamına da gelmektedir.¹⁷⁹ Yeniden gönderme siyasal iletişim açısından da oldukça önemlidir. Siyasilerin vatandaşlarla etkileşim halinde olduğunun göstergelerinden birisidir. Yeniden gönderme kullanıcıların paylaşımlarının siyasi aktörlerce ciddiye alındığının bir aracıdır ve bu vasıta ile yeniden gönderme kullanıcıları çevrimiçi olarak siyasal katılım gerçekleştirmelerine teşvik etmektedir.¹⁸⁰

Beğenme aracı kullanıcının, diğer kullanıcının paylaştığı gönderiyi beğenmesine ve bu gönderiyi beğeniler listesine eklemesine yarayan bir araçtır. Vatandaşların gönderileri beğenerek beğeni listelerine kaydetmesi siyasal katılımın bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Çünkü beğenme vasıtasıyla kullanıcı siyasilerin platform üzerinden dile getirdiği söylemlerini olumlama ve destek olma anlamında değerlendirilebilir. Ayrıca bir gönderinin kullanıcı tarafından beğenilmesi kullanıcının takipçileri tarafından kullanıcının profilinde yer alan beğeniler listesine girerek gönderinin okunmasını sağlamaktadır. Bu vasıta ile siyasilerin söylemleri kendi takipçileri dışında farklı pek çok kişi tarafından erişilebilir konuma gelmektedir.¹⁸¹

Bahsetme (@mention) ise herkesin görebileceği bir şekilde belli bir kullanıcıyla doğrudan iletişim kurmaya yarayan bir araçtır. Bahsetme aynı zamanda belirli bir konuşmada üçüncü bir kişinin işaret edilmesini de sağlamaktadır.¹⁸² Bahsetme kullanıcıların birbirleriyle doğrudan iletişim kurmalarını ve belirli bir konu çerçevesinde konuşmanın devamlılığını da sağlamaktadır. Bahsetme bu özelliğiyle siyasilerle vatandaşların birbirleriyle doğrudan iletişim kurmalarına olanak sağlayan bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır.¹⁸³

¹⁷⁸Övünç Meriç, **Dijital Demokrasi: Türkiye’de Yeni Medya ve Siyasal Katılım**, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2014, (Dijital), s.240.

¹⁷⁹Tumasjan ve diğerleri, s.183.

¹⁸⁰Meriç, Dijital, s.241.

¹⁸¹Meriç, Dijital, s.241-242.

¹⁸²Tumasjan, s.183.

¹⁸³Meriç, Dijital, s.242.

Kullanıcıların birbirlerine cevap vermesine olanak sağlayan yanıt verme aracı da X’de etkileşimi artıran araçlardan bir tanesidir.¹⁸⁴ Yanıt verme aracı kullanıcıların paylaşılan gönderilere yanıt vermesini sağlayan bir araçtır. Verilen cevaplar gönderinin altında bir akış halinde yer alır. Yanıtlama aracı kullanıcılara çift yönlü bir iletişim olanağı sağlamaktadır, böylelikle siyasilerle vatandaşlar arasında etkileşim artmakta ve bu durum kullanıcıları siyasal katılım gerçekleştirmeye teşvik etmektedir.¹⁸⁵

Etiket (#) ise X’in en önemli araçlarından birisi olarak ortaya çıkmaktadır. Etiket kullanıcıların belirli bir kelimeyi aramasını ve o kelime hakkında atılmış diğer gönderileri görmesini sağlamaktadır. Etiket belirli bir konuyu farklı kullanıcıların yorumuna açma ve müzakere etme noktasında önemli bir araçtır. Etiket aracı sayesinde kullanıcılar ilgilendikleri konuları takip edebilmektedirler ve takip etmediği kullanıcıların gönderilerini görme imkânını sağlamaktadır. Böylece kullanıcılar kamusal tartışmalara kolayca katılabilmekte ve çeşitli tartışmalara katkı sağlamaktadırlar.¹⁸⁶ X üzerinde gündem etiketler aracılığıyla inşa edilmektedir, bundan dolayı etiket kendisini gündeme taşımak isteyen siyasilerin oldukça kullandığı bir araç olarak ifade edilebilir. Etiket aracı X’de gündem olmak, siyasal olarak daha görünür olmak, çevrimiçi vatandaşları siyasal katılıma teşvik etmek, daha fazla vatandaşa ulaşmak, vatandaşların görüş ve düşüncelerini öğrenmek gibi önemli noktalarda oldukça önemli olanaklar sağlamaktadır.¹⁸⁷

X’de özellikle bahsetme ve etiket kullanıcılar arasında etkileşimi sağlayan birincil mekanizmalardır. Bu iki aracın bir arada kullanımı X’in kamusal, açık ve şeffaf bir platform olma özelliğini sağlamaktadır.¹⁸⁸

X kullanıcıları arasında yüksek bir etkileşim düzeyi oluşturmuş ve siyasal alanda yeni iletişim olanakları yaratmıştır. Ayrıca X’in çeşitli araçları bu platformun açık, şeffaf ve kamusal bir iletişimi tesis etmesine aracılık etmiştir.¹⁸⁹ Tüm bu özellikleriyle X günümüzde önemli bir sosyal medya aracı olmasının yanında oldukça önemli bir siyasal katılım aracı olarak da ifade edilebilir.

¹⁸⁴Meriç, 140, s.44-45.

¹⁸⁵Meriç, Dijital, s.243.

¹⁸⁶Meriç, 140, s.45.

¹⁸⁷Meriç, Dijital, s.244.

¹⁸⁸Meriç, 140, s.45.

¹⁸⁹Meriç, 140, s.45.

BÖLÜM II

İFADE ÖZGÜRLÜĞÜ VE HAKARET KAVRAMI

2.1. İFADE ÖZGÜRLÜĞÜ VE ELEŞTİRİ HAKKI

İfade özgürlüğü kavramının düşünsel özgürlük¹⁹⁰, düşünceyi açıklama özgürlüğü¹⁹¹, düşünce özgürlüğü¹⁹² vb. birçok farklı isimlendirmesi mevcuttur. Bu isimlendirmelerin her biri ifade özgürlüğü kavramının farklı noktalarına odaklanmaktadır.¹⁹³ Anayasal demokrasilerin en önemli noktalarından birisi olan ifade özgürlüğünü Mustafa Erdoğan şu şekilde tanımlamaktadır: “*En geniş anlamıyla ifade özgürlüğü bir düşünce, inanç, kanaat, tutum veya duygunun barışçı yoldan açığa vurulmasının veya dış dünyada ifade edilmesinin serbest olması demektir.*”¹⁹⁴ Mustafa Erdoğan’ın tanımından da anlaşılabileceği üzere ifadenin tek bir yolu yoktur. Birey kitap yazarak, farklı bir fular takarak, bir oyun sahneleyerek

¹⁹⁰Yılmaz Aliefendioğlu, “Düşünsel Özgürlük”, **İnsan Hakları Yılıhğı(M. Sencer’e Armağan)**, TODAİE İnsan Hakları Araştırma ve Derleme Merkezi, Cilt:17-18, Ankara, 1995-1996, s.12.

¹⁹¹Burhan Kuzu, “Düşünceleri Açıklama Özgürlüğü Alanında Geldiğimiz Nokta”, **İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası**, Cilt:59, Sayı:1-2, İstanbul, 2001, s.247.

¹⁹²Serhat Sinan Kocaoğlu, **Uluslararası(AİHM) ve Ulusal Yargı İçtihatları Çerçevesinde Hakaret Suçu**, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2019, s.45.

¹⁹³Elif Gül Yılmazlar, **Hakaret Suçu Bağlamında Eleştiri Hakkı**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2015, s.56-57.

vb. birçok farklı şekilde düşüncesini ifade edebilmektedir. Dolayısıyla korunması gereken bir özgürlük olarak pek çok farklı ifade biçimi mevcuttur. Mustafa Erdoğan'ın tanımı ifade özgürlüğünün geniş bir ifadesidir, demokrasinin asıl vazgeçilmez unsuru ise ifade özgürlüğünün daha dar anlamda tanımıdır.¹⁹⁵ Çünkü toplumda kanaat oluşumunun mümkün olması ve kamusal tartışmanın gelişebilmesi demokrasinin temel hedeflerindendir ve ifade özgürlüğü demokrasinin bu hedefini gerçekleştirmesinde vazgeçilmez bir araç olma konumundadır.¹⁹⁶ İfade özgürlüğünü demokrasi açısından bu kadar önemli kılan niteliği onun bireylerin bir konuyu akılcı yollardan eleştirebilmesini, yanlışları ve doğruları ortaya koymayı sağlamasıdır. Böylece fikirlerin rekabet etmesine olanak sağlayarak fikirlerin serbest piyasasında hakikatin ortaya çıkmasını sağlamaktadır.¹⁹⁷

İfade özgürlüğünün sağlanmasında asli muhatap devlettir. İfade özgürlüğünün devlete yüklediği temel ödev temelde negatiftir. Öncelikli olarak ifade özgürlüğü Anayasal güvence altına alınarak, tüm mevzuatının ifade özgürlüğünü tanıması ve güvence altına alması gerekmektedir. Aksi takdirde başta kamu otoriteleri olmak üzere ifade özgürlüğü keyfi müdahalelere açık hale gelebilir. Bu noktada devletin bireylerin duygu, düşünce ve fikirlerini özgürce ifade edebilmelerini tüm diğer dış aktörlere karşı koruması gerekmektedir.¹⁹⁸

Devletin ifade özgürlüğü kapsamında pozitif yükümlülükleri de bulunmaktadır. Çünkü bireyin ifade özgürlüğünden faydalanabilmesi için eğitim, kültür ve maddi olanaklar gibi sosyal hakların bireye devlet tarafından sağlanması gerekmektedir. Dolayısıyla ifade özgürlüğü yalnızca hukuksal bir kavram değil aynı zamanda ekonomik, politik, sosyolojik ve felsefi de bir kavramdır.¹⁹⁹

İfade özgürlüğünün özgürlükler kapsamına girebilmesi için ve dolayısıyla özgürlük güvencesinden yararlanabilmesi için fikri nitelikte olması gerekmektedir. Hakaret, küfür, iftira nitelikli veya müstehcen, dedikodu niteliği taşıyan ifadeler, özel hayatın gizliliğini ihlal edici söz, yazı ve eylemler ifade özgürlüğü kapsamının dışında kalmaktadır.²⁰⁰ Fakat bu noktada bazı kavramların göreceli nitelikleri

¹⁹⁴Mustafa Erdoğan, ‘‘Demokratik Toplumda İfade Özgürlüğü: Özgürlükçü Bir Perspektif’’, **Liberal Düşünce**, Sayı:24, Ankara, 2001, (DTİÖ) s.8.

¹⁹⁵Erdoğan, DTİÖ, s.8-10.

¹⁹⁶Kuzu, s.247.

¹⁹⁷Kuzu, s.248.

¹⁹⁸Erdoğan, DTİÖ, s.10.

¹⁹⁹Aliefendioğlu, s.12.

²⁰⁰Aliefendioğlu, s.12.

dolayısıyla suç olarak değerlendirilmesi *suçun açık, anlaşılır ve kesin olması* ilkesiyle çelişmektedir.²⁰¹ Dolayısıyla bu noktada bir ifadenin ifade özgürlüğü kapsamında değerlendirilip değerlendirilemeyeceğinin ölçütünün ne olacağı bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Bu noktada kanun koyucunun ifade özgürlüğü ile korunan değer arasında bir denge kurması gerekmektedir.²⁰²

Eleştiri hakkı kaynağını ifade özgürlüğünden almaktadır ve ifade özgürlüğünün bir görünümü olarak ifade edilmektedir. Eleştiri hakkı ifade özgürlüğünün korumasından yararlanan ifadeler olarak değerlendirilebilir. Başka bir ifade ile ifade özgürlüğü eleştiri hakkını korumak için vardır. Çünkü ifade özgürlüğünün amacı kimsenin rahatsız olmayacağı ya da duymaktan hoşlanmayacağı ifadeleri korumak değil, tam tersine insanları rahatsız eden ifadeleri korumaktır.²⁰³ Türkiye’de hem uygulamada hem de doktrinde suç veya haksız fiil oluşturmayan ifadeler için eleştiri hakkı kavramı kullanılmaktadır. Bunun yanında Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi (AİHM) kararlarında eleştiri hakkı ile ifade özgürlüğü kavramı aynı durumu ifade etmek için kullanılmaktadır, yani birbirlerinden ayrı iki kavram değildir.²⁰⁴

Tarihte bilinen birçok olayda gerçeklere itiraz eden bireylerin sadece bu sebeple idam edildiği bilinmektedir. Dolayısıyla bireyin düşüncesi, savundukları, ifade ettikleri ne olursa olsun eleştiri hakkı demokrasinin ve birey özgürlüğünün temeli olarak ifade edilebilir.²⁰⁵ Bu kapsamda herhangi bir vatandaşın eleştirilmesi ile devlet yöneticilerinin ve politikalarının eleştirilmesi arasında fark bulunmaktadır. Yöneticilerin ve politikalarının eleştirilmesi demokratik bir toplumda bu kişilerin hoşlanacakları şeyleri söyleme hakkından daha ziyade her türlü düşünceyi ifade etme özgürlüğüdür.²⁰⁶ Bu noktada yöneticilerin ve onların politikalarının eleştirilmesi noktasında bir engel oluştuğunda bu politikalara muhalif olanlar konu hakkında

²⁰¹Hacı Ali Özhan ve Bekir Berat Özipek, **Yargıtay Kararlarında İfade Özgürlüğü**, Liberal Düşünce Topluluğu Avrupa Komisyonu Yayınları, Ankara, 2003, s.3.

²⁰²Sahir Erman, **Hakaret ve Sövme Suçları**, İstanbul Üniversitesi Fen Fakültesi Yayınları, İstanbul, 1989, s.14’den aktaran Elif Gül Yılmazlar, **Hakaret Suçu Bağlamında Eleştiri Hakkı**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2015, s.62.

²⁰³Sümeyye Ulusoy, ‘‘Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi ve Anayasa Mahkemesi Kararları Işığında İfade Özgürlüğü’’, **Selçuk Üniversitesi Adalet Meslek Yüksekokulu Dergisi**, Cilt:2, Sayı:2, Konya, 2009, s.143.

²⁰⁴Yılmazlar, s.63.

²⁰⁵Yılmazlar, s.65.

²⁰⁶Vahit Bıçak, **Avrupa İnsan Hakları Kararlarında İfade Özgürlüğü**, Liberal Düşünce Topluluğu, Ankara, 2002, s.19.

düşüncelerini ifade edemedikleri için şiddete yönelebilmektedirler. Bununla beraber her türlü düşünceyi ve görüşü yapılan politikalar kapsamında göz önünde bulundurmaya tercih eden iktidarlara vatandaş daha büyük bir güven ve saygı duyabilmektedirler. Diğer yandan politikalarını keyfî ve kapalı şekilde oluşturan yönetimlere ve hukuk düzenine karşı vatandaşlar daha az saygı gösterebilmektedirler. Dolayısıyla eleştiri hakkı ve daha geniş bir ifadesiyle ifade özgürlüğüne sahip vatandaşlar politika yapım sürecine katıldıklarını hissettikleri oranda kanunlara daha fazla uyabilmektedirler.²⁰⁷ Bu noktada eleştiri hakkı bireylerin demokratik katılım isteklerini arttırmakta ve kamu hayatının demokratik olarak şekillenmesine olanak tanımaktadır.²⁰⁸ Eleştiri hakkı ancak ifade özgürlüğünün sağlandığı bir yerde mümkündür. Eleştirinin olmadığı ve düşüncelerin özgürce ifade edilemediği bir yerde ortak iyiye ulaşmak imkânsızdır.²⁰⁹

Eleştiri hakkının sınırlarının ne olduğu, eleştiri ile hakaret arasındaki ince çizgiyi neyin oluşturduğu oldukça tartışmalı bir alandır. Hangi ifadelerin hakaret kapsamında değerlendirileceği, hangilerinin eleştiri olduğu gerekçesiyle ifade özgürlüğünün koruması altında kalacağı belirsizdir.²¹⁰ Özellikle hakaretin suç olarak kabul edildiği ülkelerde bu bilinmezlik ciddi ihlallere sebebiyet verebilecek niteliktedir. Çünkü soyut ve sübjektif bir kavram olan hakaret suçunu somut bir olaya uygulayacak olan hâkimin ideolojik tutumu, entelektüel birikimi, tecrübeleri, karakteri vb. birçok kişisel özelliği kararın niteliğini değiştirebilecek bir güce sahiptir.²¹¹ Bu noktada korunan değer bakımından ele alındığında oldukça soyut ve sübjektif bir kavram olan şeref kavramını koruyan hakaret suçu, karşılığında eleştiri hakkı ve nihayetinde ifade özgürlüğü gibi demokrasinin asli araçlarından birisi olan bir ilkeyi tehlikeye atmaktadır. Nihayetinde şeref kavramının tanımını yapmak ve şerefe neyin zarar verebileceğini belirlemek sübjektif bir bakış açısını gerektirmektedir.

²⁰⁷Türkan Sancar, **Türklüğü, Cumhuriyeti, Meclisi, Hükümeti, Adliyesi, Bakanlıkları, Devletin Askeri ve Emniyet Muhafaza Kuvvetlerini Alenen Tahkir ve Tezyif Suçları**, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2004, s.212'den aktaran Elif Gül Yılmazlar, **Hakaret Suçu Bağlamında Eleştiri Hakkı**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2015, s.65.

²⁰⁸Mustafa Erdoğan, **Özgürlük, Hukuk ve Demokrasi**, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2018, (ÖHD) s.251.

²⁰⁹Erdoğan, ÖHD, s.252.

²¹⁰Yılmazlar, s.64.

²¹¹Kocaoğlu, s.46.

Hakaret suçunun ifade özgürlüğünü sınırlandırması kişilerde baskı ve korku oluşturabilmektedir. Bireylerin hakaret suçu kapsamı dolayısıyla yargılanmaktan ve mahkûm edilmekten korkması bireyler üzerinde oto-sansür etkisi yaratmaktadır. Bu durumun yarattığı korku ve baskı iklimi ise demokrasi için gerekli olan eleştiri ortamının oluşmasını ve bireylerin düşüncelerini ifade etmesini engellemektedir. Bu durum birçok olumsuz sonucu sebebiyle toplum için ciddi tehlikeler yaratabilmektedir. Hakaret suçunun birey ve dolayısıyla toplum üzerinde oluşturduğu bu baskı AİHM kararlarında *caydırıcı etki* olarak tanımlanmaktadır.²¹²

Ülkelerin hakaret kavramı üzerine farklı tutumları vardır. Serhat Sinan Kocaoğlu'nun bu kapsamda yaptığı çalışmasına göre demokratik ülkeler arasında temel farkın hakaretin suç olarak düzenlenip düzenlenmediği üzerinedir. Çalışmaya göre ülkeler hakareti üç farklı yöntemle düzenlemişlerdir: hakareti suç olarak düzenleyerek hapis ya da adli para cezasıyla cezalandırmak, hakareti suç olarak düzenleyip yalnızca adli para cezası veya uygun görülebilecek ek güvenlik tedbirleriyle cezalandırmak, hakareti tamamen ceza hukuku alanından çıkarmak.²¹³ AİHM ise eleştiri hakkı ile (veya AİHM'in ifadesine göre *kabul edilebilir eleştiri*) hakaret çatıştığında eleştiri hakkından yana, dolayısıyla ifade özgürlüğünden yana karar vermektedir.²¹⁴ Serhat Sinan Kocaoğlu yetmişten fazla ülkenin hukuk sistemini incelemiştir ve bu incelemelerden vardığı sonuca göre hakaret suçunu ifade özgürlüğünü sınırlandırmayacak şekilde tasarlamak imkânsızdır.²¹⁵ Bu yorumdan hareketle ifade özgürlüğü ile hakaret 'suçu' arasında bir denge kurmaya çalışmak her seferinde demokrasi aleyhine bir sonuç yaratacaktır.

2.2. HAKARET KAVRAMI

Kültür ve dil değişen olgulardır, hakaret ise bu iki kavramla yoğun ilişki içerisinde olduğu için kültür ve dil dönüşüm ve değişime uğradıkça bazı kelimeler hakaret anlamlarını yitirirken bazı kelimeler ise hakaret anlamı kazanabilmektedir. Dolayısıyla hakaret olarak değerlendirilen kelime ve ifadeler yer aldıkları kültürün

²¹²Kocaoğlu, s.15.

²¹³Kocaoğlu, s.456.

²¹⁴Ulusoy, s.143.

