

## İNTERNETİN POLİTİK KATILIMA ETKİSİ

Sibel ERDOĞAN DEMİR<sup>1</sup>

### Özet

İnternet günümüzde en etkili kitle iletişim araçlarından biridir. Bu çalışmada internetin ve sosyal medyanın kişilerin politik tutumları ve davranışları üzerindeki etkileri incelenmiştir. Araştırmada enformasyon teknolojisi, politik katılım gibi konular üzerinde durulmuştur. Bu anlamda 68 kadın, 62 erkek olmak üzere toplamda 130 kişiye anket çalışması uygulanmıştır.

**Anahtar kelimeler:** İnternet, sosyal medya, kolektif eylem, politik katılım, sivil toplum.

## EFFECT OF INTERNET TO POLITIC PARTICIPATION

### Abstract:

Nowadays, internet is one of the most effective instrument of mass media. This study's aim is to investigate effects of internet and social media on political behaviour and attitude of individuals. This study including information technology, political participation, etc. In this sense, the survey conducted including 68 female, 62 male in total 130 user of internet.

**Key words:** Internet, social media, collective action, political participation, civil society.

### Giriş

Günümüzde enformasyon teknolojisinin gelişimiyle birlikte toplumun pek çok alanında çeşitli değişimler meydana gelmiştir. Bilgisayar teknolojilerinin toplumlarda yayılması ile birlikte ekonomik, siyasi, dini vb. örgütlenmeler ya da bu konular hakkında yapılan bilgi paylaşımları daha önceki dönemlerden çok daha fazla kullanıcıya ulaşma imkanı bulmuştur. Bu durum yeni bir tür medyanın gelişimini yansıtmaktadır. Arslan (2012)'a göre, medya toplumdaki en etkin güç merkezlerinden bir tanesidir. Toplumdaki bireylerin tutum ve davranışlarını etkilemenin, etkilemekle de kalmayıp bunları değiştirmenin en etkin yöntem ve araçlarına sahiptir. Bu etki bireyler bazında da sınırlı kalmaz. Toplumun geneli boyutunda da olanca ağırlığıyla gözlemlenebilir. Medya, toplumun yapısını kurulu düzenini ve bireyler

---

<sup>1</sup> Mersin Üniversitesi, Fen- Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, sblerdoan@gmail.com

arasında cereyan eden toplumsal ilişkileri yeniden yaratma, yeniden şekillendirme, yeniden üretme ve yorumlama gücüne ve yeteneğine sahiptir. Semboller, işaretler, sayılar, sözcükler ve resimlerden ya da bunların bileşkesinden oluşan iletiler yalnızca mesaj taşımazlar. Aynı zamanda insanların dünyasını yeniden şekillendirip yorumlar, ona yeni boyutlar kazandırır (Arslan, 2012:105). Günümüzde en yaygın kullanılan kitle iletişim araçlarından birisi de internet ve bu yolla oluşturulan sosyal ağlar, dolayısıyla sosyal medyadır. Sosyal medya yoluyla bilginin yayılması, sunumu, kullanımını diğer kitle iletişim araçlarına kıyasla çok daha farklılaşmıştır.

Günümüzde bireyler gerek iş alanı gerekse de özel alanda zamanlarının büyük bir kısmını bilgisayar başında geçirmektedirler. Bu nedenle kişilerin bilgiyi edinme, bilgiyi kullanma ya da yayma süreçleri de büyük oranda bilgisayar, dolayısıyla internet vasıtasıyla oluşmakta ve biçimlenmektedir. İnternet bu anlamda pek çok şekilde kişilerin kullanımına hizmet etmektedir. Kişiler interneti eğlence amaçlı olduğu kadar, dünyanın geri kalanından haberdar olma, bilgiyi paylaşma hatta siyasi ve ideolojik örgütlenmeler oluşturma vb. şekilde çok geniş bir yelpazede kullanabilmektedirler. Hatırlanacak olursa“Arab Baharı” olarak adlandırılan sosyal hareketlerde Al Jazeera kanalı ile birlikte Facebook, Twitter, Youtube gibi sosyal paylaşım siteleri kitleleri örgütlemeye öncü bir role sahipti (Koçgündüz, 2011). Bu durum Türkiye’de meydana gelen Gezi olayları özelinde de benzer şekilde meydana gelmiştir. Kişilerin örgütlenmesi büyük oranda Facebook, Twitter gibi sosyal paylaşım siteleri yoluyla sağlanmıştır. Bütün bu koşullar ekseninde düşünüldüğünde internetin ve dolayısıyla sosyal ağların yeni bir toplum tipi dahası yeni bir sivil toplum anlayışı yarattığı söylenebilir.

Bu araştırmada internetin ve sosyal medyanın bireylerin siyasi tutumları ve davranışları üzerine olan etkisi incelenmiştir. Bu anlamda 68 kadın, 62 erkek olmak üzere toplamda 130 internet kullanıcılarına anket çalışması uygulanmıştır.

Araştırmanın amaçları genel olarak şu sorulara cevap bulma üzerine temellenmektedir:

- Bireylerin interneti kullanma sıklıkları nelerdir?
- İnterneti yoğun olarak kullanan bireyler genellikle hangi yaş aralıklarında kümelenmektedirler?
- En fazla üye olunan sosyal paylaşım siteleri hangileridir?
- Bireyler siyasi ve ekonomik gündemi en çok hangi kanallardan takip etmektedirler?

- İnternet üzerinden edinilen güncel siyasi, ekonomik vb. haberler güvenilir bulunmakta mıdır?
- Sosyal paylaşım sitelerinin siyasi örgütlenme, kollektif eylem, muhalefet vb. olgular açısından herhangi bir katkısı var mıdır?
- Kişilerin sosyal paylaşım sitelerinde siyasi gönderi yayınladıkları zaman sahip oldukları duygusal doyumu türü nedir?
- İnternet üzerinden yapılan propagandanın genel ve yerel seçimler üzerinde etkisi var mıdır?
- Sosyal paylaşım siteleri yoluyla oluşturulan muhalif gruplar geleneksel sendikacılığın yerini alabilir mi yoksa internetteki direniş imkanları internetin kendisi gibi sanal mıdır?
- İnternet ve sosyal ağlar bireyleri toplumdan izole mi etmektedir yoksa bireylere farklı tür bir sosyalleşme mi sağlamaktadır?

Araştırma soruları katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yarayan sorulardan başlayarak, katılımcıların ekonomik durumlarını, internet kullanım sıklıklarını, sosyal paylaşım sitelerindeki faaliyetlerini, internet ve sosyal ağlar hakkında olan tutumlarını belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Araştırma içerisinde sunulan nitel veriler katılımcıların anket üzerine kendi yazdıkları ifadelerden oluşmaktadır. Bunun dışında katılımcılara ayrı bir mülakat yapılmamıştır.

### ***1. “Ağ Toplumunun Yükselişi” ve Bir Sivil Toplum Alanı Olarak Sosyal Medya***

Küresel ekonomi daha önceki uluslararasılaşma sürecinden farklı bir gerçekliktir (Carnoy ve Castells, 2001:5). Zira bu dönemde teknolojik altyapının kullanımı önceki dönemlerden çok büyük farklılıklar göstermektedir. Bu altyapı, birbirine ağlarla bağlı bilgisayar ve ileri telekomünikasyon sistemlerini, teknoloji temelli bilgiyi, insanlar, mallar ve hizmetler için hızlı ulaşım sistemlerini ve tüm bu karmaşık sistemi yöneten bilgi sürecini içermektedir (Carnoy ve Castells, 2001). Bu yeni toplum ağlarla birbirine bağlanan bilgisayar teknolojileri tarafından yönlendirilip geliştirilen bir toplumdur.

Castells'e göre, ağ toplumu mikro elektronik yapılar tarafından aktive edilen ağlar çerçevesinde oluşturulmuş sosyal yapının toplumdur ve bu toplum, dijital olarak bilgi ve iletişim sürecine tabidir. Dijital ağlar küreseldirler. Kendilerini yeniden biçimlendirme kapasitesine sahiptirler ve birbirlerine bağlanmış bilgisayar ağları yoluyla karasal ve kurumsal

sınırları aşma özelliği gösterirler. Bütün bu süreç boyunca programcıları tarafından yönetilirler (Castells, 2009). Ancak ağ teknolojileri ve örgütlenmeleri, içerisinde bulunduğu toplumun kayıtlı sosyal eğilimleri ile anlamlıdır. Küreselleşmenin itici güçleri, bilgisayarlaşma, ulaşım ve taşıma ağları vb.ni içeren bilgi sistemleri ve telekomünikasyon teknolojileri yoluyla etkili olabilmektedirler. Bu durum şimdiki süreci hız, karmaşıklık vb. yönlerden daha önceki süreçlerden ayıran bir durumdur.

Castells' e göre ağ toplumu küresel toplumdur. Ancak bu durum bütün insanların bu ağ sisteminin içerisinde olduğu anlamına gelmez. Ancak herkes bu süreçten etkilenmektedir ve sosyal yapıyı oluşturan küresel ağda yerini almaktadır. Gezegenin her köşesinde insan yaşamını kontrol altına alan ve biçimlendiren çekirdek aktiviteler küresel ağlarda örgütlenirler; finansal piyasalar, malların ve hizmetlerin ulusötesi üretim, yönetim ve dağıtım; yüksek eğitimi içeren, yüksek nitelikli emek, bilim ve teknoloji; interaktif internet ağı, çok amaçlı iletişim; kültür; sanat; eğlence; spor; küresel ekonomiyi yöneten uluslararası kurumlar ve hükümetler arası ilişkiler vb. gibi... (Castells, 2009).