²¹⁵Kocaoğlu, s.493.

içerisinde anlam kazanırlar. Bir kelimeyi, bir davranışı ya da bir el hareketini hakarete dönüştüren şey aslında toplumun ona yüklediği anlamla ilişkilidir.²¹⁶

Abdullah Eren hakareti şu şekilde tanımlamıştır: “*Hakaret, kişi, grup, karakter, nesne, kavram, davranış vb. hakkında edep ve nezaket sınırlarını ihlal edecek şekilde saldırı, sataşma ve alaya alma tarzında, görünüş, karakter, soy vb. ile ilgili olarak oluşturulan incitici tavırların genel adıdır.*”²¹⁷ Abdullah Eren’in tanımından da hareketle hakaretteki temel amaç muhatabına zarar vermek/incitmek/üzmek, intikam almak ve onu aşağılamaktır.²¹⁸ Fakat hakaretin daha geniş bir kullanım alanı mevcuttur, ortaoyunu ve karagöz gibi eserlerde, mizah dergilerinde vb. alanlarda mizah amaçlı da kullanılabilir. ²¹⁹ TDK ise hakaret kavramını şu şekilde tanımlamaktadır: “*Onur kırma, onura dokunma; küçültücü söz ve davranış.*”²²⁰ TDK’nin tanımına göre hakaret karşısındakini aşağılamayı ve onurunu kırmayı amaçlamaktadır. Hakaret bireyin kimliğine karşı bir saldırı türüdür ve hakaretin muhatabının onurunu zedelemeyi amaçlamaktadır.²²¹ Dolayısıyla bu noktada hakaret ile onur kavramı arasında yakın bir ilişki mevcuttur. TDK onur kavramını ise şu şekilde tanımlamaktadır: “*İnsanın kendine karşı duyduğu saygı, şeref, öz saygı, haysiyet, izzetinefis: başkalarının gösterdiği saygının dayandığı kişisel değer, şeref, itibar.*”²²² Görüldüğü üzere onur veya şeref kavramı bireylerin subjektif değerlendirmeleriyle şekillenen bir kavramdır. Dolayısıyla bir bireyin onur veya şerefine saldırıya uğrayıp uğramadığı tamamen bireylerin subjektif tasnifine bağlıdır, görelidir. Örnek vermek gerekirse *kâfir* kelimesi dindar bir insan için hakaret anlamı taşıırken, *liberal* ifadesi bir anti-liberal için hakaret anlamı taşımaktadır.²²³

Hakaret kavramı küfür kavramıyla yakın bir ilişki içerisindedir. Dolayısıyla hakaret kavramının küfürden farkını ortaya koymak gerekmektedir. Küfür ve hakaret

²¹⁶Hilal Oytun Altun, “Hakaret Anlamı Olmayan Kelimelerin Hakaret Amaçlı Kullanımı”, **Hakaret Kitabı**, (Ed. Emine Gürsoy Naskalı ve Hilal Oytun Altun), Kitabevi Yayıncılık, İstanbul, 2010, s.6.

²¹⁷Abdullah Eren, “Siham-ı Kaza’da Hakaret Unsuru Olarak Hayvanlar”, **Hakaret Kitabı**, (Ed. Emine Gürsoy Naskalı ve Hilal Oytun Altun), Kitabevi Yayıncılık, İstanbul, 2010, s.41.

²¹⁸Eren, s.41.

²¹⁹Çiğdem Kılıç, “Ortaoyunu ve Karagöz Metinlerinde Kullanılan İlençler, Sitem Sözleri, Aşağılamalar”, **Hakaret Kitabı**, (Ed. Emine Gürsoy Naskalı ve Hilal Oytun Altun), Kitabevi Yayıncılık, İstanbul, 2010, s.129.

²²⁰Türk Dil Kurumu Sözlükleri, <https://sozluk.gov.tr/>, (07.05.2023)

²²¹Ömer Demircan, “İletişim Açısından Küfür ve Hakaret”, **Dilbilim Araştırmaları Dergisi**, Cilt:5,1994, s.264.

²²²Türk Dil Kurumu Sözlükleri, <https://sozluk.gov.tr/>, (07.05.2023)

²²³Altun, s.6.

çoğu zaman birbirlerinin yerine kullanılsalar da birbirlerinden farklı kavramlardır. Küfür, aşağılayıcı ve gerçek olmayan/kurgusal bir eylem üzerinden alıcıdan istekte bulunmak veya böyle bir eylemi alıcı özelinde varsaymaktır.²²⁴ Küfür bir nitelemeden ziyade bir alıcıya yönelik aşağılayıcı bir talep ya da varsayımdır. Hakaret ise yönlendirildiği kişiyi aşağılayan, onurunu zedeleyen bir nitelemedir ve bireyin kimliğini hedef alarak onu hem bireysel hem de toplumsal olarak zedeleme amacı içerisindedir.²²⁵

Hakaret iki yolla edilebilmektedir. İlk olarak önceden belirlenmiş geleneksel ya da töresel söze dayalı edimlerin yerine getirilmemesi şeklinde olabilmektedir. Örneğin torunun bayramda büyükbabasının elini öpmemesi gibi. Bir diğer hakaret yolu ise muhataba aşağılayıcı bir söz söylemek ya da davranışta bulunmaktır.²²⁶ Hakareti farklı şekillerde gerçekleştirmek mümkün olsa da genel olarak sözlü şekilde gerçekleştirilmektedir.²²⁷ Hakaretler genel olarak gerçek veya yakıştırma sıfatların abartılı benzetmelerinden veya vurgulamasından meydana gelmektedir. Bu benzetmeler deyimleşmiştir ve dolayısıyla toplum tarafından bilinir ve hemen hemen herkese aynı çağrışımları yapmaktadır. Örnek vermek gerekirse “odun” ifadesi bir kişiye karşı kullanıldığında *anlayışsız ve kaba kimse*²²⁸ anlamının ifade edildiği toplumun geneli tarafından bilinir.²²⁹ Bazı ifadelerin belli bir bağlam içerisinde kullanılması durumunda veya belirli bir tonlama ile söylenmesi durumlarında bu ifadeler hakaret iması taşıyabilirler. Kullanıldığı yer, amaç ve oluşturduğu etkiye bağlı olarak gülme, susma, tükürme, oturma, el hareketleri, resim, bitki, hayvan ve bunun gibi birçok unsur hakaret özelliği taşıyabilir.²³⁰ Bazı kelimeler ise kültürel ilişkiler sebebiyle hakaret iması taşıyabilmektedir. Fakat bu kelimeler temel kullanımında hakaret anlamı içermemektedir. Her dilde bu tarz kullanımlar mevcut olmakla beraber bu tarz kullanımlar toplumdan topluma değişiklik gösterebilmektedir. İfadenin hakaret niteliği bağlama göre belirlenmektedir.²³¹

Toplum, bireye öfkesini ifade etmek, karşısındakini küçümsemek vb. diğer duygularını ifade etmek amacıyla, kendisinden daha zayıf gördüklerinin sıfatlarını

²²⁴Demircan, s.267.

²²⁵Demircan, s.267.

²²⁶Demircan, s.264.

²²⁷Eren, s.42.

²²⁸Türk Dil Kurumu Sözlükleri, <https://sozluk.gov.tr/>, (07.05.2023).

²²⁹Eren, s.42.

²³⁰Eren, s.42.

²³¹Altun, s.5.

kullanabileceğini öğretmektedir. Bazı özellikler toplumun bilinçaltına olumsuz olarak yerleşmiştir, buradan hareketle toplum bireye sanki “bunlar gibi olma” demektedir. Bu noktada birey kendisinin olmaması gerektiği ve kendisinden alçakta gördüğü bu nitelermeleri hakaret amacıyla kullanmaya başlamaktadır ve bu durumları hakaret amacıyla kullandıkça muhatabını ötekileştirmektedir. Böylelikle birey hakaret olgusunu öğrenmektedir ve bu olguyu tekrardan topluma öğretmektedir.²³²

Bireyin hakareti iletişimde bir araç olarak kullanması onun aynı zamanda kendi yüceliğine atıf yapmaktadır. Çünkü hakaret anlamı taşıyan kelimeler bireylerin kendilerine yakıştırmak istemedikleri durumları işaret eden ifadelerdir.²³³ Birey bir normal üzerinden kendisini ve ötekini tanımlamaktadır ve bu durumda kendisini ‘normal olan’ olarak tanımlamakta veya kendisini normal olanın daha üzerinde bir konuma yerleştirmekte, muhatabını ise ‘normal olanın’ aşağısına konumlandırmaktadır. Nihayetinde kimse kendisinden daha iyi olanı veya kendisi düzeyinde olanı hakaret olarak kullanmayacaktır. Böylelikle bireyler ve bireylerden meydana gelen toplum kendisine aşağılık bir ötekini de yaratmış olur.²³⁴

Hakaret eden kişi, muhatabının çeşitli fiziksel, zihinsel ve sosyal yönlerini hedef almaktadır. Bu noktada hakareti saldırı açısından bireysel özellikler ve sosyal özellikler olarak ikiye ayırmak mümkündür.²³⁵ Bireysel özellikleri hedef alan hakaretler fiziksel farklılıklar ve rahatsızlıkları konu alabileceği gibi zihinsel özellikleri de konu alabilmektedir.²³⁶ Fiziksel ve zihinsel farklılıklar ve rahatsızlıklar istenmeyen fiziksel ve zihinsel durumları ifade etmektedir. Fiziksel ve zihinsel bir farklılığın veya rahatsızlığın hakaret amacıyla kullanımı temelde hakaret amacıyla ifade edilen bu duruma sahip olan tüm bireyleri aşağılamaktadır.²³⁷ Sosyal özellikler ise etnik ve dini farklılıklar, ideolojik farklılıklar ve sınıfsal farklılıklar olmak üzere üç gruba ayrılmaktadır. Etnik ve dini farklılıklar bireylerin etnisitesi ve dini aidiyeti üzerinden bireyi aşağılamayı amaçlamaktadır. *Bedevi, Arap, Ermeni, Yahudi* vb. ideolojik farklılıklar ise bireyin ait olduğu ideolojisine göre bir hakarete dönüşebilmektedir.²³⁸ Farklı ideolojik grupların birbirlerini düşman olarak görmesi

²³²Altun, s.22-23.

²³³Altun, s.17.

²³⁴Altun, s.23.

²³⁵Altun, s.7.

²³⁶Altun, s.7.

²³⁷Altun, s.8.

²³⁸Altun, s.14.

sonucunda karşıt ideolojik grubun adı hakaret amacıyla kullanılabilir. Bu durumda ideolojinin adı savunucuları tarafından normal olarak kullanılırken, karşıt grup tarafından hakaret anlamıyla kullanılabilir. Örneğin *Ulusalçı, Liboş (Liberal), Anarşist, Laik* vb. Son olarak toplum içerisinde yer alan çeşitli sınıfsal farklılıklar da hakaret amacıyla kullanılabilir. Örneğin *Köylü, Amele, Evde Kalmış* vb.²³⁹ Bu sınıflandırmaya ek olarak bazı kelimeler de hakaret amacıyla kullanılabilir. Bu noktada en başta hayvan adları yer almaktadır. Bazı hayvanlar bazı yönleriyle pozitif anlamda ön plana çıkarken, bazıları ise negatif bir anlamı ifade edebilmektedir. Örneğin aslan; cesur, yiğit, gürbüz²⁴⁰ anlamlarını ifade etmek amacıyla kullanılırken, köpek; aşağılık niyetlerle yaltaklanan veya davranışları kötü olan kimse²⁴¹ anlamlarını ifade etmek amacıyla kullanılmaktadır.

Hakaret her ne kadar günlük iletişimde sıklıkla kullanılsa da hakaretin kullanılması toplum tarafından istenilen bir durum değildir, bu durumun da ötesinde hakaret eden bireyi toplum ayıplamaktadır.²⁴² Toplumun yazısız normları olan ahlak ve görgü kuralları ve bunlara ek olarak din kuralları hakaret etmeyi hoş karşılamamaktadır.²⁴³ Ayrıca hukuk sistemleri de hakaretin kullanımını çeşitli yaptırımlara bağlayabilmektedirler. Türkiye’de hakaret bir suç olarak düzenlenmiştir. 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu’nda hakaret suçunu ‘‘Bir kimseye onur, şeref ve saygınlığını rencide edebilecek nitelikte somut bir fiil veya olgu isnat eden veya sövmek suretiyle bir kimsenin onur, şeref ve saygınlığına saldıran kişi...’’ şeklinde tanımlanmaktadır.²⁴⁴

Hakareti oluşturan ifadenin hakaret niteliği kişiden kişiye değişebilmektedir. Bu durum yalnızca kişisel düzeyde değil hukuk düzenleri açısından da farklılıklar gösterebilmektedir. Demokratik bir ülkenin hukuk düzeninde bir ifadenin hakaret olup olmadığı daha çok ifade özgürlüğü lehine değerlendirilirken, ülkelerin demokratiklik düzeyi azaldıkça ceza hukukunun baskı alanı genişlemekte ve dolayısıyla ifade özgürlüğü de hakaret suçu dolayısıyla baskı altına alınmaktadır.²⁴⁵

²³⁹Altun, s.14-21.

²⁴⁰Türk Dil Kurumu Sözlükleri, <https://sozluk.gov.tr/>, (04.05.2023)

²⁴¹Türk Dil Kurumu Sözlükleri, <https://sozluk.gov.tr/>, (04.05.2023)

²⁴²Ahmet Çiçek ve Mustafa Yağbasan, ‘‘Küfür ve Argonun Gündelik İletişimdeki Yeri: Üniversite Öğrencileri Özelinde Bir Alan Araştırması’’, **Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı:32, 2019, s.13.

²⁴³Eren, s.42.

²⁴⁴5237 sayılı Türk Ceza Kanunu, madde 125.

2.3. SOSYAL MEDYADA HAKARET

Sosyal medya iletişimin bir aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla günlük hayatta karşılaşılabilecek birçok unsur sosyal medya üzerinden de gerçekleşebilmektedir. Hakaret ise bu unsurlardan birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle Web 2.0 teknolojileriyle beraber internet üzerinden iletişimin iki yönlü bir hal alması bireylerin tartışma ortamlarına katılmalarına, büyük gruplar halinde tartışabilmelerine olanak sağlamıştır. Bu noktada sosyal medya siyasal iletişimin de bir aracı haline gelmiş ve günlük siyasi tartışmaların yaşandığı bir meca halini almıştır. Sosyal medyanın siyasal iletişimdeki bu yeri dolayısıyla bireylerin karşıt gruplara erişimi kolaylaştırmıştır. Farklı ve karşıt grupların kolaylıkla birbirlerine ulaşabilmeleri ise hakaretin kullanımına bir zemin hazırlamaktadır.²⁴⁶ Çünkü hakaret insanların ötekini tanımlarken kullandığı bir araç olarak da kullanılabilmektedir. Bunun yanında hakaret ötekini cezalandırmanın ve öfkeyi dışa yansıtmının da bir yoludur.²⁴⁷ Bu noktada sosyal medyanın günümüzdeki siyasal iletişimdeki yeri düşünüldüğünde hakaret bu iletişimin içerisinde ciddi bir konumda yer almaktadır.

Sosyal medyanın bazı temel özellikleri hakaretin kullanımı kolaylaştırmakta, görünürlüğünü artırmakta, kabul edilebilirliğini artırmakta, yayılmasına olanak tanımaktadır. Öncelikle sosyal medyanın çok geniş bir kullanıcı kitlesine sahip olması ve bunun yanında iletiyi saniyeler içerisinde muhatabına ulaştırma özelliği²⁴⁸ hakaret içeren paylaşımların da çok geniş alanlara yayılmasına ve geniş kitlelere ulaşmasına olanak tanımaktadır. Özellikle yüksek takipçiye sahip bir hesabın yaptığı hakaret içerikli bir paylaşım saniyeler içerisinde çok geniş bir kitle ile paylaşılmakta ve dolayısıyla geniş bir kitleyi etkilemektedir.

Sosyal medyanın bir diğer özelliği ise bireylere anonim hesaplar oluşturarak paylaşım yapabilme imkânı sunmasıdır. Sosyal medya üzerinde insanlar kendilerine ait olmayan kimlik bilgileri ve fotoğraflar ile hesap açabilmektedirler. Böylelikle

²⁴⁵Özkan Gürdoğan, **Hakaret Suçu**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2012, s.6.

²⁴⁶Atalay Aksay, “Sosyal Medya Paylaşımları/Hakaret”, 10.05.2019, <https://www.egitimis.org.tr/files/hukuk/bilgilendirmeler/SOSYAL-MEDYA-HAKARET.pdf>, (17.05.2023), s.1, 3.

²⁴⁷Altun, s.22-23.

²⁴⁸Zinderen, s.420-421.

yapılan paylaşımların, beğenilerin, yorumların veya diğer hareketlerin arkasında kimin olduğu anlaşılamamaktadır.²⁴⁹ Bu durumda birey kendi düşüncelerini daha cesur bir şekilde ifade edebilmekte ve toplumsal ve hukuksal cezadan kendisini koruyabilmektedir.²⁵⁰

Birey anonim olmanın yarattığı olanakları iki şekilde kullanabilmektedir. İlk olarak birey kendisini daha iyi ifade edebilmek amacıyla anonim hesap kullanabilir. Birey anonim olarak din, millet, cinsiyet, sosyal statü vb. gibi özelliklerini gösterecek ipuçları olmaksızın tartışmalara girerek karşıdan gelecek genelleme, önyargı, yaftalama gibi yaklaşımlardan ziyade sunulan görüşün kapasitesine, bilgi düzeyine ve sunulan argümanların geçerliliğine odaklanabilecektir. Birey kendisini, ötekileştiren, yaftalayan, yabancılaştıran ifadelerden kendisini koruyacaktır. Böylelikle birey kendisini rahat bir şekilde ifade edebilecektir.²⁵¹

İfade özgürlüğünün sınırlandırıldığı ülkelerde de bireyler kendi görüş ve düşüncelerini herhangi bir baskı altında kalmadan ifade edebilmek amacıyla anonim hesap kullanabilmektedirler. Anonim hesap kullanarak birey, gündeme ve yaşadıklarına dair duygu ve düşüncelerini olası bir yaptırıma maruz kalmadan ifade edebilmektedir. Birey böylece, özellikle ifade özgürlüğünün sınırlandırıldığı ülkelerde, kendisini ifade etmenin bir yolunu yaratmış olur.²⁵²

Anonim hesap kullanmanın sunduğu bir diğer olanak ise suç teşkil eden ifadelerin kullanılabilme özgürlüğüdür.²⁵³ Özellikle hakaret, iftira, küfür, aşağılama gibi hukuk sitemleri tarafından genel olarak bir yaptırıma bağlanan eylemler anonim hesaplar kullanılarak daha cesur bir şekilde gerçekleştirilebilmektedir.²⁵⁴ Böylece hakaret kullanımını engellemek amacıyla düzenlenen yaptırımların etkisi bireyin anonim olmasıyla azalacaktır. Böylece anonim olan birey daha cesur şekilde hakaret edebilecek ve bu durum hakaret kullanımını arttıracaktır.

Sosyal medyanın diğer bir özelliği ise belirli düşüncedeki insanların bir araya gelerek bir grup oluşturmalarına olanak tanımasıdır.²⁵⁵ Gruplar kendi norm ve

²⁴⁹Sertaç Kaya, “Sosyal Medyada Anonim Olmanın Söylemler Üzerindeki Etkisinin Haber Yorumları Üzerinden İncelenmesi”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, Sayı:60, 2022, s.172.

²⁵⁰Zinderen, s.418.

²⁵¹Kaya, s.172.

²⁵²Kaya, s.169.

²⁵³Edward Stein, “Queers Anonymous: Lesbians, Gay Men, Free Speech, and Cyberspace”, **Harvard Civil Rights-Civil Liberties Law Review**, Sayı:38, 2003, s.193.

²⁵⁴Kaya, s.169.

değerleri doğrultusunda üyelerinden bazı davranışlar sergilemesini bekleyebilirler.²⁵⁶ Bazı durumlarda, hakaret içeren davranışlar belirli bir topluluğun kabul ettiği normlar veya kültürel beklentiler içinde yer alabilir. Örnek vermek gerekirse Türkiye’de aşırı milliyetçi bir siyasi grubun terör örgütünü destekleyen diğer bir gruba veya kişiye hakaret etmesi o grup içerisinde çok normal ve hatta verilmesi gereken zorunlu bir tepki olarak yer alabilir. Bu durum hakaretin sosyal medyada kabul edilebilir bir olgu haline gelmesine olanak tanımaktadır ve hakaretin kullanımını yaygınlaştırmaktadır.

Sosyal medyanın bir diğer özelliği ise maliyetinin düşük olması ve erişilebilirliğinin yüksek olmasıdır. Bu özelliği sosyal medyanın tüm dünyaya yayılmasına ve her türlü sosyo-ekonomik düzeyden insanın platformlarda yer almasına neden olmaktadır.²⁵⁷ Bunun yanında sosyal medyanın anlık ve hızlı iletişim olanağı etkileşim oranını da oldukça yükseltmektedir. Böylece büyük kitlelerin yüksek etkileşimle bir arada bulunması gerilimi yüksek ortamların oluşmasına ve tartışmaların yaşanmasına sebep olmaktadır.²⁵⁸ Bu durum ise anlık tepkiler ve duygusal paylaşımlar dolayısıyla bireylerin hakaret içerikli paylaşımlarda bulunmasına sebep olabilmektedir.

Özetle sosyal medya ile iletişim sürecine yeni bir kanal açılmıştır. Açılan bu kanal iletişimin farklı unsurlarının da sosyal medya platformları üzerinde yerini almasına sebep olmuştur. Fakat sosyal medya iletişim süreçlerini dönüştürmüş ve farklı etkilerin gelişmesine sebep olmuştur. Hakaret ise iletişimin farklı bir yönü olarak sosyal medyada bu değişimi yaşayan bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medyanın getirdiği yeniliklerle hakaret kullanımı yaygınlaşmış, görünürlüğü artmış, kullanımı kolaylaşmış ve çeşitli durumlarda kabul edilebilirliğini arttırmıştır.

²⁵⁵Michael Fruchter, Marketing on the Social Web a Key Integredients, (www.michaelfruchter.com/blog/2009/02/marketing-on-the-social-web-a-few-key-ingredients), 2009’dan aktaran Levent Eraslan, **Sosyal Medya ve Algı Yönetimi: Sosyal Medya İstihbaratına Giriş**, Anı Yayıncılık, Ankara, 2020, s.14-15

²⁵⁶Nevfel Boz, **Yeni İletişim Ortamlarında Dijital Kimlik ve Benlik Sunumu**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2012, s.36.