Ekonomik kullanımının yanı sıra medya ve sosyal ağlar bireylerin politikaya katılımlarını da belirlemekte ve manipüle etmektedir. Medyanın kullanımı kişilerin politik alandaki yerini ve hareketini çoğu zaman üst-belirlemektedir. Raymond Aron'a göre, tek tek bireyler, gruplaşmalar karşısında hareket imkanına giderek daha az sahip olmaktadır. Hatta kitle iletişimi denen haberleşme araçlarıyla avuç içine alınmakta veya uyruk haline getirilmektedirler. Şehirlerde insanlar basın, radyo, televizyonla, kişileri bazen eğitmeye, ama daha çok eğlendirmeye ve çoklukla içinde yaşadıkları dünyanın aldatıcı bir tasvirini sunmaya yarayan usullerle bombardımana tabi tutulmaktadır (Aron, 2011:156). Ancak medya kimi zaman kişiler tarafından bir direniş ya da muhalif görüşleri ifade etme alanı olarak da kullanılabilir. Buna ek olarak yapılan araştırmalarda kişilerin hakim olarak kullandıkları medya aracının politik katılımın şeklini ya da türünü belirlediğini ortaya koymaktadır. Örneğin Kim ve Kim (2012)'e göre politik adayların değerlendirilmesinde televizyona dayalı haberlerin kullanımı adayın değerlendirilmesinde pozitif etkilerde bulunurken, aksine internet haberlerinin kullanımı negatif etkilerde bulunmuştur. Bunun yanı sıra medya haberlerinin kullanımı aktif politik katılım ve davranışları desteklerken aynı zamanda politik ilginin azalması ya da politik sinizmi artırma eğilimi de gösterebilmektedir (Kim & Kim, 2012).

Habermas (1996)'a göre, kamusal alan en iyi iletişimsel bilgi ve görüşler için bir ağ olarak tanımlanabilir ( Habermas, 1996:360). Kamusal alan, insanların yurttaşlar olarak bir araya geldikleri ve toplumun politik kurumlarını etkilemek için kendi özerk görüşlerini ifade edebildikleri yer olmasından dolayı sosyo-politik örgütlenmenin asli bir parçasıdır (Castells, 2008:78). Medya endüstriyel toplumda kamusal alanın ana parçalarından biridir ve Castells'e göre, içinde yaşadığımız toplum bir "ağ toplumu" olduğundan dolayı diğer tarihsel dönemlere kıyasla çok daha fazla medya iletişim ağları temelinde örgütlenmektedir. Dijital çağda bu durum hem kitlesel medyayı, hem interneti hem de kablosuz iletişim ağlarını içermektedir (Mcchesney 2007'den aktaran Castells, 2008: 79). Habermas'ın kamusal alan fikrinin çekirdeğinde yer alan düşünülmüş demokrasi modeli ekseninde kamu düşüncesi için daha kapsayıcı ve yeni bir forum sunma olanağı bakımından internet göze çarpan bir olgudur (Bakardjieva, 2012).

İnternet ve internet ekseninde bireylerin bilgi paylaşımlarında buldukları sosyal ağ siteleri; bireylere sınırlı bir sistemde kamusal ya da yarı kamusal bir profil oluşturmalarına izin veren, bir bağlantıyı paylaşan diğer kullanıcıların bir listesini ifade eden web temelli hizmetler olarak tanımlanabilir. Bu bağlantıların doğası ve terminolojisi siteden siteye değişebilir (Boyd & Ellison, 2008:211). Charman-Anderson (2010) sosyal medyanın anahtar karakteristikleri ise şu şekilde sıralamıştır:

- Saydamlığı, yönetimi ve güvenilirliği artan kuruluşların hesap verilebilirliğini geliştirir,
- Destekçilerin kendi aralarında olduğu kadar bireysel destekçiler ve bir birlik arasındaki ilişkiyi geliştirir,
- Bilginin –iyi ya da kötü- hızla yayılmasına izin verir, böylece hızlı ve etkili çevrimiçi ya da çevrimdışı mobilizasyona imkan tanır,
- Örgütlenmelere ve bireylere bir mekan yoluyla kamuoyu tartışmalarına katılmasını ve kamuoyu tartışmalarını geliştirmesini sağlar,
- Gücün kötüye kullanımını aydınlatmak ya da hoşnutsuzuğu dile getirmek için insanlara izin vererek muhalefet için insanlara bir platform sağlar,
- Geleneksel yöntemler aracılığıyla ulaşması zor olan nüfusun bazı kısımlarıyla örgütlenmelerin bağlantı kurmasına yardım eder,
- Yüksek derecede duyarlı, daha az hiyerarşik bir biçimde yönetilen ve bazen buna özgü sivil toplum birlikleri yaratılmasına yardım eder (Charman-Anderson, 2010:7).