²⁵⁷Bekir Gündoğmuş, Muhammed Maruf ve Hüseyin Aksu, “Sosyal Medya Kullanımının Siyasal Katılıma Etkisinin Şırnak İl Örneğinde Ölçülmesi”, **İktisadi ve İdari Yaklaşımlar Dergisi**, Cilt:1, Sayı:1, 2019, s.83.

²⁵⁸Gündoğmuş ve diğerleri, s.83.

2.4. TÜRKİYE’DE SOSYAL MEDYA

We Are Social ve Meltwater’ın Dijital 2023 raporuna göre Türkiye’de 71,38 milyon internet kullanıcısı bulunmaktadır bu oran toplam nüfusun %83,4’üdür. Rapora göre Türkiye’de 62,55 milyon insan aktif olarak sosyal medya kullanmaktadır, bu oran toplam nüfusun %73,1’idir.²⁵⁹ Verilerden de anlaşılabileceği üzere Türkiye nüfusunun oldukça yüksek bir oranı sosyal medyayı aktif olarak kullanmaktadır. Sosyal medyanın bu kadar yoğun kullanımı birtakım sorunları beraberinde getirmektedir ve bu sorunlara çözüm yaratmak amacıyla ise yeni hukuksal düzenlemeler yapılmaktadır.

Sosyal medya bireylerin kendilerini özgürce ifade ettiği, haberleştiği, iletişim kurduğu, bilgi aldığı vb. platformlardan oluşan bir yapıdır. Dolayısıyla bireylerin iletişim kurmasına, haberleşmesine, bilgi sahibi olmasına vb. imkân sağlayan bu platformlarda yapılan düzenlemelerin oldukça hassas olması önemlidir. Günümüzde ifade özgürlüğünün temel mecralarından birisi haline gelen sosyal medyaya dair yapılan hukuksal düzenlemeler, doğrudan bir sansür unsuru olabileceği gibi bireylerin otosansür uygulamasına da sebep olabilir. Bu durum ise ifade özgürlüğünün varlığını tehlikeye atmaktadır.

Türkiye’de son yıllarda sosyal medya mecralarına dair yapılan düzenlemeler bu tehlikeyi tartışılır hale getirmiştir. Özellikle 18 Ekim 2022 yılında yürürlüğe giren 7418 Sayılı Basın Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun bu tartışmaların odak noktası haline gelmiştir. Kamuoyunda ‘‘Dezenformasyon Yasası’’ olarak bilinen 7418 Sayılı Kanun dezenformasyonla mücadele amacı çerçevesinde çeşitli kanunlarda değişiklik yapılmasını içermektedir.²⁶⁰

Dezenformasyonun kelime anlamı yanlış bilgilendirmedir, TDK ise kelimeyi ‘‘bilgi çarpıtma’’ olarak tanımlamaktadır.²⁶¹ Dezenformasyon kara propaganda olarak da bilinmektedir, buna göre dezenformasyon bilinçli bir şekilde kitleleri yanlış bilgilerle yönlendirerek manipülasyon amacı taşımaktadır. Bu noktada yanlış bilginin kasıtsız olarak paylaşılması ise mezenformasyon terimiyle ifade edilmektedir. Özetle

²⁵⁹<https://datareportal.com/reports/digital-2023-turkey>, (01.09.2023).

²⁶⁰Hasan Oymak, ‘‘Kamuoyunda Dezenformasyon Yasası Olarak Bilinen, 7418 Sayılı ‘‘Basın Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun’’ un Getirdikleri’’, **Yeni Medya**, Sayı: 13, 2022, s.504.

²⁶¹Türk Dil Kurumu Sözlükleri, <https://sozluk.gov.tr/>, (22.10.2023)

dezenformasyon yanlış bilginin kasıtlı olarak sunulmasıyken, mezenformasyon ise yanlış bilgiyi bilinçsizce yaymak olarak ifade edilmektedir.²⁶² Türkiye’de dezenformasyonla mücadele amacıyla düzenlenen 7418 Sayılı Kanun ise Türkiye’de yoğun ve sert tartışmaların yaşanmasına sebebiyet vermiştir.

7418 Sayılı Kanun pek çok farklı düzenleme getirmesine rağmen tartışmalar 29. Madde üzerinde yoğunlaşmıştır. 29. Madde 5237 Sayılı Türk Ceza Kanunu’nun 217. Maddesine şu ifadelerin eklenmesini düzenlemiştir:

Halkı yanıltıcı bilgiyi alenen yayma

MADDE 217/A- (1) Sırf halk arasında endişe, korku veya panik yaratmak saikiyle, ülkenin iç ve dış güvenliği, kamu düzeni ve genel sağlığı ile ilgili gerçeğe aykırı bir bilgiyi, kamu barışını bozmaya elverişli şekilde alenen yayan kimse, bir yıldan üç yıla kadar hapis cezasıyla cezalandırılır.

(2) Fail, suçu gerçek kimliğini gizleyerek veya bir örgütün faaliyeti çerçevesinde işlemesi hâlinde, birinci fıkraya göre verilen ceza yarı oranında artırılır.²⁶³

Düzenleme neticesinde suçun oluşabilmesi şu şartlara bağlanmıştır:²⁶⁴

- Sırf halk arasında endişe, korku veya panik yaratmak saikiyle,
- Ülkenin iç ve dış güvenliği, kamu düzeni ve genel sağlığı ile ilgili,
- Gerçeğe aykırı bir bilgiyi,
- Kamu barışını bozmaya elverişli şekilde,
- Alenen yaymak.

29. madde çerçevesinde yapılan düzenleme neticesinde düzenlemeye destek olan ve düzenlemeye karşı olan grupların önderliğinde yoğun tartışmalar yaşanmıştır. Tartışmalarda düzenlemeyi eleştirenler genellikle düzenlemenin ifade özgürlüğünü kısıtladığını, sansür niteliğinde olduğunu, Anayasanın 13. Maddesinde düzenlenen Temel Hak ve Hürriyetlerin Sınırlandırılması konusuna aykırılık yarattığı, seçimler bakımından haksız rekabete neden olacağı, düzenlemenin çok net ifadeler içermemesi sebebiyle kötü niyetle kullanılabileceği tehlikesi ve düzenlemenin toplumu suskunluk sarmalı içerisine sokarak hiçbir konuya dair değerlendirme yapamayan ürkek bir toplum yaratacağına değinmişlerdir.²⁶⁵ Eleştiriler

²⁶²Oymak, s.505.

²⁶³7418 Sayılı Basın Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun, Madde 29.

²⁶⁴Oymak, s.507.

²⁶⁵Oymak, s.511.

incelendiğinde düzenlemenin toplum aleyhine olduğu ve düzenlemenin demokrasi ve ifade özgürlüğüne zarar vereceği endişeleri dile getirilmiştir.

Tüm bu eleştirilerin yanında 7418 Sayılı Kanun'un 29. Maddesini destekleyenler ise maddenin çeşitli şartlara bağlandığını dolayısıyla bu şartların gerçekleşmesinin o kadar da kolay olmadığını dile getirmişlerdir. Bu açıklamaya ek olarak Türk Ceza Kanunu'nun 218. Maddesinde açık bir şekilde yer alan hükme göre *"...haber verme sınırlarını aşmayan ve eleştiri amacıyla yapılan düşünce açıklamaları suç oluşturmaz."* ifadesinin endişe duyulacak konuları bertaraf ettiğini dile getirmişlerdir.²⁶⁶

Sosyal medya neredeyse her yaşta, eğitim seviyesinde, gelir düzeyinde kullanıcının yer aldığı platformlar bütünüdür. Bu sebeple sosyal medya kullanıcıların birbirleriyle iletişim kurduğu, haber paylaştığı, bilgi edindiği vb. birçok faaliyetin içerisinde gerçekleştiği bir alandır. Sosyal medya platformlarının ifade özgürlüğünü destekleyici oldukça geniş alanlar olmasının yanında bu platformlar hakaret, yalan, mahremiyet ihlali, dolandırıcılık, taciz vb. birçok suç unsurunun gerçekleşmesine olanak sağlamaktadır. Sosyal medya platformlarının bu negatif yönlerini engelleyici hukuksal düzenlemelerin eksikliği hükümetleri bu alanlara yöneltmiş ve 7418 Sayılı Kanun gibi düzenlemelerin yapılmasına neden olmuştur. Sosyal medyaya dair bu düzenlemeler toplum güvenliği açısından oldukça önemli olmakla beraber, düzenlemelerin yeterince dikkatli ve özenli yapılmaması ifade özgürlüğünü tehlikeye atabilmektedir. İfade özgürlüğü toplumda kanaat oluşumunun mümkün olması ve kamusal tartışmanın gerçekleşebilmesi açısından demokrasinin temel unsularından birisidir.²⁶⁷ Dolayısıyla ifade özgürlüğü demokratik bir devletin en önemli değerlerinden bir tanesidir.

²⁶⁶Oymak, s.512.

²⁶⁷Kuzu, s.247.

BÖLÜM III

X'DEKİ SİYASAL KATILMA FAALİYETİ VE HAKARAT KAVRAMI İLİŞKİSİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

3.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU

Siyasal katılım toplumsal hayatın bir parçası olarak farklı şekillerde ve düzeylerde gerçekleştirilebilmektedir. Bu farklılıklar basit bir meraktan, yoğun bir eyleme kadar değişkenlik gösteren bir faaliyet ve tutum yelpazesini oluşturmaktadır.²⁶⁸ Bu farklı tutum ve davranışların yanı sıra bireyler farklı iletişim araçlarıyla siyasal katılma gerçekleştirmektedirler. Bu noktada ise internet teknolojisinin gelişmesiyle siyasal katılmanın gerçekleştiği araçlardan birisi olarak sosyal medya platformları ön plana çıkmaktadır.²⁶⁹ Sosyal medyanın siyasal katılıma yeni bir zemin oluşturmalarının temelinde sosyal medyanın topluma yeni bir iletişim zemini sunması yatmaktadır. Sosyal medyanın oluşturduğu bu iletişim zemini bireylerin birbirlerine hakaret etmesini de çeşitli düzeylerde etkilemektedir.²⁷⁰

Bu doğrultuda bu araştırma bireylerin X platformunda gerçekleştirdikleri siyasal katılım düzeyi ile X platformunda gerçekleşen hakaret kullanım sıklıkları arasında bir ilişki olduğunu varsaymaktadır. Bu doğrultuda araştırma temel olarak bireylerin X'de gerçekleşen siyasal katılma düzeyleri arttıkça ile hakaret kullanım sıklıklarının azaldığı yönündeki ilişkiyi açıklamaya çalışmaktadır. Araştırmada, Twitter'da Siyasal Katılım Ölçeği kullanılmış olup ölçeğin toplam puanının ifade etmiş olduğu siyasal katılım düzeyleri ile hakaret kullanım sıklıkları arasındaki ilişkiler incelenmektedir. Bu doğrultuda ölçeğin 5 alt boyutunun ifade etmiş olduğu katılım düzeyleri de ana hipotezi desteklemek amacıyla incelenmiştir.

²⁶⁸Kapani, s.144.

²⁶⁹Ceren Yegen, "Demokratik ve Yeni Bir Kamusal Alan Olarak Sosyal Medya", **Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt:1, Sayı:2, Muş, 2013, s.133-134.

²⁷⁰ Aksay, s.1, 3.

3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Sosyal medya platformlarının yüksek kullanıcı sayılarına ulaşması bu platformları kamusal alanlara dönüştürmüştür. Bireyler günlük hayata konu olan her meseleyi artık sosyal medya aracılığıyla ifade etmektedir/edebilmektedir. Bu yoğun kullanımın bir sonucu olarak bireyler siyasal meseleleri de bu platforma taşımışlardır. Günümüzde sosyal medya siyasal iletişim için vazgeçilmez ve oldukça etkin kullanılan bir araç haline gelmiştir. Bireyler artık siyasal katılım faaliyetlerini sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirmektedirler. Bu noktada gerçekleşen siyasal iletişim süreçlerinde bireyler hakaret içerikli ifadeleri kullanabilmektedir. Çalışmanın amacı X’de gerçekleşen siyasal katılım düzeyi ile hakaret kullanım sıklıkları arasındaki ilişkiyi incelemektir.

3.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Türkiye’de mevcut çalışmalar incelendiğinde hakaret kavramı yalnızca suç olma özelliği üzerinden incelenmiştir. Fakat hakaret suç olmanın çok ötesinde bir kavramdır ve yalnızca suç özelliği yönüyle ele alınması yetersizdir. Bu anlamda literatürde hakaretin kavramsal olarak ele alınması noktasında eksiklik olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışma ise hakareti siyasal ve sosyolojik bir bakış açısıyla ele alması yönüyle literatürde önemli bir boşluğu dolduracaktır. Aynı zamanda bu çalışmada hakaret kavramı siyasal katılım kavramı ile de ilişkilendirilmiş olup iki kavram arasındaki ilişkiyi meydana çıkartması boyutuyla da literatürdeki önemli bir boşluğu dolduracaktır. Tüm bu yönleriyle çalışmanın özgün olduğu ve bu açılardan literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3.4. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZİ

Sosyal medya üzerinden siyasal katılım ve sosyal medya aracılığıyla yapılan hakaret konusuna dayalı bu çalışmanın ana hipotezi; “Bireylerin X’deki siyasal

katılım düzeyleri arttıkça X'deki hakaret kullanım sıklıkları azalmaktadır.” olarak belirlenmiştir.

3.5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

X'de gerçekleşen siyasal katılım düzeyi ile hakaret kullanım düzeyi arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla, Türkiye'de X kullanan ve 18-65 yaş aralığında bulunan 169 gönüllü katılımcı ile anket çalışması yapılmıştır. Anket forumu demografik sorular, hakaret kullanım sıklığını ölçen sorular ve siyasal katılım düzeyini ölçen sorulardan oluşmak üzere toplam 3 bölüm şeklinde tasarlanmıştır. Hakaret kullanım sıklığını ölçmek amacıyla 12 adet soru oluşturulmuştur. Anket sorularının cevaplanmasında 5'li Likert Tipi Ölçek, çoktan seçmeli sorular ve kapalı uçlu sorular kullanılmıştır. Anket sorularına ek olarak katılımcıların siyasi katılım düzeyini ölçmek amacıyla Şakir Güler ve Murat Sezgin'in hazırlamış oldukları Twitter'da Siyasal Katılım Ölçeği'nde²⁷¹ yer alan sorunlar ankette kullanılmıştır. Anket çalışması coğrafi olarak daha geniş bir alandan veri toplayabilmek ve daha çok katılımcıya ulaşabilmek amacıyla Google Forms platformu üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Şakir Güler ve Murat Sezgin'in hazırlamış oldukları Twitter'da Siyasal Katılım Ölçeği, sosyal medyanın araçlarında gerçekleşen siyasal katılım faaliyetlerinin anlamlandırılması ve yeni katılım biçimlerinin tespit edilmesi amacıyla tasarlanmıştır.²⁷² Ölçeğin anket formunda 39 adet madde bulunmaktadır. Ölçeğin boyutları belirlenirken herhangi bir kısıtlamaya gidilmemiştir ve varimax döndürme yöntemi kullanılmıştır. Varimax döndürme yöntemi sonrasında ölçeğin 7 faktörlü bir yapıda olduğu görülmüştür. Bu 7 faktör şu şekildedir: siyasal ifade boyutu, siyasal tartışmalara katılma boyutu, politika takip boyutu, propaganda, yürüyüş ve grev boyutu, yerel yönetim ve yardım boyutu, siyasi temsilciler ile etkileşim boyutu ve kampanya boyutu.

Varimax döndürme yöntemi sonrasında uygulanan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda ölçek 5 faktör altında toplanan 21 madde şeklinde en ideal yapıyı

²⁷¹Şakir Güler ve Murat Sezgin, "Twitter'da Siyasal Katılım Ölçeği", **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Eskişehir, Cilt: 19, Sayı: 2, s.517-530.

²⁷²İdris Şimşek ve Şakir Güler, "Seçmenlerin Empatik ve Özgeci Tutumlarının E-Katılım Davranışları Üzerinde Rolü", **Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi**, Konya, Cilt 13, Sayı 34, 2022, s.595.

vermiştir. Doğrulayıcı faktör analizi sonrası ölçeğin boyutları siyasal ifade boyutu, politika takip boyutu, yerel yönetim ve yardım boyutu, propaganda, yürüyüş ve grev boyutu ve siyasal tartışmalara katılma boyutu olarak belirlenmiştir. İlk boyut 6, ikinci, üçüncü ve dördüncü boyutlar 4, beşinci boyut ise 3 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin Conbach's Alfa güvenilirlik katsayısı 5 alt boyut için sırasıyla 0,92, 0,89, 0,84, 0,83, 0,81'dir. Ölçeğin genel güvenilirlik katsayısı ise 0,94'tür.²⁷³

Ölçeğin faktörlerinin hangi kritere göre isimlendirildiği ve ne ifade ettiğinin öğrenilmesi amacıyla ölçek makalesi²⁷⁴ ve ölçekten yararlanan diğer çalışmaların²⁷⁵ tamamı incelenmiştir, fakat bu konuyla ilgili herhangi bir bilgiye rastlanmamıştır. Akabinde ölçeğin tasarımcılarından birisi olan Şakir Güler ile e-posta yoluyla iletişim kurulmuştur. Şakir Güler maddelerin isimlendirilirken literatürde yer alan siyasal katılım düzeylerinin esas alındığını ifade etmiştir. Bu durumda mevcut literatür incelendiğinde Milbrath'ın siyasal katılım piramidi ön plana çıkmaktadır.

Şekil 1: Milbrath'ın Siyasal Katılım Piramidi



²⁷³Güler ve Sezgin, s.526.

²⁷⁴Güler ve Sezgin, s.526.

²⁷⁵Şakir Güler, **Benlik Saygısı ve E-Katılım İlişkisi Üzerine Twitter Ekseninde Bir Araştırma**, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uşak, 2020.

Sema Nur Beserek, **Konya İlinde Yaşayan 25-34 Yaş Arası Genç Yetişkin Bireylerin Twitter'da Siyasal Katılım Davranışlarının Değerlendirilmesi**, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), KTO Karatay Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Konya, 2021.

Recep Çolak, **Üniversite Öğrencilerinin Siyasal Katılım Sürecinde Twitter Kullanımı**, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Trabzon Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Trabzon, 2020.

Kaynak: Abdullah Aydın, ‘‘Siyasal Katılım Kademelerinin İncelenmesi ve Lerner’in Siyasal Katılım Kademelerinin Dönüşümü’’, **Çukurova Araştırmaları**, Cilt:4, Sayı:5, 2018, s.161.

Şekil 1’de de görüldüğü üzere faktörler arasındaki en yüksek katılım düzeyini propaganda, gösteri yürüyüşü ve grev boyutu oluşturmaktadır. Şekil 1’in en üst kademesinden başlayarak aşağı doğru 4. ve 5. kademesinde yer alan kampanya çalışmalarına katılmak ve mitinglere katılmak kategorileri propaganda, gösteri yürüyüşü ve grev boyutuna karşılık gelmektedir. İkinci en yüksek katılım düzeyi ise yerel yönetim ve yardım boyutu olarak değerlendirilmektedir. Şekil 1 incelendiğinde en üst kademedan aşağı doğru 6. kademe de yer alan siyasal bir gruba para yardımı kategorisi yerel yönetim ve yardım boyutuna karşılık gelmektedir. Üçüncü en yüksek katılım düzeyi siyasal tartışmalara katılma boyutu olarak değerlendirilmektedir. Şekil 1 incelendiğinde en aşağıdan yukarıya doğru ikinci sırada yer alan siyasal tartışmalara katılma kategorisi doğrudan siyasal tartışmalara katılma boyutunu karşılamaktadır.

Ölçeğin katılım düzeyi açısından en düşük iki kategorisini oluşturan politika takip boyutu ve siyasal ifade boyutu ise Milbrath’ın siyasal katılım piramidi içerisinde yer almamakta olup daha aşağı düzey kategorileri ifade etmektedir. Bu durumda en aşağı düzey katılım düzeyini politika takip boyutu oluştururken, bir sonraki katılım düzeyini ise siyasal ifade boyutu oluşturmaktadır.

Bu durumda mevcut literatür göz önüne alındığında boyutları siyasal katılım düzeyi açısından en düşükten en yükseğe doğru şu şekilde sıralamak mümkündür: politika takip boyutu, siyasal ifade boyutu, siyasal tartışmalara katılma boyutu, yerel yönetim ve yardım boyutu ve propaganda, yürüyüş ve grev boyutu.

Daha önceki bölümlerde belirtildiği gibi bu araştırmaya 2021 yılında ‘‘Twitter’daki Siyasal Katılma ile Hakaret İlişkisi Üzerine Bir Araştırma’’ başlığı ile başlanmış olup 2023 yılının ilk yarısı itibarıyla araştırmanın neredeyse tüm bölümleri tamamlanmıştır. 24.07.2023 tarihinde Türkiye saatiyle saat 12:00 itibarıyla Twitter’ın ismi X olarak değiştirilmiştir.²⁷⁶ Bu durumdan dolayı araştırmada yer alan anket çalışmasının maddeleri ve Twitter’da Siyasal Katılım Ölçeği’nin maddeleri hariç tüm Twitter ibareleri X, tweet ibareleri gönderi, retweet ibareleri yeniden gönderi olarak değiştirilmiştir.

²⁷⁶<https://www.webtekno.com/twitter-x-oldu-x-nedir-neler-degisti-h136177.html>, (01.09.2023)

Tablo 2: Twitter'da Siyasal Katılma Ölçeği Boyutları

1. SİYASAL İFADE BOYUTU:		<i>Cronbach</i>
<i>Alfa : ,926</i>		
V8	Genel seçim sürecinde siyasi parti liderlerine dair paylaşımlarda bulunurum	
V39	Referandum sürecinde kendi görüşümü yansıtan kararı destekleyici paylaşımlarda bulunurum	
V11	Kamu düzeni, siyaset ve yönetimle ilgili konularda sesimi duyurmak istediğimde TWİT atarım.	
V5	Twitter'da güncel siyasi tartışmalara katılırım	
V19	Kamu düzeni, siyaset ve yönetimle ilgili konularda sesimi duyurmak istediğimde hashtag paylaşımları ile popüler gündemlere dair twit atarım	
V20	Siyasi konularda görüşüm ile uyuşan popüler gündem #hashtagları ile paylaşım yaparım	
2. POLİTİKA TAKİP BOYUTU:		<i>Cronbach</i>
<i>Alfa: ,898</i>		
V40	Twitter üzerinden siyasi gündemi takip ederim	
V23	Twitter üzerinden siyasilerin kamuoyu açıklamalarını takip ederim	
V17	Twitter üzerinden muhalefet partilerinin politikalarını takip ederim	
V16	Hükümetin ülke yönetimine ilişkin politika/hizmetlerini Twitter'da takip ederim	
3. YEREL YÖNETİM ve YARDIM BOYUTU:		<i>Cronbach</i>
<i>Alfa: ,845</i>		
V22	Siyasal faaliyetlerde kullanılmak üzere Twitter üzerinden toplanan yardımlara destek veririm.	
V37	Twitter'da yerel yönetimlerle ilgili siyasi tartışmalara katılırım	
V30	Yerel seçim sürecinde belediye başkan adaylarına dair paylaşımları beğenirim/retweet ederim.	
V15	Yerel seçim sürecinde belediye başkan adaylarına dair paylaşımlarda bulunurum.	
4. PROPAGANDA, YÜRÜYÜŞ ve GREV BOYUTU:		<i>Cronbach</i>
<i>Alfa: ,836</i>		
V14	Yasal olarak izin verilmiş gösteri, yürüyüş etkinliklerine twitter üzerinden destek veririm	
V18	Propaganda amaçlı afiş paylaşımlarına destek veririm	
V33	Propaganda amaçlı bildiri, gazete, dergi vb. haberlere destek veririm	
V9	Boycot paylaşımlarına destek veririm	
5. SİYASAL TARTIŞMALARA KATILMA BOYUTU:		<i>Cronbach</i>
<i>Alfa: ,812</i>		
V32	Twitterda fenomen hesaplarla siyasi konuları tartışırım	
V26	Twitterda "takip etmediklerimle/beni takip etmeyenlerle" siyasi konuları tartıştığım olur	
V27	Twitterda anonim hesaplarla siyasi konuları tartışırım	

Kaynak: Şakir Güler ve Murat Sezgin, ‘‘Twitter’da Siyasal Katılım Ölçeği(TSKÖ)’’,
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 19, Sayı: 2, Eskişehir, 2019, s.526.

Toplanan veriler SPSS Statistics 26.0 Paket Programı vasıtasıyla analiz edilmiştir. Verilerin analizinde, kişisel verilerle Twitter’da Siyasal Katılım Ölçeği puanları arasındaki ilişkiler t testi ve ANOVA kullanılarak analiz edilmiştir.

Araştırma için Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu tarafından 06/12/2022 tarihinde düzenlenen toplantıda alınan 11 sayılı karar ile etik açıdan uygun olduğuna dair karar alınmıştır.

3.6. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ

Araştırmanın evreni Türkiye’de X kullanan 18-65 yaş arasında yer alan bireylerden oluşmaktadır. We Are Social ve Meltwater’ın Dijital 2023 raporuna göre Türkiye’nin 2023 yılı ocak ayındaki nüfusu 85.59 milyondur ve nüfusun %49,9’unu kadınlar, %50,1’ini ise erkekler oluşturmaktadır. Rapora göre Türkiye’de 71.38 milyon internet kullanıcısı bulunmaktadır bu oran toplam nüfusun %83,4’üdür. Rapora göre Türkiye’de 62.55 milyon insan aktif olarak sosyal medya kullanmaktadır, bu oran toplam nüfusun %73,1’idir. Türkiye’de sosyal medya kullanan bireylerin %40,4’ünü kadınlar, %59,6’sını ise erkekler oluşturmaktadır.²⁷⁷ Rapora göre Türkiye’de 18.55 milyon X kullanıcısı bulunmaktadır. Bu sayı Türkiye’nin toplam nüfusunun %21,7’sine denk gelmektedir. Rapora göre Türkiye’de bulunan X kullanıcılarının %36,6’sını kadınlar, %63,4’ünü ise erkekler oluşturmaktadır.²⁷⁸

Örneklem belirlenirken öncelikli olarak X üzerinden siyasi paylaşımlar yapan hesaplara ulaşarak anketi doldurmaları ve kendi hesaplarından da paylaşım yaparak anketi takipçilerine ulaştırmaları istenmiştir. Fakat bu yöntem üzerinden hiçbir mesaja geri dönülmediği gibi ankete hiçbir katılım da sağlanamamıştır. Örneklem gelişigüzel olarak ulaşılmış 217 katılımcıdan oluşmaktadır. Fakat 48 katılımcı X kullanma kriterine ve yaş kriterine uygun olmadığı için örneklemden çıkartılmıştır. Bu durumda örneklem 169 kişiden oluşmaktadır. Tablo 3’de örnekleme dair demografik veriler yer almaktadır.

²⁷⁷<https://datareportal.com/reports/digital-2023-turkey>, (01.09.2023).

²⁷⁸<https://datareportal.com/reports/digital-2023-turkey>, (01.09.2023)

Tablo 3: Demografik Veriler

Cinsiyet	n	Yüzde
Kadın	90	53,3
Erkek	79	46,7
Toplam	169	100
Yaş	n	Yüzde
18-25	36	21,3
26-35	100	59,2
36 ve üzeri	32	18,9
Toplam	168	99,4
Öğrenim Durumu	n	Yüzde
İlkokul-Lise	15	8,9
Ön lisans-Lisansüstü	154	91,1
Toplam	169	100
Gelir Durumu	n	Yüzde
0-11810	28	16,6
11811-31152	100	59,2
31153 ve üzeri	36	21,3
Toplam	164	97
Siyasi Parti Üyelik Durumu	n	Yüzde
Evet	9	5,3
Hayır	159	94,1
Toplam	168	99,4

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Örneklemin %53,3'ü kadın katılımcılardan, %46,7'si ise erkek katılımcılardan meydana gelmektedir. Örneklemin %21,4'ü 18-25 yaş grubu içerisinde, %59,5'i 26-35 yaş grubu içerisinde ve %19'u ise 36 yaş ve üzeri yaş grubu içerisinde yer almaktadır. Örneklemin %8,9'u ilkokul ve lise eğitim düzeyleri

arasında, %91,9'u ise ön lisans ve lisansüstü eğitim düzeyleri arasında yer almaktadır. Örneklemin %17,1'i açlık sınırının altında (0-11.810 TL) gelir seviyesine sahiptir, örneklemin %61'i açlık sınırı ile yoksulluk sınırı arasında (11.811-31.152 TL) gelir seviyesine sahiptir, örneklemin %22'si ise yoksulluk sınırının üstünde (31.153 TL ve üzeri) gelir seviyesine sahiptir.²⁷⁹ Örneklemin %5,3'ü bir siyasi partiye üyedir, örneklemin %94,7'si ise herhangi bir siyasi partiye üye değildir.

3.7. ARAŞTIRMA BULGULARI VE SONUÇLAR

3.7.1. Betimsel Bulgular

Yapılan anket çalışmasında yer alan katılımcıların hakareti kullanım sıklıklarını ölçmeye yönelik sorulara verilen yanıtlar değerlendirildiğinde katılımcıların büyük oranda hakaret kullanımından kaçtığı gözlemlenmiştir. Özellikle *“Tweet Atarken Karşıt Siyasi Görüştekiler İçin Hakaret İçeren Sözleri (Koyun, Beyinsiz, Şerefsiz, Çomar, Hırsız, Hain, Soysuz Vb.) Ne Sıklıkta Kullanırsınız?”*, *“Bir Tweet Kendi Siyasi Görüşümü Yansıtıyorsa Hakaret İçerse de Retweetlerim”*, *“Bir Tweet Kendi Siyasi Görüşümü Yansıtıyorsa Hakaret İçerse de Beğenirim”* ve *“Kendi Siyasi Görüşüme Yakın Hesaplar Hakaret İçeren Tweetler Atsa da Takip Etmeye Devam Ederim”* anket sorularına verilen cevaplar incelendiğinde katılımcıların X'in belirli özelliklerini kullanmaları ile hakaret kullanım sıklıkları arasında bir ilişki olduğu gözlemlenmiştir. Yukarıda bahsi geçen dört soruya katılımcıların verdikleri yanıtlar incelendiğinde ilk soru için katılımcıların %86,3'ü, ikinci soru için %78,6'sı, üçüncü soru için %69,6'sı ve dördüncü soru için %47'sinin hiçbir zaman cevabını vermediği görülmüştür. Anketten elde edilen bulgular göz önüne alındığında katılımcıların profillerinde doğrudan sergiledikleri hakaret içerikli tweet atma ve hakaret içeren tweetleri retweetleme sıklıkları oldukça düşükken, hakaret içerikli tweetleri beğenme ve hakaret içerikli tweet paylaşımında bulunan hesapları takip etme sıklıkları ise nispeten daha yüksektir. Katılımcıların verdikleri yanıtlar doğrultusunda hakaret kullanım sıklıkları ve hakarete yönelik tutum ile X'in araçları

²⁷⁹Gazete Duvar Haber Merkezi, “ Birleşik Kamu İş açıkladı: Açlık sınırı 12 bin liraya dayandı”, **Gazete Duvar**, 25.05.2023, <https://www.gazeteduvar.com.tr/birlesik-kamu-is-acikladi-acilik-siniri-12-bin-liraya-dayandi-galeri-1620316>, (13.06.2023)

arasındaki ilişki en yoğun dan en seyreğ e doğru şu şekilde sıralanabilmektedir: takip etme (%47 *Hiçbir Zaman*), beğ enme (%69,6 *Hiçbir Zaman*), retweet (%78,6 *Hiçbir Zaman*), tweet atma (%86,3 *Hiçbir Zaman*).

X'in en önemli araçlarından olan gönderi/tweet atma kişinin kendi ifadelerini profilinde paylaşmasından ibaretken, yeniden gönderi/retweetleme ise kişinin içeriğ i onayladığı ve desteklemek istediğ i anlamını taşımaktadır.²⁸⁰ Tweet atma ve retweetleme kişinin profilinde belirli bir konuyu doğrudan ve açık bir şekilde paylaşmasını ifade etmektedir. Beğ enme ise kişinin bir konu hakkındaki tweeti beğ eniler listesine eklemesine yarayan bir araçtır. Beğ enilen tweet, retweet veya tweet atma gibi kişinin profil anasayfasında doğrudan paylaşılmamaktadır. Beğ enilen tweetler kullanıcının profilinde beğ eniler listesine girilerek görülebilmektedir. Bir kullanıcının diğ er bir kullanıcıyı takip etme durumu ise kullanıcının profilinde ‘‘Takip edilen’’ kategorisi altında paylaşılmaktadır. Bahsedilen araçlar göz önüne alındığında tweet atma ve retweetleme kullanıcının profilinde doğrudan takipçileriyle paylaşılırken, beğ enme ve takip etme ise daha dolaylı ve çaba gerektiren bir şekilde kullanıcı profilinde yayımlanmaktadır. Bu durum daha önce yapılan X araçları ve hakaret kavramı arasındaki yoğunluk sıralamasını daha net bir şekilde açıklamaktadır. Atılan tweet ve retweet kullanıcının profilinde doğrudan paylaşıldığı için katılımcıların hakaret içerikli tweet atma veya hakaret içerikli bir tweeti retweetleme sıklıkları oldukça düşüktür. Fakat kullanıcıların profilinde daha dolaylı bir şekilde paylaşıldığı için hakaret içerikli bir tweeti beğ enme ve hakaret içerikli paylaşımlarda bulunan bir hesabı takip etme sıklıkları ise bahsi geçen diğ er iki araca göre nispeten daha yüksektir.

Yapılan anket çalışması neticesinde elde edilen bulgular gözlemlendiğ inde katılımcıların %68,5'i en çok savundukları düşüncelerine hakaret edildiğ inde öfkelenmektedirler ve katılımcılılar %48,2'si savundukları düşüncelerine hakaret edildiğ inde hakaret etmektedir. Katılımcıların %45,2'si ise verilen seçeneklerden hangisine hakaret edilirse edilsin hiçbir zaman hakaret etmemektedirler.

Anket çalışması neticesinde ulaşılan bir diğ er bulgu ise katılımcıların %38,7'si savundukları siyasi partiye hakaret edildiğ inde partilerini savunurken katılımcıların %32,7'si ise savundukları siyasi partinin liderine hakaret edildiğ inde

²⁸⁰Tumasjan ve diğ erleri, s.183.

parti liderlerini savunmasıdır. Her iki durum için de diğer seçenekler ile karşılaştırıldığında *Katılıyorum* cevabı en yüksek oyu almıştır.

Anket çalışmasında yer alan *Kendi Siyasi Görüşümü Yansıtırken Hakaret Ettiğim Zamanlar Olur*” maddesine katılımcılar %64,1 oranında *Hiçbir Zaman*, %17,4 oranında ise *Nadiren* yanıtını vermişlerdir (Tablo 5). Bu verilere göre katılımcıların büyük bir oranı kendi siyasi görüşlerini ifade ederken hakareti bir araç olarak kullanmamaktadırlar.

Çalışmada yer alan “ *Tweet Atarken Karşıt Siyasi Görüştekiler İçin Hakaret İçeren Sözleri (Koyun, Beyinsiz, Şerefsiz, Çomar, Hırsız, Hain, Soysuz Vb.) Ne Sıklıkta Kullanırsınız?*” soruna katılımcılar %86,3 oranında *Hiçbir Zaman* yanıtını verirlerken (Tablo 4) “ *Kendi Siyasi Görüşümü Yansıtırken Hakaret Ettiğim Zamanlar Olur*” maddesine katılımcılar %64,1 oranında *Hiçbir Zaman* yanıtını vermişlerdir (Tablo 5). Söz konusu iki anket maddesi karşılaştırıldığında her iki anket maddesi de katılımcının hakaret kullanım sıklığını ölçmeye çalışmaktadır. İki anket maddesi arasındaki temel fark ise ilk madde katılımcıların karşıt siyasi görüştekiler için tweet atarken hakaret kullanım sıklıklarını ölçerken ikinci madde ise katılımcıların genel olarak siyasi görüşlerini yansıtırken hakaret kullanım sıklıklarını ölçmektedir. Dolayısıyla iki maddeye verilen cevaplar arasında oluşan farkı (%86,3 *Hiçbir Zaman*, %64,1 *Hiçbir Zaman*) yaratacak temel kaynak katılımcıların X platformu üzerinden hakaret etme sıklıklarının genel olarak hakaret etme sıklıklarına oranla çok daha düşük düzeyde olmasıdır. Dolayısıyla bu verilerden katılımcıların hakaret etme motivasyonlarında X platformunun negatif bir etkisi olduğu sonucu çıkarılabilmektedir.

X’in hakaret kullanımı üzerindeki negatif etkisinin temel sebebi X’in dijital bir arşiv olması²⁸¹ ve X’de görünürlüğün oldukça yüksek olması²⁸² olabilir. Çünkü hakaret etmek Türk Ceza Kanunu’nda bir suç olarak düzenlenmiştir. Bunun yanı sıra hakaret etmek toplum tarafından ayıplanan bir fiildir.²⁸³ Toplumun yazısız normları olan ahlak ve görgü kuralları ve bunlara ek olarak din kuralları hakaret etmeyi hoş karşılamamaktadır.²⁸⁴ Hakaretin bir suç olması ve toplum tarafından istenilmeyen bir

²⁸¹Eraslan, s.29-30.

²⁸²Meriç, 140, s. 39-40.

²⁸³Çiçek ve Yağbasan, s.13.

²⁸⁴Eren, s.42.

davranışı ifade ediyor olması, bireylerin X üzerinden hakaret kullanmayı tercih etmemelerine sebep oluyor olabilir.

Tablo 4: *Tweet Atarken Karşıt Siyasi Görüştekiler İçin Hakaret İçeren Sözleri (Koyun, Beyinsiz, Şerefsiz, Çomar, Hırsız, Hain, Soysuz Vb.) Ne Sıklıkta Kullanırsınız? Anket Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı.*

Tweet Atarken Karşıt Siyasi Görüştekiler İçin Hakaret İçeren Sözleri(Koyun, Beyinsiz, Şerefsiz, Çomar, Hırsız, Hain, Soysuz Vb.) Ne Sıklıkta Kullanırsınız?		
	n	Yüzde
Hiçbir zaman	145	86,3
Nadiren	12	7,1
Zaman zaman	6	3,6
Her zaman	5	3,0
Toplam	168	100,0

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 5: *Kendi Siyasi Görüşümü Yansıtırken Hakaret Ettiğim Zamanlar Olur. Anket Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı*

Kendi Siyasi Görüşümü Yansıtırken Hakaret Ettiğim Zamanlar Olur		
	n	Yüzde
Hiçbir zaman	107	64,1
Nadiren	29	17,4
Zaman zaman	18	10,8
Sık sık	11	6,6
Her zaman	2	1,2
Toplam	167	100,0

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 6’da Twitter’da Siyasal Katılım Ölçeği’nden alınan anket sorularına verilen cevaplar neticesinde katılımcıların Twitter’da Siyasal Katılım Ölçeği’nin²⁸⁵ farklı boyutlarından aldığı istatistiki veriler yer almaktadır.

²⁸⁵Güler ve Sezgin, s.517-530.

Tablo 6: Katılımcıların Siyasal Katılım Düzeylerine Dair Betimsel Bulgular.

		Politika Takip Boyutu	Siyasal İfade Boyutu	Siyasal Tartışmalara Katılma Boyutu	Yerel Yönetim ve Yardım Boyutu	Propaganda Yürüyüş ve Grev Boyutu	Toplam Siyasal Katılım Düzeyi
N	Geçerli	168	168	169	168	165	169
	Kayıp	1	1	0	1	4	0
Ortalama Değer		15,09	11	4,02	6,63	7,27	43,73
Minimum		4	6	3	4	4	21
Maksimum		20	30	15	20	20	103
Ortalama Madde Değeri		3,77	1,83	1,34	1,65	1,81	2,08
Medyan		16	8	3	5	5	39
Mod		20	6	3	4	4	31
Standart Sapma		4,84	6,52	2,43	3,71	4,29	17,75
Çarpıklık		-0,81	1,33	2,68	1,82	1,36	1,25
Basıklık		-0,37	0,96	6,42	2,89	0,95	1,43
Siyasal Katılım Düzeyi		Ortalamanın Üstünde	Ortalamanın Altında	Ortalamanın Altında	Ortalamanın Altında	Ortalamanın Altında	Ortalamanın Altında

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Twitter’da Siyasal Katılım Ölçeği’nin²⁸⁶ 5 farklı boyutu bulunmaktadır. Her bir boyut farklı sayıda maddeden oluşmaktadır. İlk boyut olan politika takip boyutu 4 maddeden oluşmaktadır. Politika takip boyutunun minimum değeri 4, maksimum değeri 20, ortalama değeri ise 15,094’tür. Politika takip boyutu içerisinde yer alan madde sayısı göz önüne alındığında madde başına minimum değer 1, maksimum değer 5, madde başına düşen ortalama değer ise 3,773’tür. Değerler göz önüne alındığında katılımcı grubunun politika takip boyutunun maksimum değere daha yakın olduğu gözlemlenmektedir.

İkinci boyut olan siyasal ifade boyutu 6 maddeden oluşmaktadır. Yapılan anket çalışması neticesinde 6 maddeye verilen cevaplar analiz edildiğinde siyasal ifade boyutunun minimum değerinin 6, maksimum değerinin 30, ortalama değerinin ise 11,006 olduğu bulunmuştur. Siyasal ifade boyutu içerisinde yer alan madde sayısı

²⁸⁶Güler ve Sezgin, s.517-530.

göz önüne alındığında madde başına minimum değer 1, maksimum değer 5, madde başına düşen ortalama değer ise 1,834'tür. Analiz neticesinde elde edilen değerler göz önüne alındığında katılımcı grubunun siyasal ifade boyutunun minimum değere yakın olduğu gözlemlenmektedir.

Üçüncü boyut olan siyasal tartışmalara katılma boyutu 3 maddeden oluşmaktadır. Siyasal tartışmalara katılma boyutunun minimum değeri 3, maksimum değeri 15, ortalama değeri ise 4,023'tür. Siyasal tartışmalara katılma boyutu içerisinde yer alan madde sayısı göz önüne alındığında madde başına minimum değer 1, maksimum değer 5, madde başına düşen ortalama değer ise 1,341'dir. Değerler göz önüne alındığında katılımcı grubunun siyasal tartışmalara katılma boyutunun minimum değere daha yakın olduğu gözlemlenmektedir.