Başlangıçlarından bu yana Facebook, Twitter, Myspace vb. sosyal ağlar, günlük pratiklerinin içerisinde sık sık bu ağlara bağlanmak olan, milyonlarca kullanıcıya sahiptirler. Bu anlamda kişileri ilgi ve pratikler bakımından bir araya getiren pek çok sosyal ağ mevcuttur. Bu sosyal ağların anahtar teknolojik özellikleri oldukça tutarlıyken sosyal ağlar yoluyla ortaya çıkan kültür oldukça değişkendir. Çoğu site başlangıçta var olan sosyal ağları güçlendirmeye destek verirken diğerleri birbirine yabancı olan insanlara paylaşılan ilgiler, politik görüşler ya da aktiviteler temelinde bağlantı kurmalarına yardım edebilir. Bazı siteler ortak dilsel, ırksal, dinsel ya da cinsel kimlikleri paylaşan insanları bir araya getirebilirken bazı siteler ise birbirlerinden çok farklı kitlelere hitap edebilirler (Boyd & Ellison, 2008). Bu yeni toplumsallık biçimi içerisinde, yurttaşlık ve medya arasındaki ilişkinin dönüşümü ve bizim siyasal geleceğimizin tahayyülünün yanı sıra politik katılımın yeni biçimlerinin kolaylaşması gibi iddiaları da beraberinde getirmektedir (Fenton & Barassi, 2011).

Günümüzde sosyal medya bireylerin muhalafet alanı olmasının yanı sıra aynı zamanda siyasi aktörler tarafından propaganda amaçlı da kullanılmaktadır. Ancak bu her zaman beklendiği etkiyi bırakmamış olabilir. Kushin ve Yamamoto'ya göre, politik aktörler sosyal medyayı kampanyalarında kullanmaktadırlar ve genç yetişkinler geleneksel medya haberlerine, yeni online medya haberlerinden daha az güvenmektedirler (Kushin & Yamamoto, 2010:609). Örneğin Hollanda'da 2010-2011 yerel seçimlerinde sosyal medyanın oy verme davranışında önemli bir etkisi görülmemiştir. Fakat 2010 genel seçimleri sırasında yüksek sosyal medya bağlantılı politikacılar çoğu siyasi parti içerisinde nispeten daha fazla oy almışlardır. Bir diğer örnek de Obama'nın seçim kampanyası kapsamında meydana gelmiştir. Kampanya büyük oranda sosyal medya üzerine dayanmaktaydı ve kendi web sitesinin yanında, kampanyasını yürütmek için Obama 15 sosyal medya sitesi de kullanmıştır (Effing; Hillegersberg; Huibers, 2011: 25-26). Bunun gibi Türkiye'deki politikacıların da kendi Twitter hesaplarından ya da fan sayfalarından bu tarz kampanyalar yürüttüklerini görmekteyiz.

Bu alan üzerine olan literatüre bakıldığında internetin, enformasyon ve diğer iletişim teknolojilerinin politik katılım üzerine olan etkisinin takviye ve hareketlilik hipotezleri arasındaki bir rekabeti yansıttığı görülmektedir. Takviye hipotezine göre, bilgi ve iletişim teknolojileri varolan politik gücün dağılımını desteklemektedir. Zira politik süreçte zaten etkili olan bireyler ve örgütlenmeler yerleşik çıkarlarını desteklemek için yeni teknolojinin yayılımı, tasarımını ve kullanımını kontrol edebilirler. Aksine mobilizasyon hipotezine göre ise, elitlerin çabalarına rağmen yeni iletişim teknolojileri iletişim ve bilgi kazanımlarının

maliyetini azaltacaktır ve katılım için yeni, zorlayıcı fırsatlar yaratacaktır böylece yeni grupları güçlendirecek, demokratik katılımı arttıracak ve diğer türlü nüfuz etmesi zor olan politik ağları açacaktır. Takviye ve hareketlilik hipotezlerinin karşılaştırılmasının internetin erken analizi için verimli bir temel oluşturmasına rağmen bu durum teknoloji ve katılım arasındaki karmaşık ilişkiyi maskeleymektedir böylece teorik ve deneysel gelişmeleri engellemektedir. En önemlisi iki hipotez yanlış bir ikilik oluşturmaktadır. Takviye etkisi ve hareketlilik etkisi birbirini dışlamayan bir tavra sahiptir. İnternet ulaşımı, belirli politik alanlarda; örgütlü protestolar gibi; bazı bireyleri yeni katılımcı hareketlerde yer almaları için mobilize edebilir. Aynı zamanda, diğer egemen varolan politik elitlerde internet stratejik olarak bu kişilerin politik pozisyonlarını güçlendirmek ve sürdürmek için de kullanılabilir (Stanley & Weare, 2004: 505-506).