Dördüncü boyut olan yerel yönetim ve yardım boyutu 4 maddeden oluşmaktadır. Yerel yönetim ve yardım boyutunun minimum değeri 4, maksimum değeri 20, ortalama değeri ise 6,631'dir. Yerel yönetim ve yardım boyutu içerisinde yer alan madde sayısı göz önüne alındığında madde başına minimum değer 1, maksimum değer 5, madde başına düşen ortalama değer ise 1,657'dir. Değerler göz önüne alındığında katılımcı grubunun yerel yönetim ve yardım boyutunun minimum değere daha yakın olduğu gözlemlenmektedir.

Son boyut olan propaganda, yürüyüş ve grev boyutu 4 maddeden oluşmaktadır. Propaganda, yürüyüş ve grev boyutunun minimum değeri 4, maksimum değeri 20, ortalama değeri ise 7,278'dir. Propaganda, yürüyüş ve grev boyutu içerisinde yer alan madde sayısı göz önüne alındığında madde başına minimum değer 1, maksimum değer 5, madde başına düşen ortalama değer ise 1,819'dur. Değerler göz önüne alındığında katılımcı grubunun propaganda, yürüyüş ve grev boyutunun minimum değere daha yakın olduğu gözlemlenmektedir.

Ölçeğin tamamı 21 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin minimum puanı 21, maksimum puanı 103, ortalama değeri ise 43,73'tür. Ölçek içerisinde yer alan madde sayıları göz önüne alındığında madde başına düşen minimum değer 1, maksimum değer 5, madde başına düşen ortalama değer ise 2,08'dir. Değerler göz önüne alındığında katılımcı grubunun X'de toplam siyasal katılım düzeyinin minimum değere daha yakın olduğu gözlemlenmektedir.

Tüm boyutlar incelendiğinde katılımcıların siyasal katılım düzeyleri siyasi ifade boyutu, yerel yönetim ve yardım boyutu, propaganda, yürüyüş ve grev boyutu ve siyasal tartışmalara katılma boyutu için düşükken, politika takip boyutu için ise yüksektir. Toplam siyasal katılım düzeyine bakıldığında katılımcıların X'deki siyasal katılım düzeylerinin ortalamasının altında kaldığı gözlemlenmiştir. Bu doğrultuda katılımcıların X'deki siyasal katılım boyutlarının politika takip boyutunda odaklandığı ve katılımcıların siyasal katılım düzeylerinin ortalamasının altında gözlemlenmiştir.

3.7.2. Araştırmada Yer Alan Ölçek Boyutlarının Katılımcıların Hakaret Kullanım Sıklıklarıyla Karşılaştırılması

Aşağıda yer alan tablolarda Twitter'da Siyasal Katılım Ölçeği'nin²⁸⁷ boyutları ve toplam ölçek puanıyla katılımcıların hakaret kullanım sıklıklarının ANOVA testi ve Kruskal-Wallis testi sonuçları yer almaktadır. Yapılan istatistiksel analizler neticesinde anlamlı çıkan sonuçlara aşağıda yer verilmiştir.

Tablo 7: Siyasal İfade Boyutu ve Propaganda, Yürüyüş ve Grev Boyutu ile Kişinin Karşıt Siyasi Görüşe Hakaret İçeren Tweet Atma Durumuna İlişkin ANOVA Sonucu

		Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Siyasal İfade Boyutu	Gruplar Arasında	2371,434	3	790,478	27,313	0,000	Nadiren>Hiçbir Zaman Zaman Zaman>Hiçbir Zaman Her Zaman>Hiçbir Zaman Zaman Zaman>Nadiren
	Gruplar İçinde	4717,417	163	28,941			
	Toplam	7088,850	166				
	Gruplar İçinde	3839,088	164	23,409			
	Toplam	3938,851	167				
Propaganda Yürüyüş ve Grev Boyutu	Gruplar Arasında	577,987	3	192,662	12,655	0,000	Zaman Zaman>Hiçbir Zaman Her Zaman>Hiçbir Zaman Zaman Zaman>Nadiren
	Gruplar İçinde	2451,189	161	15,225			
	Toplam	3029,176	164				

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

²⁸⁷Güler ve Sezgin, s.517-530.

Tablo 7 incelendiğinde siyasal ifade boyutu için gruplar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulunmuştur [$F(3, 163) = 27,313$; $p < .05$]. Propaganda, yürüyüş ve grev boyutu için gruplar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulunmuştur [$F(3, 161) = 12,655$; $p < .05$]. Yapılan Post-hoc testi sonuçlarında anlamlı farkların siyasal ifade boyutu için *Nadiren* ve *Hiçbir Zaman*, *Zaman Zaman* ve *Hiçbir Zaman*, *Her Zaman* ve *Hiçbir Zaman* ve *Zaman Zaman* ve *Nadiren* grupları arasında olduğu, propaganda, yürüyüş ve grev boyutu için anlamlı farkların ise *Zaman Zaman* ve *Hiçbir Zaman*, *Her Zaman* ve *Hiçbir Zaman* ve *Zaman Zaman* ve *Nadiren* grupları arasında olduğu gözlemlenmiştir.

Bu sonuçlara göre “X platformundaki siyasal ifade ile X platformundaki hakaret kullanım sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.” olan H1 hipotezi ve “X platformundaki propaganda, yürüyüş ve grev ile X platformundaki hakaret kullanım sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.” olan H4 hipotezi kabul edilmiştir.

X’de kullanıcıların kendilerini ifade etmek amacıyla kullandıkları en önemli araç gönderi/tweet atmaktır. Kullanıcılar kendi duygu, düşüncelerini belirli bir karakter sınırlamasıyla tweet atarak ifade edebilmektedirler. Böylece kullanıcılar tweet atarak ve diğer kullanıcıların tweetlerini okuyarak iletişim halinde kalmaktadırlar.²⁸⁸ Tablo 7’de yer alan analiz sonuçlarının da gösterdiği üzere yukarıda belirtilen iki farklı alt boyut ile karşıt siyasi görüşe hakaret içeren tweet atma durumu arasında anlamlı bir ilişki mevcuttur. Yukarıda yer alan her iki boyut için de bu boyutlardan yüksek puan alan katılımcılar karşıt siyasi görüşe hakaret etme eğilimindedirler. Bu durumda katılımcıların yukarıdaki iki boyut çerçevesinde siyasal katılım oranları arttıkça karşıt siyasi görüştekilere hakaret etme eğilimleri de artmaktadır.

Tablo 8: Toplam Siyasal Katılım Düzeyi, Yerel Yönetim ve Yardım Boyutu ve Siyasal Tartışmalara Katılma Boyutu ile Kişinin Karşıt Siyasi Görüşe Hakaret İçeren Tweet Atma Durumuna İlişkin Kruskal-Wallis Sonucu

²⁸⁸Recep Çolak, *Üniversite Öğrencilerinin Siyasal Katılım Sürecinde Twitter Kullanımı*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Trabzon Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Trabzon, 2020, s.42.

	Toplam Siyasal Katılım Düzeyi	Yerel Yönetim ve Yardım Boyutu	Siyasal Tartışmalara Katılma Boyutu
Kruskal-Wallis H	29,663	30,146	47,917
Sd	3	3	3
P	0,000	0,000	0,000
Anlamlı Fark	Hiçbir Zaman > Her Zaman Hiçbir Zaman > Zaman Zaman	Hiçbir Zaman > Her Zaman Hiçbir Zaman > Zaman Zaman	Hiçbir Zaman > Nadiren Hiçbir Zaman > Zaman Zaman Hiçbir Zaman > Her Zaman

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 8 incelendiğinde bireylerin toplam siyasal katılım düzeyi ($\chi^2(3) = 29,663$; $p<.05$), yerel yönetim ve yardım boyutu ($\chi^2(3) = 30,146$; $p<.05$) ve siyasal tartışmalara katılma boyutundan ($\chi^2(3) = 47,917$; $p<.05$) aldıkları puanların bireylerin karşıt siyasi görüşe hakaret içeren tweet atma düzeyine göre anlamlı bir şekilde farklılaştığı gözlemlenmektedir. Gruplar arasındaki farkın hangi gruplar arasında olduğunu bulmak amacıyla yapılan Post Hoc testinde ise gruplar arasındaki anlamlı fark toplam siyasal katılım düzeyi için *Hiçbir Zaman* ve *Her Zaman* grupları ile *Hiçbir Zaman* ve *Zaman Zaman* grupları arasında iken yerel yönetim ve yardım boyutu için *Hiçbir Zaman* ve *Her Zaman* grupları ile *Hiçbir Zaman* ve *Zaman Zaman* grupları arasında ve siyasal tartışmalara katılma boyutu için *Hiçbir Zaman* ve *Nadiren*, *Hiçbir Zaman* ve *Zaman Zaman* ve *Hiçbir Zaman* ve *Her Zaman* grupları arasındadır.

Yapılan analiz değerlendirildiğinde toplam siyasal katılım düzeyi, yerel yönetim ve yardım boyutu ve siyasal tartışmalara katılma boyutları ile karşıt siyasi görüşe hakaret etme durumu arasında anlamlı bir ilişki mevcuttur. Bahsi geçen iki alt boyut ve toplam siyasal katılım düzeyi için siyasal katılım düzeyi arttıkça katılımcıların hakaret içeren tweet atma oranları azalmaktadır.

Bu sonuçlara göre “Bireylerin X platformundaki siyasal katılım düzeyleri ile X platformundaki hakaret kullanım sıklıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır.” olan ana hipotez, “X platformundaki yerel yönetim ve yardım ile X platformundaki hakaret kullanım sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.” olan H3 hipotezi ve ‘X

platformundaki siyasal tartışmalara katılma ile X platformundaki hakaret kullanım sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.” olan H5 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 9: Siyasal İfade Boyutu ile Kişilerin Kendi Siyasi Görüşünü Yansıtan Hakaret İçeren Tweetleri Beğenme Düzeyine İlişkin ANOVA Sonucu

		Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalama sı	F	p	Anlamlı Fark
Siyasal İfade Boyutu	Gruplar Arasında	1276,17 3	4	319,043	8,89 2	0,00 0	Zaman Zaman>Hiçbir Zaman
	Gruplar İçinde	5812,67 7	16 2	35,881			Her Zaman>Hiçbir Zaman Her Zaman>Nadiren
	Toplam	7088,85 0	16 6				

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 9 incelendiğinde siyasal ifade boyutu için gruplar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulunmuştur [$F(4, 162) = 8,892$; $p < .05$]. Yapılan Post-hoc testi sonuçlarında anlamlı farkın *Zaman Zaman* ve *Hiçbir Zaman*, *Her Zaman* ve *Hiçbir Zaman* ve *Her Zaman* ve *Nadiren* düzeyleri arasında olduğu saptanmıştır.

Beğenme aracı kullanıcının, diğer kullanıcının paylaştığı tweeti beğenmesine ve bu tweeti beğeniler listesine eklemesine yarayan bir araçtır. Vatandaşların tweetleri beğenerek beğeni listelerine kaydetmesi siyasal katılımın bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Çünkü beğenme kullanıcının siyasilerin platform üzerinden dile getirdiği söylemlerini olumlama ve destek olma anlamı taşımaktadır.²⁸⁹ Yapılan analiz değerlendirildiğinde siyasal ifade boyutu ile kişilerin kendi görüşünü yansıtan ve hakaret içeren tweetleri beğenme sıklıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır. Siyasal ifade boyutu için siyasal katılım düzeyi arttıkça katılımcıların kendi görüşünü yansıtan ve hakaret içeren tweetleri beğenme sıklığı da artmaktadır.

²⁸⁹Meriç, Dijital, s.241-242.

Yapılan analiz neticesinde elde edilen sonuçlara göre ‘‘X platformundaki siyasal ifade ile X platformundaki hakaret kullanım sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.’’ olan H1 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 10: Toplam Siyasal Katılım Düzeyi, Yerel Yönetim ve Yardım Boyutu, Siyasal Tartışmalara Katılma Boyutu, Politika Takip Boyutu ve Propaganda Yürüyüş ve Grev Boyutu ile Kişilerin Kendi Siyasi Görüşünü Yansıtan Hakaret İçeren Tweetleri Beğenme Sıklığı Düzeyine İlişkin Kruskal-Wallis Sonucu

	Toplam Siyasal Katılım Düzeyi	Yerel Yönetim ve Yardım Boyutu	Siyasal Tartışmalara Katılma Boyutu	Politika Takip Boyutu	Propaganda Yürüyüş ve Grev Boyutu
Kruskal-Wallis H	34,144	38,124	22,283	17,078	24,754
Sd	4	4	4	4	4
P	0,000	0,000	0,000	0,002	0,000
Anlamlı Fark	Hiçbir Zaman > Nadiren Hiçbir Zaman > Zaman Zaman Hiçbir Zaman > Sık Sık Hiçbir Zaman > Her Zaman	Hiçbir Zaman > Zaman Zaman Hiçbir Zaman > Nadiren Hiçbir Zaman > Sık Sık Hiçbir Zaman > Her Zaman	Hiçbir Zaman > Zaman Zaman Hiçbir Zaman > Her Zaman	Hiçbir Zaman > Nadiren	Hiçbir Zaman > Sık Sık Hiçbir Zaman > Her Zaman

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 10 incelendiğinde bireylerin toplam siyasal katılım düzeyinden (x^2 (4) =34,144; $p<.05$) ve yerel yönetim ve yardım boyutu (x^2 (4) =38,124; $p<.05$), siyasal tartışmalara katılma boyutu (x^2 (4)=22,283; $p<.05$), politika takip boyutu (x^2 (4)=17,078; $p<.05$) ve propaganda, yürüyüş ve grev boyutundan (x^2 (4)=24,754; $p<.05$) aldıkları puanların bireylerin kendi siyasi görüşlerini yansıtan hakaret içeren tweetleri beğenme sıklığı düzeyine göre anlamlı bir şekilde farklılaştığı gözlemlenmektedir. Gruplar arasındaki farkın hangi gruplar arasında olduğunu bulmak amacıyla yapılan Post Hoc testinde toplam siyasal katılım düzeyi için anlamlı farkın *Hiçbir Zaman* ve *Nadiren*, *Hiçbir Zaman* ve *Zaman Zaman*, *Hiçbir Zaman* ve *Sık Sık* ve *Hiçbir Zaman* ve *Her Zaman* grupları arasında olduğu, yerel

yönetim ve yardım boyutu için anlamlı farkın *Hiçbir Zaman* ve *Zaman Zaman*, *Hiçbir Zaman* ve *Nadiren*, *Hiçbir Zaman* ve *Sık Sık* ve *Hiçbir Zaman* ve *Her Zaman* grupları arasında olduğu, siyasal tartışmalara katılma boyutu için gruplar arasındaki anlamlı farkın *Hiçbir Zaman* ve *Zaman Zaman* ve *Hiçbir Zaman* ve *Her Zaman* grupları arasında olduğu, politika takip boyutu için gruplar arasındaki anlamlı farkın *Hiçbir Zaman* ve *Nadiren* grupları arasında olduğu ve propaganda, yürüyüş ve grev boyutu için ise gruplar arasındaki anlamlı farkın *Hiçbir Zaman* ve *Sık Sık* ve *Hiçbir Zaman* ve *Her Zaman* grupları arasında olduğu gözlenmiştir.

Analiz incelendiğinde toplam siyasal katılım düzeyi ve dört farklı alt boyut ile katılımcıların kendi siyasi görüşünü yansıtan ve hakaret içeren tweetleri beğenme sıklıkları arasında anlamlı bir ilişkinin mevcut olduğu gözlemlenmiştir. Bahsi geçen toplam puan ve tüm alt boyutlar için de siyasal katılım düzeyi arttıkça katılımcıların kendi siyasi görüşünü yansıtan hakaret içeren tweetleri beğenme sıklıkları azalmaktadır.

Bu sonuçlara göre “Bireylerin X platformundaki siyasal katılım düzeyleri ile X platformundaki hakaret kullanım sıklıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır.” olan ana hipotez, “X platformundaki yerel yönetim ve yardım ile X platformundaki hakaret kullanım sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.” olan H3 hipotezi, “X platformundaki siyasal tartışmalara katılma ile X platformundaki hakaret kullanım sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.” olan H5 hipotezi, “X platformundaki politika takip ile X platformundaki hakaret kullanım sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.” olan H2 hipotezi ve “X platformundaki propaganda, yürüyüş ve grev ile “X platformundaki hakaret kullanım sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.” olan H4 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 9 ve Tablo 10 bir arada değerlendirildiğinde katılımcıların siyasal ifade boyutundan aldıkları puan arttıkça kendi siyasi görüşünü yansıtan hakaret içeren tweetleri beğenme sıklıkları artarken diğer dört boyut ve toplam puan için ise katılımcıların siyasal katılım boyutu arttıkça söz konusu tweetleri beğenme sıklıkları azalmaktadır.

Tablo 11: Toplam Siyasal Katılım Düzeyi, Yerel Yönetim ve Yardım Boyutu, Siyasal Tartışmalara Katılma Boyutu, Politika Takip Boyutu, Propaganda Yürüyüş ve Grev Boyutu ve Siyasal İfade Boyutu ile Kendi Siyasi Görüşünü Yansıtan Hakaret İçeren Tweetleri Retweetleme Sıklığı Düzeyine İlişkin Kruskal-Wallis Sonucu

	Toplam Siyasal Katılım Düzeyi	Yerel Yönetim ve Yardım Boyutu	Siyasal Tartışmalara Katılma Boyutu	Propaganda Yürüyüş ve Grev Boyutu	Siyasal İfade Boyutu
Kruskal-Wallis H	39,322	39,261	27,457	35,599	44,784
Sd	4	4	4	4	4
P	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Anlamlı Fark	Hiçbir Zaman > Nadiren Hiçbir Zaman > Sık Sık Hiçbir Zaman > Zaman Zaman Hiçbir Zaman > Her Zaman	Hiçbir Zaman > Nadiren Hiçbir Zaman > Her Zaman	Hiçbir Zaman > Her Zaman Hiçbir Zaman > Zaman Zaman	Hiçbir Zaman > Nadiren Hiçbir Zaman > Zaman Zaman Hiçbir Zaman > Sık Sık Hiçbir Zaman > Her Zaman	Hiçbir Zaman > Nadiren Hiçbir Zaman > Zaman Zaman Hiçbir Zaman > Sık Sık Hiçbir Zaman > Her Zaman

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 11 incelendiğinde bireylerin toplam siyasal katılım düzeyinden (χ^2 (4) =39,322; $p<.05$), yerel yönetim ve yardım boyutundan (χ^2 (4) =30,261; $p<.05$), siyasal tartışmalara katılma boyutundan (χ^2 (4) =27,457; $p<.05$), propaganda, yürüyüş ve grev boyutundan (χ^2 (4) =35,599; $p<.05$) ve siyasal ifade boyutundan (χ^2 (4) =44,784; $p<.05$) aldıkları puanların bireylerin kendi siyasi görüşünü yansıtan hakaret içeren tweetleri retweetleme sıklığına göre anlamlı bir şekilde farklılaştığı gözlemlenmektedir. Gruplar arasındaki farkın hangi gruplar arasında olduğunu bulmak amacıyla yapılan Post Hoc testinde toplam siyasal katılım düzeyi için anlamlı farkın *Hiçbir Zaman* ve *Nadiren*, *Hiçbir Zaman* ve *Sık Sık*, *Hiçbir Zaman* ve *Zaman Zaman* ve *Hiçbir Zaman* ve *Her Zaman* grupları arasında olduğu, yerel yönetim ve yardım boyutu için gruplar arasındaki anlamlı farkın *Hiçbir Zaman* ve *Nadiren* ve *Hiçbir Zaman* ve *Her Zaman* grupları arasında olduğu, siyasal tartışmalara katılma boyutu için gruplar arasındaki anlamlı farkın *Hiçbir Zaman* ve *Her Zaman* ve *Hiçbir Zaman* ve *Zaman Zaman* grupları arasında olduğu,

propaganda, yürüyüş ve grev boyutu için gruplar arasındaki anlamlı farkın *Hiçbir Zaman* ve *Nadiren*, *Hiçbir Zaman* ve *Zaman Zaman*, *Hiçbir Zaman* ve *Sık Sık* ve *Hiçbir Zaman* ve *Her Zaman* grupları arasında olduğu ve siyasal ifade boyutu için ise gruplar arasındaki anlamlı farkın *Hiçbir Zaman* ve *Nadiren*, *Hiçbir Zaman* ve *Zaman Zaman*, *Hiçbir Zaman* ve *Sık Sık* ve *Hiçbir Zaman* ve *Her Zaman* grupları arasında olduğu gözlenmiştir.

Yeniden gönderi/retweet aracı kullanıcıların diğer kullanıcıların paylaşımlarını olduğu gibi kendi profillerinde paylaşabilmelerini sağlayan bir araçtır. Kullanıcı böylece ilgisini çeken gönderiyi/tweeti kendi kullanıcıları ile paylaşabilmektedir.²⁹⁰ Retweet aynı zamanda içeriği onaylama ve destekleme anlamına da gelmektedir.²⁹¹ Retweet siyasal iletişim açısından da oldukça önemlidir. Siyasilerin vatandaşlarla etkileşim halinde olduğunun göstergelerinden birisidir. Retweet, kullanıcıların paylaşımlarının siyasi aktörlerce ciddiye alındığının bir göstergesidir ve bu vasıta ile retweet kullanıcıları çevrimiçi olarak siyasal katılım gerçekleştirmelerine teşvik etmektedir.²⁹² Yapılan analizler neticesinde yukarıda bahsi geçen dört farklı boyut ile katılımcıların kendi görüşünü yansıtan hakaret içeren tweetleri retweetlemeleri arasında anlamlı bir ilişki mevcuttur. Söz konusu tüm alt boyutlar için de siyasal katılım düzeyi arttığında katılımcıların kendi siyasi görüşünü yansıtan hakaret içeren tweetleri retweetleme sıklıkları azalmaktadır.

Bu sonuçlara göre “Bireylerin X platformundaki siyasal katılım düzeyleri ile X platformundaki hakaret kullanım sıklıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır.” olan ana hipotez, “X platformundaki yerel yönetim ve yardım ile X platformundaki hakaret kullanım sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.” olan H3 hipotezi, “X platformundaki siyasal tartışmalara katılma ile X platformundaki hakaret kullanım sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.” olan H5 hipotezi, “X platformundaki propaganda, yürüyüş ve grev ile X platformundaki hakaret kullanım sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.” olan H4 hipotezi ve “X platformundaki siyasal ifade ile X platformundaki hakaret kullanım sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.” olan H1 hipotezi kabul edilmiştir.

²⁹⁰Meriç, Dijital, s.240.

²⁹¹Tumasjan ve diğerleri, s.183.

²⁹²Meriç, Dijital, s.241.

Tablo 12: Toplam Siyasal Katılım Düzeyi, Yerel Yönetim ve Yardım Boyutu, Siyasal Tartışmalara Katılma Boyutu, Politika Takip Boyutu, Propaganda Yürüyüş ve Grev Boyutu ve Siyasal İfade Boyutu ile Kendi Siyasi Görüşüne Yakın ve Hakaret İçeren Tweet Atan Hesapları Takip Etme Sıklığı Düzeyine İlişkin Kruskal-Wallis Sonucu

	Toplam Siyasal Katılım Düzeyi	Yerel Yönetim ve Yardım Boyutu	Siyasal Tartışmalara Katılma Boyutu	Politika Takip Boyutu	Propaganda Yürüyüş ve Grev Boyutu	Siyasal İfade Boyutu
Kruskal-Wallis H	41,148	32,935	12,490	29,207	24,363	26,248
Sd	4	4	4	4	4	4
P	0,000	0,000	0,014	0,000	0,000	0,000
Anlamlı Fark	Hiçbir Zaman > Zaman Zaman Hiçbir Zaman > Nadiren Hiçbir Zaman > Sık Sık Hiçbir Zaman > Her Zaman	Hiçbir Zaman > Nadiren Hiçbir Zaman > Her Zaman Zaman > Her Zaman	Hiçbir Zaman > Her Zaman	Hiçbir Zaman > Sık Sık Hiçbir Zaman > Her Zaman Zaman Zaman > Her Zaman	Hiçbir Zaman > Zaman Zaman Hiçbir Zaman > Nadiren Hiçbir Zaman > Her Zaman	Hiçbir Zaman > Her Zaman

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 12 incelendiğinde bireylerin toplam siyasal katılım düzeyinden (χ^2 (4) =41,148; $p<.05$), yerel yönetim ve yardım boyutundan (χ^2 (4)=32,935; $p<.05$), siyasal tartışmalara katılma boyutundan (χ^2 (4)=12,490; $p<.05$), politika ve takip boyutundan (χ^2 (4)=29,207; $p<.05$), propaganda, yürüyüş ve grev boyutundan (χ^2 (4)=24,363; $p<.05$) ve siyasal ifade boyutundan (χ^2 (4)=26,248; $p<.05$) aldıkları puanların bireylerin kendi siyasi görüşlerine yakın ve hakaret içeren tweet atan hesapları takip etme sıklığına göre anlamlı bir şekilde farklılaştığı gözlemlenmektedir. Gruplar arasındaki farkın hangi gruplar arasında olduğunu bulmak amacıyla yapılan Post Hoc testinde toplam siyasal katılım düzeyi için anlamlı farkın *Hiçbir Zaman* ve *Zaman Zaman*, *Hiçbir Zaman* ve *Nadiren*, *Hiçbir Zaman* ve *Sık Sık*, ve *Hiçbir Zaman* ve *Her Zaman* grupları arasında olduğu, yerel yönetim ve yardım boyutu için gruplar arasındaki anlamlı farkın *Hiçbir Zaman* ve *Nadiren*, *Hiçbir Zaman* ve *Her Zaman* ve *Zaman Zaman* ve *Her Zaman* grupları

arasında olduğu, siyasal tartışmalara katılma boyutu için gruplar arasındaki anlamlı farkın *Hiçbir Zaman* ve *Her Zaman* grupları arasında olduğu, politika takip boyutu için gruplar arasındaki anlamlı farkın *Hiçbir Zaman* ve *Sık Sık*, *Hiçbir Zaman* ve *Her Zaman* ve *Zaman Zaman* ve *Her Zaman* grupları arasında olduğu, propaganda, yürüyüş ve grev boyutu için gruplar arasındaki anlamlı farkın *Hiçbir Zaman* ve *Zaman Zaman*, *Hiçbir Zaman* ve *Nadiren* ve *Hiçbir Zaman* ve *Her Zaman* grupları arasında olduğu ve siyasal ifade boyutu için ise gruplar arasındaki anlamlı farkın *Hiçbir Zaman* ve *Her Zaman* grupları arasında olduğu gözlenmiştir.

X’de kullanıcılar paylaşımlarına ilgi duyduğu ve zaman akışında görünmesini istekleri diğer kullanıcıları takip edebilmektedirler.²⁹³ Yapılan analizler incelendiğinde toplam siyasal katılım düzeyi ve tüm alt boyutlar için katılım düzeyi arttığında katılımcıların kendi siyasi görüşüne yakın ve hakaret içeren tweet atan hesapları takip etme sıklıkları azalmaktadır.

3.7.3. Araştırma Sonuçları

Yapılan araştırmanın özeti olması açısından Tablo 13 oluşturulmuştur. Tablo 13’ün sol sütununda yer alan satırlarda yer alan Tweet Atma(TA) maddesi ‘‘Tweet atarken karşıt siyasi görüştekiler için hakaret içeren sözleri (Koyun,Beyinsiz, Şerefsiz, Çomar, Hırsız, Hain, Soysuz vb.) ne sıklıkta kullanırsınız?’’ anket maddesine, Retweet Atma(RA) ‘‘ Bir tweet kendi siyasi görüşümü yansıtıyorsa hakaret içerse de retweetlerim.’’ anket maddesine, Beğenme(B) ‘‘ Bir tweet kendi siyasi görüşümü yansıtıyorsa hakaret içerse de beğenirim.’’ anket maddesine, Takip Etme(TE) ‘‘ Kendi siyasi görüşüme yakın hesaplar hakaret içeren tweetler atsa da takip etmeye devam ederim.’’ anket maddesine karşılık gelmektedir.

²⁹³Çolak, s.43.

Tablo 13: Araştırma Sonuçları

		Twitter'da Siyasal Katılım Ölçeği					
		Siyasal İfade Boyutu (SİB)	Politika Takip Boyutu (PTB)	Yerel Yönetim ve Yardım Boyutu (YYYB)	Propaganda, Yürüyüş ve Grev Boyutu (PYGB)	Siyasal Tartışmalara Katılma Boyutu (STKB)	Twitter'da Siyasal Katılım Ölçeği
Anket Soruları	Tweet Atma (TA)	p<.05 (SİB↗; TA↗)	p>.05	p<.05 (YYYB↗; TA↗)	p<.05 (PYGB↗; TA↗)	p<.05 (STKB↗; TA↗)	p<.05 (TSKÖ↗; TA↗)
	Retweet Atma (RA)	p<.05 (SİB↗; RA↗)	p>.05 *	p<.05 (YYYB↗; RA↗)	p<.05 (PYGB↗; RA↗)	p<.05 (STKB↗; RA↗)	p<.05 (TSKÖ↗; RA↗)
	Beğenme (B)	p<.05 (SİB↗; B↗)	p<.05 (PTB↗; B↗)	p<.05 (YYYB↗; B↗)	p<.05 (PYGB↗; B↗)	p<.05 (STKB↗; B↗)	p<.05 (TSKÖ↗; B↗)
	Takip Etme (TE)	p<.05 (SİB↗; TE↗)	p<.05 (PTB↗; TE↗)	p<.05 (YYYB↗; TE↗)	p<.05 (PYGB↗; TE↗)	p<.05 (STKB↗; TE↗)	p<.05 (TSKÖ↗; TE↗)

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcı grubunun X'de siyasal katılım düzeyleri ile X'de hakaret kullanım sıklıkları karşılaştırıldığında siyasal katılım düzeyi arttıkça hakaret kullanım düzeylerinin azaldığı gözlemlenmiştir. Böylelikle X'de siyasal katılma ile X'de hakaret kullanım sıklığı arasında ters yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Bu ters yönlü ilişkinin sebebi X'in dijital bir arşiv olması²⁹⁴, X'de görünürlüğün oldukça yüksek olması²⁹⁵ olabilir. Çünkü hakaret etmek Türk Ceza Kanunu'nda bir suç olarak düzenlenmiştir. Bunun yanı sıra hakaret etmek toplum tarafından ayıplanan bir fiildir.²⁹⁶ Toplumun yazısız normları olan ahlak ve görgü kuralları ve bunlara ek olarak din kuralları hakaret etmeyi hoş karşılamamaktadır.²⁹⁷ Hakaretin bir suç olması ve toplum tarafından istenilmeyen bir davranışı ifade ediyor olması, bireylerin X üzerinden hakaret kullanmayı tercih etmemelerine sebep oluyor olabilir.

X'de Siyasal Katılım Ölçeği'nin alt boyutları ile katılımcıların hakaret kullanım sıklıkları karşılaştırıldığında Tablo 13'den de görülebileceği üzere Siyasal İfade Boyutu(SİB) ile Tweet Atma(TA) ve Beğenme(B) maddeleri arasında ve Yerel Yönetim ve Yardım Boyutu(YYYB) ile Tweet Atma(TA) maddesi arasında doğru

²⁹⁴Eraslan, s.29-30.

²⁹⁵Meriç, 140, s. 39-40.

²⁹⁶Çiçek ve Yağbasan, s.13.

²⁹⁷Eren, s.42.

yönlü ilişki tespit edilmiştir. Özetle, belirtilen bu boyutlar düzeyinde siyasal katılım düzeyi arttıkça belirtilen maddeler kapsamında hakaret kullanım sıklıkları da artmaktadır. Fakat bu belirtilen ilişkiler ve anlamsız çıkan($p>.05$) ilişkiler haricinde diğer tüm ilişkilerde siyasal katılım düzeyi arttıkça hakaret kullanım sıklığı azalmaktadır.

Analizin diğer sonuçlarına bakıldığında ise ana hipotez haricinde farklı bulgular da elde edilmiştir. Bu bulgulardan ilki katılımcılar genel olarak hakaret kullanımından kaçınmaktadırlar. Tablo 5'te yer alan verilere bakıldığında *Kendi Siyasi Görüşümü Yansıtırken Hakaret Ettiğim Zamanlar Olur*'' maddesine katılımcılar %64,1 oranında *Hiçbir Zaman*, %17,4 oranında ise *Nadiren* yanıtı vermişlerdir. Bu verilere göre katılımcıların büyük bir oranı kendi siyasi görüşlerini ifade ederken hakareti bir araç olarak kullanmamaktadırlar.

X'in katılımcıların hakaret etme motivasyonlarına nasıl etki ettiğine dair yapılan analizde ise X'in hakaret kullanımında negatif bir etkisi olduğu görülmüştür. Tablo 4 ve Tablo 5'te yer alan veriler karşılaştırıldığında katılımcılar X'de %86,3 düzeyinde *Hiçbir Zaman* hakaret etmezlerken, genel olarak ise %64,1 oranında *Hiçbir Zaman* hakaret etmemektedirler.

Katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda X'in belirli araçlarıyla hakaret kullanım sıklıkları arasında bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Anketten elde edilen bulgular göz önüne alındığında katılımcıların profillerinde doğrudan sergiledikleri hakaret içerikli tweet atma ve hakaret içeren tweetleri retweetleme sıklıkları oldukça düşükken, hakaret içerikli tweetleri beğenme ve hakaret içerikli tweet paylaşımında bulunan hesapları takip etme sıklıkları ise nispeten daha yüksektir. Katılımcıların verdikleri yanıtlar doğrultusunda hakaret kullanım sıklıkları ve hakarete yönelik tutum ile X'in araçları arasındaki ilişki en yoğun dan en seyreğ e doğru şu şekilde sıralanabilmektedir: takip etme (%47 *Hiçbir Zaman*), beğenme (%69,6 *Hiçbir Zaman*), retweet (%78,6 *Hiçbir Zaman*), tweet atma (%86,3 *Hiçbir Zaman*).

Bu ilişki irdelendiğinde ise ortaya X'in araçlarının kendisini ifade etmesi açısından bireye sunduğu görünürlük düzeyleri ön plana çıkmaktadır. Tweet atma ve retweetleme kişinin profilinde belirli bir konuyu doğrudan ve açık bir şekilde paylaşmasını ifade etmektedir. Beğenme ise kişinin bir konu hakkındaki tweeti

beğeniler listesine eklemesine yarayan bir araçtır. Beğenilen tweet, retweet veya tweet atma gibi kişinin profil anasayfasında doğrudan paylaşılmamaktadır. Beğenilen tweetler kullanıcının profilinde beğeniler listesine girilerek görülebilmektedir. Bir kullanıcının diğer bir kullanıcıyı takip etme durumu ise kullanıcının profilinde “Takip edilen” kategorisi altında paylaşılmaktadır. Bahsedilen araçlar göz önüne alındığında tweet atma ve retweetleme kullanıcının profilinde doğrudan takipçileriyle paylaşılırken, beğenme ve takip etme ise daha dolaylı ve çaba gerektiren bir şekilde kullanıcı profilinde yayımlanmaktadır. Bu durum daha önce yapılan X araçları ve hakaret kavramı arasındaki yoğunluk sıralamasını daha net bir şekilde açıklamaktadır. Atılan tweet ve retweet kullanıcının profilinde doğrudan paylaşıldığı için katılımcıların hakaret içerikli tweet atma veya hakaret içerikli bir tweeti retweetleme sıklıkları oldukça düşüktür. Fakat kullanıcıların profilinde daha dolaylı bir şekilde paylaşıldığı için hakaret içerikli bir tweeti beğenme ve hakaret içerikli paylaşımlarda bulunan bir hesabı takip etme sıklıkları ise bahsi geçen diğer iki araca göre nispeten daha yüksektir.

SONUÇ

Sosyal medya araçlarının sunduğu imkânlarla birlikte hayatın diğer birçok alanında olduğu gibi siyasal katılım pratikleri de değişmeye ve dönüşmeye başlamıştır. Sosyal medyanın geniş kullanıcı kitlesi, hızlı ve pratik yapısı siyasal iletişimin de bu mecralarda yoğun bir şekilde yaşanmasına olanak sağlamıştır. Sosyal medya özellikle siyasal alana aktif olarak katılmak isteyen bireylerin bu ihtiyaçlarını karşılamak noktasında önemli bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. X'in ise pratik ve hızlı yapısı ve diğer bir yandan kullanıcı katılımını zorunlu kılması onu siyasal katılım noktasında oldukça etkili bir araç haline dönüştürmüştür. X'in siyasal katılım açısından sağladığı bu imkânlarla beraber bazı temel özellikleri hakaretin kullanımı da kolaylaştırmakta, görünürlüğünü ve kabul edilebilirliğini artırmakta ve yayılmasına olanak tanımaktadır.

Toplum bireye hakareti karşısındakini aşağılamak amacıyla kullanabileceği bir araç olarak öğretir. Hakaret karşısındakini aşağılama özelliği dolayısıyla alt metninde bir kategorizasyonu da barındırmaktadır. Birey hakaret ederek kendisinden aşağı konumda olan ötekini yaratır. Hakaretin bu özelliği onu siyasal alanda da ötekini tanımlamak amacıyla kullanılabilen bir araç haline getirmiştir. Özellikle sosyal medyanın sağladığı birçok olanak siyasal tartışmalarda edilen hakaretlerin görünür olmasını sağlamıştır. Bu çalışmada ise 18-65 yaş arasındaki X kullanıcılarının X platformundaki siyasal katılım düzeyleri ile hakaret kullanım sıklıklarını ve hakarete yönelik tutumlarını saptamak amacıyla “Bireylerin X’deki siyasal katılım düzeyleri arttıkça X’deki hakaret kullanım sıklıkları azalmaktadır.” hipotezi geliştirilmiş ve bu doğrultuda istatistiksel analizler yapılmıştır.

Yapılan analiz neticesinde katılımcı grubun siyasal katılım düzeyleri arttıkça hakaret kullanım sıklıklarının azaldığı görülmüştür. Ana hipotezi desteklemek amacıyla Twitter’da Siyasal Katılım Ölçeği’nin alt boyutlarıyla yapılan analizde de Siyasal İfade Boyutu(SİB) ile Tweet Atma(TA) ve Beğenme(B) maddeleri arasında ve Yerel Yönetim ve Yardım Boyutu(YYBY) ile Tweet Atma(TA) maddesi arasında tespit edilen doğru yönlü ilişkiler haricinde anlamlı çıkan($p<.05$) diğer tüm ilişkilerde katılım düzeyi arttıkça hakaret kullanım sıklığının azaldığı gözlemlenmiştir. Böylece

çalışmanın ana hipotezi olan “Bireylerin X’deki siyasal katılım düzeyleri arttıkça X’deki hakaret kullanım sıklıkları azalmaktadır.” iddiası doğrulanmıştır.

Çalışmanın temelinde hakaret kavramı yer almaktadır. Hakaret kavramı üzerinden daha önceki çalışmalar incelendiğinde diğer çalışmalar hakarete hukuksal bir perspektiften odaklanmıştır. Bu çalışma ise hakarete sosyolojik bir perspektiften bakmayı amaçlamıştır. Bu doğrultuda hakaret kavramsal olarak ele alınmış ve X’deki siyasal katılım davranışları ile ilişkilendirilmeye çalışılmıştır.

Bu çalışmada katılımcıların siyasal katılım düzeylerini ölçmek amacıyla Twitter’da Siyasal Katılım Ölçeğinden²⁹⁸ yararlanılmıştır. Katılımcıların hakaret kullanım sıklıklarını ve hakarete yönelik tutumlarının saptanması amacıyla ise çeşitli anket soruları oluşturulmuştur. Öncelikli oluşturulan anket sorularının demografik verilerle karşılaştırılmasıyla hakaret kullanım sıklıklarının demografik değişkenlere bağlı olarak anlamlı farklılıklar gösterip göstermediği incelenmiş, daha sonra ise katılımcıların hakaret kullanım sıklıklarıyla siyasal katılım düzeyleri arasındaki ilişki saptanmaya çalışılmıştır.

Anketten elde edilen bulgular göz önüne alındığında katılımcıların profillerinde doğrudan sergiledikleri hakaret içerikli gönderi/tweet atma ve hakaret içeren gönderileri yeniden gönderme/retweetleme sıklıkları oldukça düşükken, hakaret içerikli gönderileri beğenme ve hakaret içerikli gönderi paylaşımında bulunan hesapları takip etme sıklıkları ise nispeten daha yüksektir. Katılımcıların verdikleri yanıtlar doğrultusunda katılımcıların hakaret kullanım sıklıkları ve hakarete yönelik tutumları ile X’in araçları arasındaki ilişki en yoğun dan en seyreğ e doğru şu şekilde sıralanabilmektedir: takip etme (%47 *Hiçbir Zaman*), beğenme (%69,6 *Hiçbir Zaman*), yeniden gönderi/retweet (%78,6 *Hiçbir Zaman*), gönderi/tweet atma (%86,3 *Hiçbir Zaman*).

X’in en önemli araçlarından olan gönderi atma kişinin kendi ifadelerini profilinde paylaşmasından ibaretken, yeniden gönderme ise kişinin içeriği onayladığı ve desteklemek istediği anlamını taşımaktadır.²⁹⁹ Gönderi atma ve yeniden gönderme kişinin profilinde belirli bir konuyu doğrudan ve açık bir şekilde paylaşmasını ifade etmektedir. Beğenme ise kişinin bir konu hakkındaki gönderiyi beğeniler listesine eklemesine yarayan bir araçtır. Beğenilen gönderi, yeniden gönderi veya gönderi

²⁹⁸Güler ve Sezgin, s.517-530.

²⁹⁹Tumasjan ve diğerleri, s.183.

atma gibi kişinin profil anasayfasında doğrudan paylaşılmamaktadır. Beğenilen gönderiler kullanıcının profilinde beğeniler listesine girilerek görülebilmektedir. Bir kullanıcının diğer bir kullanıcıyı takip etme durumu ise kullanıcının profilinde “Takip edilen” kategorisi altında paylaşılmaktadır. Bahsedilen araçlar göz önüne alındığında gönderi atma ve yeniden gönderme kullanıcının profilinde doğrudan takipçileriyle paylaşılırken, beğenme ve takip etme ise daha dolaylı ve çaba gerektiren bir şekilde kullanıcı profilinde yayımlanmaktadır. Bu durum daha önce yapılan X araçları ve hakaret kavramı arasındaki yoğunluk sıralamasını daha net bir şekilde açıklamaktadır. Atılan gönderi ve yeniden gönderi kullanıcının profilinde doğrudan paylaşıldığı için katılımcıların hakaret içerikli gönderi atma veya hakaret içerikli bir gönderiyi yeniden gönderme oranları oldukça düşüktür. Fakat kullanıcıların profilinde daha dolaylı bir şekilde paylaşıldığı için hakaret içerikli bir gönderiyi beğenme ve hakaret içerikli paylaşımlarda bulunan bir hesabı takip etme oranları ise bahsi geçen diğer iki araca göre nispeten daha yüksektir.