Bunun yanı sıra, Fenton ve Barassi (2011)'ye göre, sosyal hareketlerin içinde, alternatif medyanın üretimi kolektif ritüeller ve politik mesajların kolektif yapılaştırılması üzerine temellenir. Oysa sosyal ağ pratikleri bireyselleşme ve otonomi süreçlerine bağlıdır. Bu ikisi bir araya geldiğinde, haber ya da dergilerin özel bir türüne bağlı olan kolektif kimliğe sahip, radikal muhalif politik kampanyalar yürüten muhalif gruplar aynı zamanda bu kampanyaların inşasında sosyal ağları da kullanmaktadırlar ama aracı politik katılımın bu biçimleri sık sık gerilimli bir ilişki içerisinde var olur. Bunun nedeni, sosyal medya tarafından yüceltilen kişi merkezli medya üretim pratikleridir (Fenton & Barassi, 2011: 181). Dolayısıyla internet kolektif eyleme imkan verdiği gibi bir yandan da aslında teker teker kişilerin bireyselliklerinden doğmaktadır. Bireysel görüşleri kolaylıkla ifade etme kendi içerisinde aynı fikre sahip bireyleri bir araya getirerek kolektiflik sağladığı gibi, başkalarından bağımsız, evinde yalıtılmış bir şekilde bilgisayar başında görüşlerini dile getiren atomize olmuş bireyleri de barındırmaktadır.

Ancak herşeye rağmen internetin birbirinden çok uzak insanları aynı görüşler çerçevesinde bir araya getirdiği ve kişilere bir hareketlilik sağladığı aşikardır. Şener (2007)'e göre, internet bireyler için alternatif bir medya olmasının yanı sıra özellikle “yatay iletişim”e dayanmasıyla sosyal hareketlerin haberleşme, örgütlenme ve eylem kapasitelerini arttırmakta ve küreselleşmelerine yardımcı olmaktadır. Buna ek olarak, geleneksel kitle iletişim araçlarının sermaye gruplarının ellerinde yoğunlaşması ile kamusal alanda seslerini duyurma imkanı bulamayan bireyler için internet bir örgütlenmeyi hızlandıran bir mecra olmaktadır (Şener, 2007).

Araştırma çerçevesinde yukarıda ileri sürülen görüşlerin sınanmasına ilişkin bir alan çalışması yapılmıştır. Sonraki bölümde bu çalışmada elde edilen bulgular sunulacaktır.

## **2. Verilerin Sunulması ve Analizi**

Araştırmanın alan kısmında 68'i kadın, 62'si erkek olmak üzere toplamda 130 katılımcıya anket çalışması uygulanmıştır. Katılımcıların yaş aralığına bakıldığında en büyük dilimi % 45,4'lük bir oranda 24-29 yaş aralığındaki bireyler oluştururken; ikinci sırayı %30'luk bir oranda 30-35 yaş arası bireyler oluşturmaktadır. Daha sonra sırasıyla % 15,4 18-23 yaş arası, %3,1 36-41 yaş arası, %0,8'lik eşit oranlarda 42-47 yaş, 48-53 yaş, 60 ve üzeri yaş gruplarının oluşturduğu gözlenmektedir. Katılımcıların % 70'i bekar, % 29,2'si evli ve son olarak %0,8'i de boşanmış bireylerden oluşmaktadır.

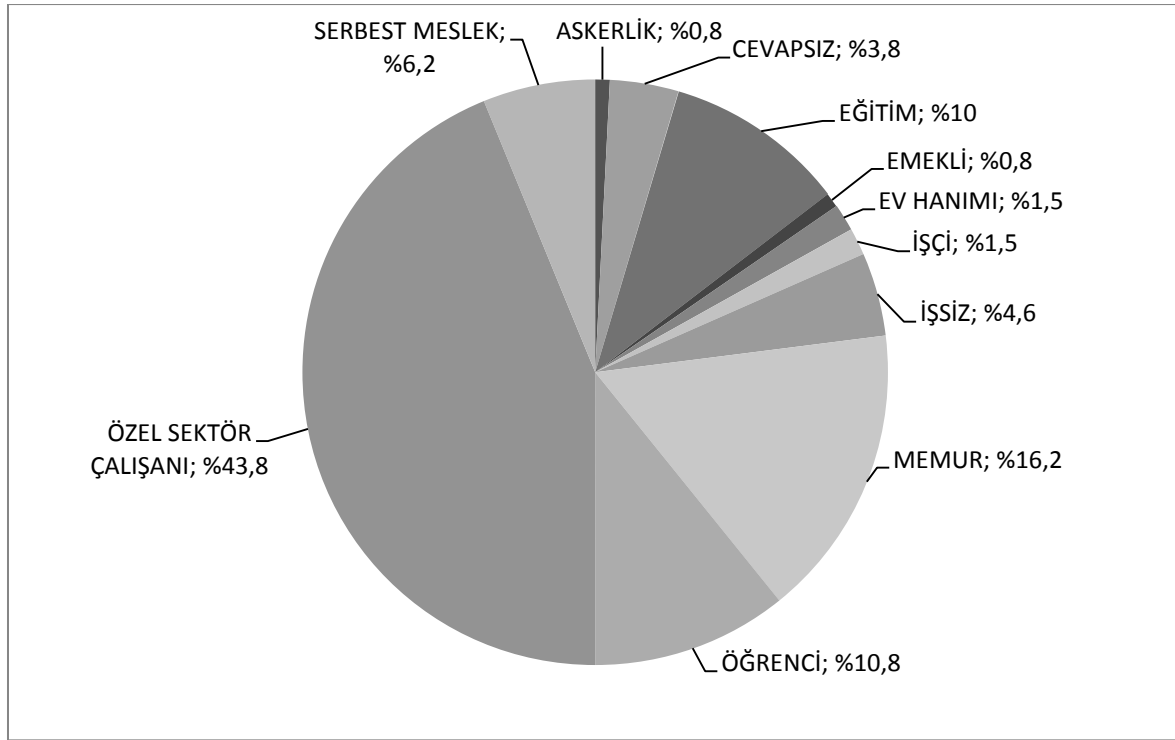
Katılımcıların eğitim durumuna bakıldığında ise %63,1'lik bir oranda üniversite mezunları ilk sırayı almaktadır. İkinci sırayı ise %19,2'lik bir oranda yüksek lisans mezunları işgal etmektedir. Bunları sırasıyla %9,2 lise, %4,6 doktora, %2,3 ortaokul ve son olarak % 1,5 ilkokul cevapları izlemektedir.