Yapılan analizler neticesinde katılımcıların X platformu üzerinden hakaret etme sıklıklarının genel olarak hakaret etme sıklıklarına oranla çok daha düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla X platformunun katılımcıların hakaret etme motivasyonlarında negatif bir etkisi olduğu ifade edilebilir. Bu doğrultuda X’in hakaret kullanımı üzerindeki negatif etkisinin temel sebebi X’in dijital bir arşiv olması³⁰⁰ ve X’de görünürlüğün oldukça yüksek olması³⁰¹ olabilir. Çünkü hakaret etmek Türk Ceza Kanunu’nda bir suç olarak düzenlenmiştir. Bu durumun yanı sıra hakaret etmek toplum tarafından ayıplanan bir fiildir.³⁰² Toplumun yazısız normları olan ahlak ve görgü kuralları ve bunlara ek olarak din kuralları hakaret etmeyi hoş karşılamamaktadır.³⁰³ Hakaretin bir suç olması ve toplum tarafından istenilmeyen bir davranışı ifade ediyor olması bireylerin X üzerinden hakaret etmemelerini tercih etmelerine sebep oluyor olabilir.

Katılımcıların siyasal katılım düzeyleri ile hakaret kullanım sıklıkları arasındaki ilişkinin saptanması amacıyla ANOVA ve Kruskal-Wallis analiz yöntemlerinden yararlanılmıştır. Yapılan analize göre toplam siyasal katılım düzeyi ve diğer tüm alt boyutlar (siyasal ifade boyutu, propaganda, yürüyüş ve grev boyutu,

³⁰⁰Eraslan, s.29-30.

³⁰¹Meriç, (140), s. 39-40.

³⁰²Çiçek ve Yağbasan, s.13.

³⁰³Eren, s.42.

yerel yönetim ve yardım boyutu ve siyasal tartışmalara katılma boyutu) ile kişinin karşıt görüşe hakaret içeren gönderi atma durumu arasında anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir. Kişinin kendi görüşünü yansıtan hakaret içeren gönderileri beğenme sıklığı ile toplam siyasal katılım düzeyi ve tüm boyutlar arasında anlamlı ilişkiler olduğu saptanmıştır. Kişinin kendi görüşünü yansıtan hakaret içeren gönderileri yeniden gönderme sıklığı ile politika takip boyutu hariç toplam siyasal katılım düzeyi ve diğer tüm boyutlar arasında anlamlı ilişkiler olduğu saptanmıştır. Bireyin kendi siyasi görüşüne yakın ve hakaret içeren tweet atan hesapları takip etme sıklığı ile toplam siyasal katılım düzeyi ve tüm boyutlar arasında anlamlı ilişkiler olduğu saptanmıştır.

Yapılan analizler çerçevesinde X platformunda hakaret kullanım sıklığı ile X platformundaki siyasal katılım düzeyi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda X platformunda siyasal katılım düzeyi arttıkça hakaret kullanım sıklıklarının azaldığı gözlemlenmiştir. Bu analizlere ek olarak X'in farklı araçları ile hakaret kullanım sıklıkları arasında bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yapılan çalışma kapsamında X'in bireylerin hakaret kullanım sıklıkları üzerinde negatif bir etki oluşturduğu da tespit edilmiştir.

KAYNAKÇA

Akay, Esra. **Siyasal Toplumsallaşma, Siyasal Kültür ve Siyasal Katılım Arasındaki İlişkinin Kavramsal Analizi**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya, 2006.

Akdemir, A. Müslim. “Küreselleşme ve Kültürel Kimlik Sorunu”, **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt:3, Sayı:1, 2010 ss.44.

Akın, Mahmut H. **Siyasallığın Toplumsal İnşası: Siyasal Toplumsallaşma**, Çizgi Kitabevi Yayınları, Konya, 2013.

Akıncı, Selçuk. “Siyasal Katılımın Toplumsal Dinamikleri ve Kitle İletişim Araçları”, **Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı:8, ss.305-322.

Aksay, Atalay. “Sosyal Medya Paylaşımları/Hakaret”, 10.05.2019, <https://www.egitimis.org.tr/files/hukuk/bilgilendirmeler/SOSYAL-MEDYA-HAKARET.pdf>, (17.05.2023).

Aliefendioğlu, Yılmaz. “Düşünsel Özgürlük”, **İnsan Hakları Yıllığı(M. Sencer’e Armağan)**, TODAİE İnsan Hakları Araştırma ve Derleme Merkezi, Cilt:17-18, Ankara, 1995-1996, ss.12.

Almond, Gabriel A. ve Sidney Verba. **The Civic Culture**, Princeton University Press, Princeton, 1963.

Almond, Gabriel A. “Politische Kultur-Forschung- Rückblick und Ausblick”, **Politische Kultur in Deutschland: Bilanz und Perspektiven der Forschung**, Ed. Herausgegeben von Dirk Berg-Schlosser ve Jakob Schissler, Wetsdeutscher Verlag, Opladen, 1987, ss.37-38.

Altun, Hilal Oytun. ‘‘Hakaret Anlamı Olmayan Kelimelerin Hakaret Amaçlı Kullanımı’’, **Hakaret Kitabı**, (Ed. Emine Gürsoy Naskalı ve Hilal Oytun Altun), Kitabevi Yayıncılık, İstanbul, 2010, ss.6.

Aman, Fatih. ‘‘Bronislaw Malinowski’nin Kültür Teorisi’’, **Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, Cilt: 21, Sayı:1, 2012, ss.137.

Arendt, Hannah. **İnsanlık Durumu**, çev. Bahadır Sina Şener, 1. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul, 1994.

Arendt, Hannah. **Geçmişle Gelecek Arasında**, çev. Bahadır Sina Şener, 4. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul, 2012.

Aşkın, Muhittin. ‘‘Kimlik ve Giydirilmiş Kimlikler’’, **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt:10, Sayı:2, 2010, ss.213-220.

Aydın, Abdullah. ‘‘Siyasal Katılım Kademelerinin İncelenmesi ve Lerner’in Siyasal Katılım Kademelerinin Dönüşümü’’, **Çukurova Araştırmaları**, Cilt:4, Sayı:5, 2018, ss.156-164.

Bakıroğlu, Cemile Tokgöz. ‘‘Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları’’, **XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri**, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 23-25.01.2013, ss.999.

Bauman,Zygmunt. **Sosyolojik Düşünmek**, çev. Abdullah Yılmaz, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2015.

Berger, Peter L. ve Thomas Luckmann. **Gerçekliğin Sosyal İnşası: Bir Bilgi Sosyolojisi İncelemesi**, çev. Vefa Saygın Öğütle, Paradigma Yayıncılık, İstanbul, 2008.

Berktaş, Fatmagül. “*Hannah Arendt: ‘Çoğulluk Yeryüzünün Yasasıdır’*”, **Kamusal Alan**, (Ed. Meral Özbek), Hil Yayınları, İstanbul, 2015.

Beserek, Sema Nur. **Konya İlinde Yaşayan 25-34 Yaş Arası Genç Yetişkin Bireylerin Twitter’da Siyasal Katılım Davranışlarının Değerlendirilmesi**, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), KTO Karatay Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Konya, 2021.

Bilgin, Nuri. **Kimlik İnşası**, Aşina Kitaplar, İzmir, 2007.

Bıçak, Vahit. **Avrupa İnsan Hakları Kararlarında İfade Özgürlüğü**, Liberal Düşünce Topluluğu, Ankara, 2002.

Bouvier, Gwen ve Judith E. Rosenbaum. **Twitter, The Public Sphere, and The Chaos of Online Deliberation**, Palgrave: Macmillan, 2020.

Boz, Nevfel. **Yeni İletişim Ortamlarında Dijital Kimlik ve Benlik Sunumu**, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2012

Bruns, Axel ve Hallvard Moe. “*Twitter’da İletişimin Yapısal Katmanları*”, **Twitter ve Toplum**, (Çev. Emre Erbatur), (Ed. Katrin Weller, Axel Bruns, Jean Burgess, Merja Mahrt ve Cornelius Puschmann) Kafka, Epsilon Yayıncılık, İstanbul, 2016.

Budak, Hatice. “*Kamusal Alanda Dönüşen Yapılar: Agoradan Sanal Uzama*”, **Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi**, Sayı:36, 2016, ss.507-530.

Çalışkan, Köksal. “*Siyasal Kültür Teorisi: ‘The Civic Culture’ ve Eleştirisi*”, **Amme İdaresi Dergisi**, Cilt:50, Sayı:1, 2017, ss.36.

Çam, Esat. **Siyaset Bilimine Giriş**, 9. Basım, Der Yayınları, İstanbul, 2005.

Çaycı, Berk ve Ayşegül Elif Karagülle. “Mobil İletişim Teknolojileriyle Değişen Örgütlenme Biçimleri: Ağlarda Örgütlenen Toplumsal Hareketler”, **Journal of Yasar University**, Cilt:9, Sayı:36, 2014, ss.6261-6380.

Çiçek, Ahmet ve Mustafa Yağmasan. “Küfür ve Argonun Gündelik İletişimdeki Yeri: Üniversite Öğrencileri Özelinde Bir Alan Araştırması”, **Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı:32, 2019, ss.13.

Çolak, Recep. **Üniversite Öğrencilerinin Siyasal Katılım Sürecinde Twitter Kullanımı**, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Trabzon Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Trabzon, 2020.

Dahlberg, Lincoln. “Rethinking the Fragmentation of the Cyberpublic: From Consensus to Contestation”, **New Media and Society**, Cilt:9, Sayı:5, 2007, ss.827-847.

Dijk, Van. **Ağ Toplumu**, çev. Özlem Sakin, Kafka Kitap, İstanbul, 2016.

Duverger, Maurice. **Siyaset Sosyolojisi**, Çev. Şirin Tekeli, Varlık Yayınları, İstanbul, 1982.

Çiçek, Ahmet ve Mustafa Yağbasan. “Küfür ve Argonun Gündelik İletişimdeki Yeri: Üniversite Öğrencileri Özelinde Bir Alan Araştırması”, **Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı:32, 2019, ss.13-37.

Çobanoğlu, Yavuz. “Değişen Kamusallığın Yeni “Siyaset Yapma” Mekânı Olarak Sosyal Medya – (Politik Kimlikler ile Kamusal Haklar İlişkisi Bağlamında Twitter Örneği)”, **Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi**, Cilt:10, Sayı:17, Tunceli, 2019, ss.696-737.

Çolak, Recep. **Üniversite Öğrencilerinin Siyasal Katılım Sürecinde Twitter Kullanımı**, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Trabzon Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Trabzon, 2020.

Çukurçayır, M. Akif ve Gülise Gökçe. “Yerel Siyaset ve Katılma Davranışı: Konya’da Katılım Eğilimleri”, **SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, Cilt:2, Sayı:3, 2002, ss.314.

Demircan, Ömer. “İletişim Açısından Küfür ve Hakaret”, **Dilbilim Araştırmaları Dergisi**, Cilt:5, 1994, ss.264.

Enli, Gunn Sara ve Nancy Thumim. “Socializing and Self-Representation Online: Exploring Facebook”, **Observatorio Journal**, Cilt:6, Sayı:1, 2012, ss.94.

Eraslan, Levent. **Sosyal Medya ve Algı Yönetimi: Sosyal Medya İstihbaratına Giriş**, Anı Yayıncılık, Ankara, 2020.

Erdoğan, Mustafa. “Demokratik Toplumda İfade Özgürlüğü: Özgürlükçü Bir Perspektif”, **Liberal Düşünce**, Sayı:24, Ankara, 2001, ss.8.

Erdoğan, Mustafa. **Özgürlük, Hukuk ve Demokrasi**, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2018.

Eren, Abdullah. “Siham-ı Kaza’da Hakaret Unsuru Olarak Hayvanlar”, **Hakaret Kitabı**, (Ed. Emine Gürsoy Naskalı ve Hilal Oytun Altun), Kitabevi Yayıncılık, İstanbul, 2010, ss.41.

Ertürk, Yıldız Dilek ve Tuğçe Ertem Eray. “Fenomenolojik Bir Kavram Olarak Kendilik ve Sosyal Ağlarda Kendilik Sunumu ile Narsistik Eğilimler İlişkisi: İletişim Fakültesi (İ.Ü.İ.F.) Öğrencileri Üzerine Bir Ön Çalışma”, **Intermedia International e-Journal**, Cilt:3, Sayı:1, 2016, ss.17

Friedland, A. Lewis, Thomas Hove ve Hernando Rojas. ‘‘The Networked Public Sphere’’, **Javnost-The Public**, Cilt:13, Sayı:3, 2006, ss.5-26.

Fuchs, Christian. **Sosyal Medya: Eleştirel Bir Giriş**, (Çev. Diyar Saraçoğlu ve İlker Kalayıcı), NotaBene Yayınları, İstanbul, 2020, ss.354-361.

Gazete Duvar Haber Merkezi, ‘‘Birleşik Kamu İş açıkladı: Açlık sınırı 12 bin liraya dayandı’’, 25.05.2023, <https://www.gazeteduvar.com.tr/birlesik-kamu-is-acikladi-aclik-siniri-12-bin-liraya-dayandi-galeri-1620316>, (13.06.2023).

Goffman, Erving. **Damga Örselenmiş Kimliğin İdare Edilişi Üzerine Notlar**, çev. Şerife Geniş, Levent Ünsaldı ve Suphi Nejat Ağırnaslı, Heretik Yayıncılık, Ankara, 2014.

Gökçe, Orhan. ‘‘Yeni Medya-Kamuoyu-Demokrasi’’, **Hepimiz Globaliz Hepimiz Yereliz: Gutenberg Galaksi’den Zuckerberg Galaksi’ye**, (Ed. Edibe Sözen), İstanbul 2012, ss.37-54.

Göker, Göksel. ‘‘İletişimin Mcdonaldlaşması: Sosyal Medya Üzerine Bir İnceleme’’, **Turkish Studies**, Cilt:10, Sayı:2, Ankara, 2015.

Gökgül, Ahmet Neca. **Sosyal Medyanın Siyasal İletişim Aracı Olarak Kullanımı: 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri Twitter Örneği**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2016.

Güleç, Cengiz. ‘‘Türkiye’de Kültürel Kimlik Sorunu’’, **Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih – Coğrafya Fakültesi Antropoloji Dergisi**, Sayı:15, 2002, ss.67-68.

Güler, Şakir ve Murat Sezgin. ‘‘Twitter’da Siyasal Katılım Ölçeği’’, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Eskişehir, Cilt: 19, Sayı: 2, 2019, ss.517-530.

Güler, Şakir. **Benlik Saygısı ve E-Katılım İlişkisi Üzerine Twitter Ekseninde Bir Araştırma**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uşak, 2020.

Gündoğmuş, Bekir Muhammed Maruf ve Hüseyin Aksu. “Sosyal Medya Kullanımının Siyasal Katılıma Etkisinin Şırnak İl Örneğinde Ölçülmesi”, **İktisadi ve İdari Yaklaşımlar Dergisi**, Cilt:1, Sayı:1, 2019, ss.83.

Gürdoğan, Özkan. **Hakaret Suçu**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2012.

Habermas, Jürgen. “*Kamusal Alan*”, **Kamusal Alan**, (Ed. Meral Özbek), Hil Yayın, İstanbul, 2004, ss.95.

Hall, Stuart. “Old an New Identities, Old and New Ethnicities”, **Culture, Globalization and The World-System**, (Ed. Anthony D. King), University of Minnesota Press, Minneapolis, 1997, ss.41-43.

Topbaş, Hasan ve Ayhan Doğan. “Toplumsalın Yeni Agorası Olarak Sosyal Medya: Eleştirel Yaklaşım”, **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, Cilt:4, Sayı:1, Gümüşhane, 2016, ss.130.

Hermida, Alfred. “Twittering The News”, **Journalism Practice**, Routledge, Cilt:4, Sayı:3, 2010, ss.297-308.

İmançer, Dilek. “Çağdaş Kimliğin Yapılanma Süreci ve Televizyon”, **Doğu Batı Düşünce Dergisi**, Cilt:6, Sayı:23, 2003, ss.233-234.

Kalaycıoğlu, Ersin. **Karşılaştırmalı Siyasal Katılıma**, İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Yayını, İstanbul, 1983.

Kapani, Münici. **Siyaset Bilimine Giriş**, 29. Basım, Bilgi Yayınevi, Ankara, 2012.

Kaplan, Andreas M. ve Michael Heanlein. ‘‘Social Media: Back To The Roots and Back To The Future’’, **Journal of Systems and Information Technology**, Cilt:14, Sayı:2, ss.101.

Kaya, Sertaç. ‘‘Sosyal Medyada Anonim Olmanın Söylemler Üzerindeki Etkisinin Haber Yorumları Üzerinden İncelenmesi’’, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, Sayı:60, 2022, ss.172.

Kellner, Douglas. ‘‘Tabandan Küreselleşme: Radikal Demokratik Bir Teknopolitikaya Doğru’’, **Kamusal Alan**, (Ed. Meral Özbek), Hil Yayınları, İstanbul, 2004, sa.715-725.

Kemp, Simon. ‘‘Digital 2023: Turkey’’, 13 Şubat 2023, <https://datareportal.com/reports/digital-2023-turkey>, (01.09.2023).

Kılıç, Çiğdem. ‘‘Ortaoyunu ve Karagöz Metinlerinde Kullanılan İlençler, Sitem Sözleri, Aşağılamalar’’, **Hakaret Kitabı**, (Ed. Emine Gürsoy Naskalı ve Hilal Oytun Altun), Kitabevi Yayıncılık, İstanbul, 2010, ss.129.

Kılınç, Ümit. ‘‘ Twitter ‘‘X’’ Oldu! X Nedir, Twitter’ın Yeni Hali Neler Sunuyor?’’, 24 Temmuz 2023, <https://www.webtekno.com/twitter-x-oldu-x-nedir-neler-degisti-h136177.html>, (01.09.2023).

Kışlalı, Ahmet Taner. **Siyaset Bilimi**, Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu Yayınları, Ankara, 1987, ss.359.

Kocaoğlu, Serhat Sinan. **Uluslararası (AİHM) ve Ulusal Yargı İçtihatları Çerçevesinde Hakaret Suçu**, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2019.

Kulga, Celile Evil. **Günlük Yaşamda Benlik Sunumları Üzerine Bir İnceleme**, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2014.

Kuzu, Burhan. “Düşünceleri Açıklama Özgürlüğü Alanında Geldiğimiz Nokta”, **İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası**, Cilt:59, Sayı:1-2, İstanbul, 2001, ss.247.

Küçükşen, Kübra. “Perception of Gender Equality in New Media”, **Internet Journal of Human Sciences**, Cilt:13, Sayı:1, 2016, s.1285-1292.

Lerner, Daniel. **The Passing of Traditional Society Modernizing The Middle East**, The Free Press, United States of America, 1964.

Lilleker, Darren G. Karolina Koc-Michalska, Eva Johanna Schweitzer, Michal Jasunski, Nigel Jakson and Thierry Vedel. “Informing, Engaging, Mobilizing or Interacting: Searching For a European Model of Web Campaigning”, **European Journal of Communication**, Cilt:26, Sayı:3, 2011, ss.196-199.

Malkoç, İsmail Burak. “Makro Bir Siber Alan Olarak Twitter: Türkiye’nin “Trending Topic”leri Analizi”, **Sosyoloji Notları**, Cilt:2, Sayı:1, 2018, ss.100-126.

Marshall, Gordon. **Sosyoloji Sözlüğü**, çev. Osman Akınhay ve Derya Kömürcü, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 2005.

Mayfield, Antony. **What is Social Media**, iCrossing, 2008.

Melucci, Alberto. **Challenging Codes: Collective Action In The Information Age**, Cambridge University Press, 2009, ss.70-71.

Meriç, Övünç. **Dijital Demokrasi: Türkiye’de Yeni Medya ve Siyasal Katılım**, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2014.

Meriç, Övünç. “140 Karakter İle Siyaset Konuşmak: Twitter’da Siyasetçi-Yurttaş Etkileşimi”, **İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar: Twitter**, (Ed. Selva Ersöz Karakulakoğlu ve Özge Uğurlu), Heretik Basın Yayın, Ankara, 2015, ss. 41.

Metin, Osman. **Sosyal Medyanın Siyasal Toplumsallaşmaya Etkileri: Üniversite Öğrencileri Örneği**, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar, 2014.

Milbrath, Lester W. “Political Participation”, **The Handbook of Political Behavior Volume 4**, (Ed. Samuel L. Long), Plenum Press, New York, 1981, ss.198.

Oymak, Hasan. “Kamuoyunda Dezenformasyon Yasayı Olarak Bilinen, 7418 Sayılı “Basın Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun” un Getirdikleri”, **Yeni Medya**, Sayı: 13, 2022, ss.504-514.

Özbek, Meral. “*Giriş: Kamusal Alanın Sınırları*”, **Kamusal Alan**, (Ed. Meral Özbek), Hil Yayın, İstanbul, 2004.