Katılımcılara ne işle meşgul oldukları sorulduğunda genel dağılım Grafik 1'deki gibi gözlenmiştir.

### **Grafik 1:**

#### **Katılımcıların meşgul oldukları işler**





Buna göre, katılımcıların %43,8'i özel sektörde çeşitli işlerle meşgul olan bireylerden oluşmaktadır. Özel sektörde çalışan bireylerin özelde iş dağılımına bakıldığında bu işler arasında yöneticilik, yönetici asistanlığı, sigorta, çağrı merkezi müşteri temsilcileri, bilgi-işlem, aile danışmanlığı, halkla ilişkiler, insan kaynakları yönetimi, mühendislik, mimarlık, teknisyenlik, web tasarımı, satış-pazarlama vb. işler bulunmaktadır. Katılımcıların en geniş ikinci dilimi olan %16,2'lik kısmı ise memurlardan oluşmaktadır. Üçüncü sırayı %10,8'lik bir dilimle öğrenciler alırken, bunları sırasıyla %10 eğitim çalışanları, % 6,2 serbest meslek sahipleri, %4,6 işsiz, %1,5'lik eşit oranlarda ev hanımı ve işçi, %0,8 askerlik gibi mesleki gruplar izlemektedir. Cevapsız sayısı ise %3,8 civarındadır.

Katılımcılara kendilerini ait hissettikleri gelir grubu sorulduğunda % 59,2'lik bir kesim "orta" düzey seçeneğini belirtirken, %20'lik bir kesim "orta-altı", %10,8'lik bir kesim "üst", %10'luk bir kesim ise "alt" seçeneğini belirtmişlerdir. İnternet kullanım sıklığının yaşa göre dağılımı Tablo 1'de sunulduğu gibi gözlenmiştir.

**Tablo 1: İnternet Kullanım Sıklığının Yaşa Göre Dağılımı**

Yaş	E
-----	---

		Cevapsız	arası	24-29 yaş arası	arası	30-35 yaş arası	36-41 yaş arası	42-47 yaş arası	48-53 yaş arası	arası	60 ve üzeri	
Her gün	Sayı	3	18	58	38	4	1	1	2	1	126	
	% İnternet Kullanımınızın sıklığı nedir?	2,4%	14,3%	46,0%	30,2%	3,2%	,8%	,8%	1,6%	,8%	100,0%	%
	% Yaş	100,0%	90,0%	98,3%	97,4%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	96,9%
Haftada birkaç kere	Sayı	0	2	1	0	0	0	0	0	0	3	
	% İnternet Kullanımınızın sıklığı nedir?	,0%	66,7%	33,3%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	%
	% Yaş	,0%	10,0%	1,7%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	2,3%
Hemen hemen hiç	Sayı	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	
	% İnternet Kullanımınızın sıklığı nedir?	,0%	,0%	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	%
	% Yaş	,0%	,0%	,0%	2,6%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,8%
Toplam	Sayı	3	20	59	39	4	1	1	2	1	130	
	% İnternet Kullanımınızın sıklığı nedir?	2,3%	15,4%	45,4%	30,0%	3,1%	,8%	,8%	1,5%	,8%	100,0%	%
	% Yaş	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	%

Tablo 1.'e göre, her gün internet kullandığını söyleyen en geniş %46'lık bir kesimin 24-29 yaş arası bireylerden oluştuğu görülmektedir. Bu yaş aralığındaki bireylerin %98,3'ü her gün internet kullandıklarını belirtmişlerdir. İkinci sırayı ise %29,2'lik bir oranla 30-35 yaş arası bireyler oluşturmaktadır.