Özdemir, Burcu ve Gonca Yıldırım. “Dijitalleşen İletişim Ortamlarında Kimlik İnşası ve Benlik Sunumu: İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, **Yeni Medya Elektronik Dergi**, Cilt:3, Sayı:3, ss.182-183.

Özhan, Hacı Ali ve Bekir Berat Özipek. **Yargıtay Kararlarında İfade Özgürlüğü**, Liberal Düşünce Topluluğu Avrupa Komisyonu Yayınları, Ankara, 2003.

Rousseau, Jean-Jacques. **Toplum Sözleşmesi**, çev. Vedat Günyol, Adam Yayınları, İstanbul, 1987.

Safko, Lan ve David K. Brake. **The Social Media Bible**, John Wiley and Sons Inc., Amerika Birleşik Devletleri, 2009.

Savut, Emre. “Kültür Endüstrisi: Kamusal Alanın Tüketimi”, **Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı:23, Pamukkale, 2016, ss.15-28.

Savut, Emre. “Fütüristik Bir Kamusal Alan Alternatifi Olarak Metaverse”, **Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt:10, Sayı:1, Burdur, 2023, ss.509-529.

Schmidt, Jan-Hinrik. “*Twitter ve Kişisel Kamuların Doğuşu*”, **Twitter ve Toplum**, (Çev. Emre Erbatır), (Ed. Katrin Weller, Axel Bruns, Jean Burgess, Merja Mahrt ve Cornelius Puschmann) Kafka, Epsilon Yayıncılık, İstanbul, 2016.

Selçuk Akıncı, “Siyasal Katılımın Toplumsal Dinamikleri ve Kitle İletişim Araçları”, **Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı:8, ss.307.

Sezgin, Ayşe Aslı. “Türkiye’de Instagram Fenomenleri: Sosyal Paylaşım Ağlarında İnşa Edilen Yaşamların Kültürel Analizi”, **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Cilt:9, Sayı:43, 2016, ss.2144-2145.

Solis, Brian ve Deirdre Breakenridge. **Putting The Public Back In Public Relations**, FT Press, Amerika Birleşik Devletleri, 2009.

Stein, Edward. “Queers Anonymous: Lesbians, Gay Men, Free Speech, and Cyberspace”, **Harvard Civil Rights-Civil Liberties Law Review**, Sayı:38, 2003, ss.193.

Sütlüoğlu, Tuba. “Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Süreçleri: Facebook Örneği”, **Folklor/Edebiyat**, Cilt:21, Sayı: 83, 2015, ss.126.

Şimşek, İdris ve Şakir Güler. “Seçmenlerin Empatik ve Özgeci Tutumlarının E-Katılım Davranışları Üzerinde Rolü”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi**, Konya, Cilt 13, Sayı 34, 2022, ss.589-602.

Takış, Taşkın. “Kimliklerle Buluşma”, **Doğu ve Batı**, Cilt:6, Sayı:23, 2003, ss.7.

Tajfel, Henri ve John Turner. “An Intergrative Theory of Intergroup Conflict”, **Intergroup Relations: Essential Readings**, (Ed. M. A. Hogg ve D. Abrams), Psychology Press, Philadelphia, 2001, ss.40.

Timisi, Nilüfer. “Önsöz”, **İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar Twitter**, (Ed. Selva Ersöz Karakulakoğlu ve Özge Uğurlu), Heretik Yayıncılık, Ankara, 2015.

Tokatlı, Mehmet, İbrahim Özbükerci, Nazan Günay ve Beril Akıncı Vural. “Kurumsal İtibarın Sosyal Medya Üzerinden Aktarımı: Sektör Liderlerinin Twitter Yönetimi Üzerine Bir Araştırma”, **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, Cilt:5, Sayı:1, Gümüşhane, 2017, ss.37.

Tumasjan, Andranik Timm O. Sprenger, Philipp G. Sandner ve Isabell M. Welpe. “Predicting Elections with Twitter: What 140 Characters Reveal about Political Sentiment”, **Fourth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media**, Cilt:4, Sayı:1, 2010, ss.183.

Tylor, Edward B. **İlkel Kültür**, çev. Esra Dabağcı, ViraVerita E-Dergi, Sayı:4, 2016.

Türk Dil Kurumu Sözlükleri, <https://sozluk.gov.tr>, (Erişim tarihleri: 14.03.2023, 30.03.2023, 04.05.2023, 07.05.2023, 20.09.2023, 22.10.2023)

Ulusoy, Sümeyye. “Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi ve Anayasa Mahkemesi Kararları Işığında İfade Özgürlüğü”, **Selçuk Üniversitesi Adalet Meslek Yüksekokulu Dergisi**, Cilt:2, Sayı:2, Konya, 2009, ss.143.

Uysal, Birkan. ‘‘Siyasal Katılma ve Katılma Davranışı Üzerinde Ailenin Etkisi’’, **Amme İdaresi Dergisi**, Cilt:17, Sayı:4, 1984, ss.116.

Üstündağ Eralp, Merve. **Sosyal Medyada Gerçek Zamanlı Pazarlamanın Rolü: Hızlı Tüketim Markalarının Twitter Paylaşımları Üzerine İnceleme**, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018.

Volkmer, Ingrid. ‘‘The Global Network Society and The Global Public Sphere’’, **Development**, Cilt 46, Sayı:1, 2003, ss.9-16.

Weintraub, Jeff. ‘‘*The Theory and Politics of The Public/Private Distinction*’’, **Public and Private in Thought and Practice: Perspective on A Grand Dichotomy**, (Ed. Jeff Weintraub ve Krishan Kumar), The University of Chicago Press, Chicago, 1997.

Yegen, Ceren. ‘‘Demokratik ve Yeni Bir Kamusal Alan Olarak Sosyal Medya’’, **Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt:1, Sayı:2, Muş, 2013, ss.119-135.

Yılmazlar, Elif Gül. **Hakaret Suçu Bağlamında Eleştiri Hakkı**, (Yayımlanmamış yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2015.

Zinderen, İbrahim Ethem. ‘‘Yeni Medyada Kimlik İnşası: Youtuber Kimliğine İlişkin Bir İnceleme’’, **Erciyes İletişim Dergisi**, Cilt:7, Sayı:1, 2020, ss.417-418.



EKLER

EK 1: Anket Formu

Bu anket formu sadece **3-5 dakika** sürecek olup yürütölmekte olan **“Bir Siyasal Toplumsallaşma Aracı Olarak Sosyal Medya ve Hakaret Suçu İlişkisi”** başlıklı yüksek lisans tez çalışması için yapılmaktadır. Hiçbir kişisel bilginiz alınmayacak olup sizlerden edinilecek bilgiler tamamen bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Değerli katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

1. Cinsiyetiniz: ☐ Kadın
☐ Erkek
☐ Diğer

2. Yaşınız: (.....)

3. Eğitim Durumunuz: ☐ Okuryazar Değil
☐ İlköğretim
☐ Ortaöğretim
☐ Lise
☐ Önlisans
☐ Lisans
☐ Lisansüstü

4. Evinizin Aylık Ortalama Geliri: (.....)

5. Herhangi bir siyasi partiye üye misiniz?

- ☐ Evet
☐ Hayır

		Hiçbir Zaman	Nadiren	Zaman Zaman	Sık Sık	Her Zaman
6	Arkadaş grubunuzda ne sıklıkta siyaset konuşulur?					
7	Aile içinde ne sıklıkta siyaset konuşulur?					
8	Siyasi seçim çalışmalarına ne sıklıkta katılırsınız?					
9	Twitter’da ne sıklıkta siyasi tweet atarsınız?					
10	Tweet atarken karşıt siyasi görüştekiler için hakaret içeren sözleri (Koyun,Beyinsiz, Şerefsiz, Çomar, Hırsız, Hain, Soysuz vb.) ne sıklıkta kullanırsınız?					

		Hiçbir Zaman	Nadiren	Zaman Zaman	Sık sık	Her Zaman
11	Bir tweet kendi siyasi görüşümü yansıtıyorsa hakaret içerse de beğenirim.					
12	Bir tweet kendi siyasi görüşümü yansıtıyorsa hakaret içerse de retweetlerim.					
13	Kendi siyasi görüşüme yakın hesaplar hakaret içeren tweetler atsa da takip etmeye devam ederim.					
14	Siyasi olarak karşıt görüşe sahip kişilere hakaret içeren tweetler bende rahatlama duygusu oluşturur.					
15	Kendi siyasi görüşümü yansıtırken hakaret ettiğim zamanlar olur.					

16. Hangisine hakaret edildiğinde daha çok öfkelenirsiniz?

- () Savunduğum siyasi lidere
() Savunduğum siyasi partiye
() Savunduğum siyasi görüşe
() Savunduğum düşünceme
() Hiçbiri

17. Hangisine hakaret edildiğinde siz de hakaret edersiniz?

- () Savunduğum siyasi lidere
 () Savunduğum siyasi partiye
 () Savunduğum siyasi görüşe
 () Savunduğum düşünceme
 () Hiçbiri

		Kesinlikle	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
18	Kendi siyasi partime hakaret edilmesi beni partime yakın hissettirir.					
19	Kendi siyasi partime hakaret edilince partimi savunurum.					
20	Desteklediğim siyasi partinin, karşıt görüşteki kişiler tarafından eleştirilmesini hakaret olarak görürüm.					
21	Desteklediğim siyasi parti liderine hakaret edilince onu savunurum.					

EK 2: Twitter’da Siyasal Katılım Ölçeği

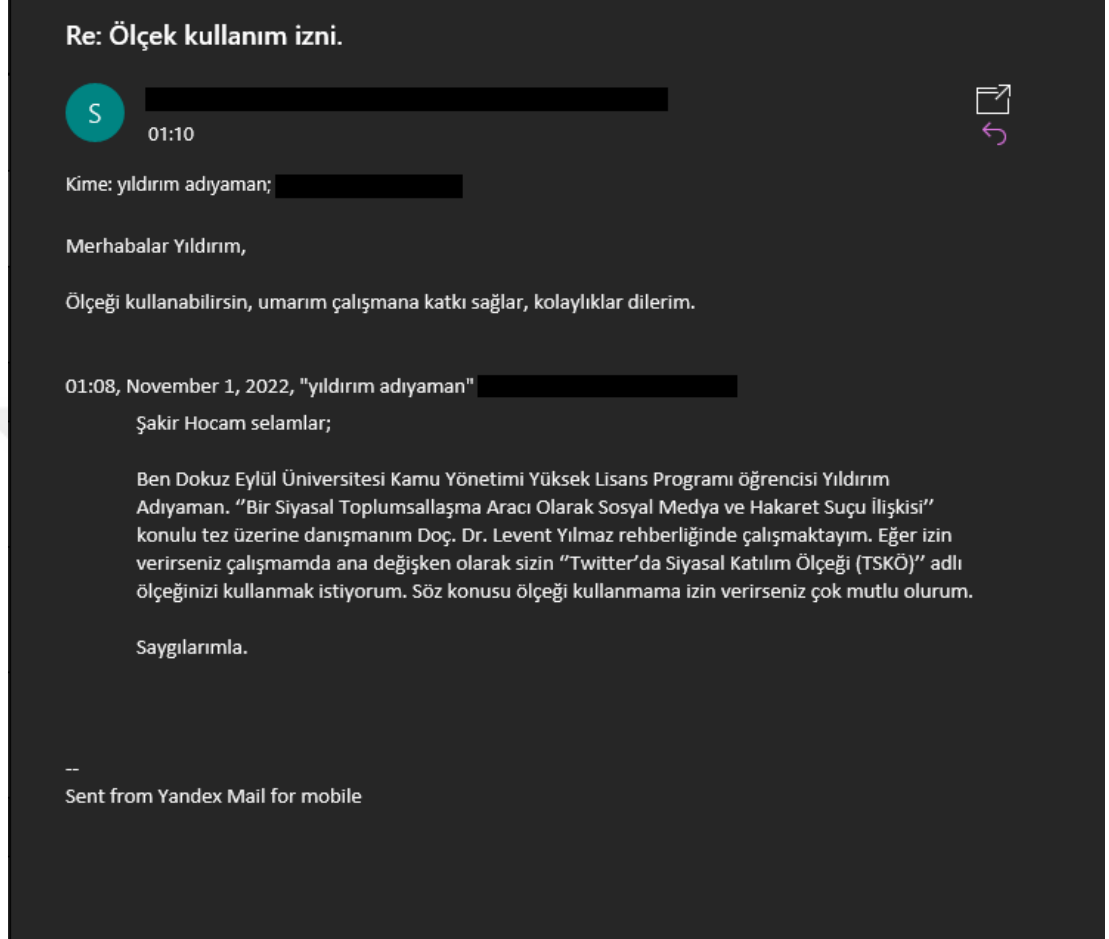
TWITTERDA SİYASAL KATILIM ÖLÇEĞİ (DFA sonrası)

1. SİYASAL İFADE BOYUTU:		Cronbach Alfa : ,926
V8	Genel seçim sürecinde siyasi parti liderlerine dair paylaşımlarda bulunurum	
V39	Referandum sürecinde kendi görüşümü yansıtan kararı destekleyici paylaşımlarda bulunurum	
V11	Kamu düzeni, siyaset ve yönetimle ilgili konularda sesimi duyurmak istediğimde TWIT atarım	
V5	Twitter'da güncel siyasi tartışmalara katılırım	
V19	Kamu düzeni, siyaset ve yönetimle ilgili konularda sesimi duyurmak istediğimde hashtag paylaşımları ile popüler gündemlere dair twit atarım	
V20	Siyasi konularda görüşüm ile uyuşan popüler gündem #hashtagları ile paylaşım yaparım	
2. POLİTİKA TAKİP BOYUTU		Cronbach Alfa: ,898
V40	Twitter üzerinden siyasi gündemi takip ederim	
V23	Twitter üzerinden siyasilerin kamuoyu açıklamalarını takip ederim	
V17	Twitter üzerinden muhalefet partilerinin politikalarını takip ederim	
V16	Hükümetin ülke yönetimine ilişkin politika/hizmetlerini Twitter'da takip ederim	
3. YEREL YÖNETİM ve YARDIM BOYUTU		Cronbach Alfa: ,845
V22	Siyasal faaliyetlerde kullanılmak üzere twitter üzerinden toplanan yardımlara destek veririm.	
V37	Twitter'da yerel yönetimlerle ilgili siyasi tartışmalara katılırım	
V30	Yerel seçim sürecinde belediye başkan adaylarına dair paylaşımları beğenirim/retweet ederim.	
V15	Yerel seçim sürecinde belediye başkan adaylarına dair paylaşımlarda bulunurum.	
4. PROPAGANDA, YÜRÜYÜŞ ve GREV BOYUTU		Cronbach Alfa: ,836
V14	Yasal olarak izin verilmiş gösteri, yürüyüş etkinliklerine twitter üzerinden destek veririm	
V18	Propaganda amaçlı afiş paylaşımlarına destek veririm	
V33	Propaganda amaçlı bildiri, gazete, dergi vb. haberlere destek veririm	
V9	Boykot paylaşımlarına destek veririm	
5. SİYASAL TARTIŞMALARA KATILMA BOYUTU		Cronbach Alfa: ,812
V32	Twitterda fenomen hesaplarla siyasi konuları tartışırım	
V26	Twitterda "takip etmediklerimle/beni takip etmeyenlerle" siyasi konuları tartıştığım olur	
V27	Twitterda anonim hesaplarla siyasi konuları tartışırım	

ANKET FORMU

TWITTER'DA SİYASAL KATILIM ÖLÇEĞİ		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılmakla Katılmama Arasındayım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Twitter üzerinden siyasi gündemi takip ederim	1	2	3	4	5
2	Twitter'da "takip etmediklerimle/beni takip etmeyenlerle" siyasi konuları tartıştığım olur	1	2	3	4	5
3	Twitter'da anonim hesaplarla siyasi konuları tartışırım	1	2	3	4	5
4	Kamu düzeni, siyaset ve yönetimle ilgili konularda sesimi duyurmak istediğimde TWIT atanm.	1	2	3	4	5
5	Twitter'da yerel yönetimlerin hizmetleri hakkında tartışırım	1	2	3	4	5
6	Hükümetin ülke yönetimine ilişkin politika/hizmetlerini Twitter'da takip ederim	1	2	3	4	5
7	Twitter üzerinden muhalefet partilerinin politikalarını takip ederim	1	2	3	4	5
8	Yerel seçim sürecinde belediye başkan adaylarına dair paylaşımlarda bulunurum.	1	2	3	4	5
9	Twitter'da yerel yönetimlerle ilgili siyasi tartışmalara katılırım	1	2	3	4	5
10	Yerel seçim sürecinde belediye başkan adaylarına dair paylaşımları beğenirim/retweet ederim.	1	2	3	4	5
11	Twitter'da muhalefet ile ilgili siyasi tartışmalara katılırım	1	2	3	4	5
12	Yasal olarak izin verilmiş gösteri, yürüyüş etkinliklerine Twitter üzerinden destek veririm	1	2	3	4	5
13	Twitter'da fenomen hesaplarla siyasi konuları tartışırım	1	2	3	4	5
14	Twitter'da hükümet ile ilgili siyasi tartışmalara katılırım	1	2	3	4	5
15	Genel seçim sürecinde siyasi partilere dair paylaşımları beğenirim/retweet ederim	1	2	3	4	5
16	Haber sayfası hesaplarına, siyasi haber ve yorumlara ilişkin kişisel düşüncelerimi iletirim	1	2	3	4	5
17	Siyasi konularda görüşüm ile uyuşmayan popüler gündem #hashtagları ile paylaşım yaparım	1	2	3	4	5
18	Twitter üzerinden siyasilerin kamuoyu açıklamalarını takip ederim	1	2	3	4	5
19	Twitter'da hükümetin hizmetleri hakkında tartışırım	1	2	3	4	5
20	Hak gaspını protesto etmek veya hak talebinde bulunmak amacıyla yapılan bir eyleme, Twitter üzerinden destek veririm	1	2	3	4	5
21	Boykot paylaşımlarına Twitter üzerinden destek veririm	1	2	3	4	5
22	Twitter üzerinden yerel yönetimlerin hizmetlerini takip ederim	1	2	3	4	5
23	Referandum sürecinde kendi görüşümü yansıtan kararı destekleyici paylaşımlarda bulunurum	1	2	3	4	5
24	Siyasi konularda görüşüm ile uyuşan popüler gündem #hashtagları ile paylaşım yaparım	1	2	3	4	5
25	Propaganda amaçlı afiş paylaşımlarına Twitter üzerinden destek veririm	1	2	3	4	5
26	Twitter'da güncel siyasi tartışmalara katılırım	1	2	3	4	5
27	Kamu düzeni, siyaset ve yönetimle ilgili konularda sesimi duyurmak istediğimde hashtag paylaşımları ile popüler gündemlere dair twit atanm	1	2	3	4	5
28	Genel seçim sürecinde siyasi parti liderlerine dair paylaşımlarda bulunurum	1	2	3	4	5
29	Sendika tarafından düzenlenen grevlere Twitter üzerinden destek veririm	1	2	3	4	5
30	Siyasetçilere gündemdeki siyasi konulara ilişkin direkt mesaj (DM) gönderirim	1	2	3	4	5
31	Siyasal faaliyetlerde kullanılmak üzere Twitter üzerinden toplanan yardımlara destek veririm.	1	2	3	4	5
32	Propaganda amaçlı bildiri, gazete, dergi vb. haberlere Twitter üzerinden destek veririm	1	2	3	4	5
33	Siyasi konularla alakalı paylaşımlarımda, siyasilerin hesaplarını ETİKETLERİM	1	2	3	4	5
34	Kamu düzeni, siyaset ve yönetimle ilgili konularda sesimi duyurmak istediğimde etkili siyasi isimlerin hesaplarını etiketleyerek/menşinlayarak twit atanm.	1	2	3	4	5
35	Siyasal konulardaki e-imza kampanyalarına katılırım	1	2	3	4	5
36	Yasal olmayan gösteri, yürüyüş etkinliklerine Twitter üzerinden destek veririm*	1	2	3	4	5
37	Twitterda takip ettiklerimle/beni takip edenlerle siyasi konularda tartışırım	1	2	3	4	5
38	Kamu düzeni, siyaset ve yönetimle ilgili konularda sesimi duyurmak istediğimde Twitter'ın siyasal katılım noktasında etkili bir mecra olduğunu düşünmem*	1	2	3	4	5
39	Twitter'da yapılan güncel siyasetle ilgili anketlere görüş bildiririm	1	2	3	4	5

EK 3: Twitter’da Siyasal Katılım Ölçeği’ni Kullanmak İçin Alınan İzin



EK 4: Araştırmaya İlişkin Etik Kurul Kararı

HİZMETE ÖZEL



T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
HUKUK MÜŞAVİRLİĞİ

Sayı : E-87347630-659-449015

08.12.2022

Konu : Etik Kurul İzni- Yıldırım ADIYAMAN

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : 05.12.2022 tarih ve 441102 sayılı yazınız.

İlgide kayıtlı yazınız ile bildirilen başvuru, Üniversitemiz Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulunun 06/12/2022 tarihli toplantısında değerlendirilmiş ve toplantıda alınan 11 sayılı karar ile; Enstitünüz Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Kamu Yönetimi tezli yüksek lisans programı öğrenci Yıldırım ADIYAMAN'ın, "*Bir Siyasal Toplumsallaşma Aracı Olarak Sosyal Medya ve Hakaret Suçu İlişkisi*" başlıklı çalışmasının etik açıdan uygun olduğuna karar verilmiş olup, alınan karar Makamımızca onaylanmıştır.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Prof.Dr. Nükhet HOTAR
Rektör