Katılımcıların internet kullanım sıklığına bakıldığında %96,9'luk bir kesim interneti her gün kullandıklarını belirtmişlerdir. Geri kalan %2,3'lük bir kesim interneti haftada birkaç kere kullandıklarını belirtirken, %0,8'lik bir kesim ise “Hemen hemen hiç” seçeneğini tercih etmişlerdir.

İnterneti her gün kullandığını belirten katılımcılara günlük kullanım süreleri sorulduğunda ise en büyük dilimi %68,5'lik bir oranda “1-5 saat arası” seçeneği oluştururken

ikinci sırayı ise %23,8’lik bir oranda “6-11 saat arası” seçeneği almaktadır. Buna ek olarak % 3,1’lik bir kesim “12-17 saat arası” seçeneğini belirtirken, katılımcıların %4,6’sı bu soruyu cevapsız bırakmışlardır.

Katılımcıların %93,1’i çeşitli sosyal paylaşım sitelerine üye olduklarını belirtmişlerdir. Katılımcılara hangi sosyal paylaşım sitelerine üye oldukları sorulduğunda ise Tablo 2’deki bilgilere ulaşılmıştır. “Diğer” seçeneğini tercih eden katılımcıların genel olarak belirttikleri siteler ise Academia, Foursquare, LinkedIn, Mynet, Skype, Tumblr olarak gözlenmiştir.

**Tablo 2: Üye Olunan Sosyal Paylaşım Siteleri**

Sosyal Paylaşım Siteleri	Sayı	Yüzde
Facebook	113	86,9
Twitter	76	58,5
Friendfeed	2	1,5
Googleplus	22	16,9
Myspace	7	5,4
Instagram	53	40,8
Diğer	30	23,1

Katılımcılara siyasi, ekonomik vb. gündemi en çok hangi kaynaklardan takip ettikleri sorulduğunda %36,9’luk bir oranda “İnternet haber siteleri” cevabı gelirken, ikinci sırayı ise %33,1’lik bir oranla “Sosyal medya (Facebook, Twitter vb.)” cevabı almıştır. Bunu % 13,8’lik bir oranla “Televizyon” seçeneği, %6,2’lik bir oranla ise “Gazete” seçeneği takip etmektedir.

Tablo 3’te katılımcıların gündemi takip ettikleri kanalların cinsiyetlere göre değişimi sunulmaktadır. Tabloya bakıldığında gündemi en çok internet haber sitelerinden takip ettiklerini belirten katılımcıların 21’ini kadınlar oluştururken 28’ini erkeklerin oluşturduğu görülmektedir. Kadınların toplamda %30,9’u internet haber siteleri şikkını belirtirken, bu oran erkeklerde %43,5’i göstermektedir. Diğer taraftan kadınların %33,8’lik bir kesiminin gündemi en çok Facebook, Twitter gibi sosyal medya araçlarından takip ettikleri görülmektedir. Buna ek olarak erkeklerin %43,5’lik en geniş kesiminin ise gündemi internet haber sitelerinde takip ettiklerini söyledikleri görülmektedir. Aynı maddede kadınların oranına bakıldığında ise %30,9’luk bir oran göze çarpmaktadır. Aynı soruya verilen yanıtların katılımcıların eğitim durumuna göre dağılımına bakıldığında ise üniversite mezunu olduğunu belirten katılımcıların %42,7’lik en geniş kesiminin “İnternet haber siteleri” seçeneğini

belirttiği görülürken yüksek lisans mezunlarının %48'inin "Sosyal medya (Facebook, Twitter gibi) seçeneğini belirttikleri gözlenmiştir.

**Tablo 3: Siyasi, Ekonomik vb. Gündemin Takip Edildiği Kanallar**

		Cinsiyet		Toplam
		Kadın	Erkek	
Cevapsız	Sayı	2	1	3
	% Takip edilen kanal	66,70%	33,30%	100,00%
	% Cinsiyet	2,90%	1,60%	2,30%
Televizyon	Sayı	12	6	18
	% Takip edilen kanal	66,70%	33,30%	100,00%
	% Cinsiyet	17,60%	9,70%	13,80%
Gazete	Sayı	4	4	8
	% Takip edilen kanal	50,00%	50,00%	100,00%
	% Cinsiyet	5,90%	6,50%	6,20%
Sosyal medya (Facebook,	Sayı	23	20	43
	% Takip edilen kanal	53,50%	46,50%	100,00%

Twitter gibi)	% Cinsiyet	33,80%	32,30%	33,10%
İnternet haber siteleri	Sayı	21	27	48
	% Takip edilen kanal	43,80%	56,20%	100,00%
	% Cinsiyet	30,90%	43,50%	36,90%
Diğer	Sayı	0	3	3
	% Takip edilen kanal	0,00%	100,00%	100,00%
	% Cinsiyet	0,00%	4,80%	2,30%
Gazete, sosyal medya, internet haber siteleri	Sayı	1	0	1
	% Takip edilen kanal	100,00%	0,00%	100,00%
	% Cinsiyet	1,50%	0,00%	0,80%
Sosyal medya ve internet haber siteleri	Sayı	3	0	3
	% Takip edilen kanal	100,00%	0,00%	100,00%
	% Cinsiyet	4,40%	0,00%	2,30%
Gazete ve internet haber siteleri	Sayı	0	1	1
	% Takip edilen kanal	0,00%	100,00%	100,00%
	% Cinsiyet	0,00%	1,60%	0,80%
Televizyon ve gazete	Sayı	2	0	2
	% Takip edilen kanal	100,00%	0,00%	100,00%
	% Cinsiyet	2,90%	0,00%	1,50%
Toplam	Sayı	68	62	130
	% Takip edilen kanal	52,30%	47,70%	100,00%
	% Cinsiyet	100,00%	100,00%	100,00%

Katılımcılara internet üzerinden okudukları haberleri güvenilir bulup bulmadıkları sorulduğunda %31,5’lik bir kesim “Kısmen güvenilir buluyorum” seçeneğini işaretlerken, bunu %29,2’lik bir oranda “Hayır” seçeneği izlemektedir. Katılımcıların %20’lik bir kesimi “Evet” seçeneğini belirtirken, %11,5’lik bir kesim ise “Bir fikrim yok” seçeneğini belirtmişlerdir.

İnternet üzerinden okudukları haberleri güvenilir bulduğunu belirten katılımcıların bunun nedeni sorulduğunda buna ilişkin görüşleri aşağıdaki gibi gözlenmiştir:

- “Çok çeşitli haber var. Doğru/yanlış karşılaştırma olanağı mevcut.” (Yaş:29, Kadın)
- “İnsanlar bir şeylerden korkmadan doğru haberi aktarıyorlar. Baskı yok. Yasak yok. Yalan yok.” (Yaş: 27, Kadın)

- *“Belgeleyici, açık ve net bir şekilde sunuluyor ve tv haberleri kısıtlayabiliyor.”*(Yaş:27, Erkek)
- *“Şahıslar paylaşıyor. Tarafsız olduğu gazetelere nispeten daha aşikar”*(Yaş:22, Kadın)
- *“Şu an bulunduğumuz ortamda hiçbir haber kanalı korkmadan gerçekleri yayınlamıyor.”* (Yaş:18, Kadın)

Genel olarak internet üzerinden okuduğu haberleri güvenilir bulunduğunu belirten katılımcıların ifadelerine bakıldığında ortak eğilim katılımcıların internette pek çok kaynak üzerinden bilgiyi karşılaştırma imkanlarının genişliği yönündedir. Buna ek olarak katılımcılar internet üzerinden edindikleri bilgileri tv ya da gazetede edindikleri bilgilerden daha objektif bulduklarını belirtmektedirler.

İnternet üzerinden edindikleri bilgileri güvenilir bulmadıklarını belirten bazı katılımcıların ifadeleri ise şu şekilde gözlenmiştir:

- *“Herkes kendi çıkarlarına göre haberleri çarpıtıyor.”*(Yaş:31, Erkek)
- *“Bilen de bilmeyen de fikir beyan ediyor.”* (Yaş:31, Erkek)
- *“Güvenilir olduğunu düşünmemekle birlikte sadece göstermek istedikleri gibi gösterdiklerini, işine geleni anlattıklarını düşünüyorum.”* (Yaş: 23, Kadın)
- *“Objektif bakamıyorlar. Olaylar karşısında herkes kendi safını tutuyor. Sağlıklı güvenilir eleştiri, yorum, haber yapılmıyor.”* (Yaş:23, Kadın)
- *“Sanal alemde yazmanın bir kuralı o çünkü, korkaklar cesur, pintiler eli açık, karakersizler ise iyi niyetli olarak gösterilebiliyor”* (Yaş: 28, Erkek)
- *“Teyide muhtaç haberler net bilgi olarak sunuluyor. Haber kaynağı nesnel davranmıyor, hedef kitleyi benimsediği siyasal görüşe göre manipule etmeyi amaçlıyor”* (Yaş: 36, Erkek)

İnternette edindikleri bilgileri güvenilir bulmadıklarını belirten katılımcıların görüşlerine bakıldığında genel olarak bilgilerin objektif olmadığı ve ideolojiye göre değiştirildiği yönünde ifadelerin olduğu görülmektedir.

İnternetin ve sosyal paylaşım sitelerinin siyasi örgütlenme açısından herhangi bir katkısı olup olmadığı sorulduğunda katılımcıların %82,3'lük bir kısmı bu soruya “Evet” cevabını verirken, %6,9'luk bir kesim “Hayır”, %5,4'lük bir kesim ise “Bir fikrim yok.”

cevabını vermişlerdir. İnternetin siyasi örgütlenme bakımından katkısı olduğunu düşünen katılımcıların bu soruya ilişkin verdikleri yanıtlar aşağıdaki gibi gözlenmiştir:

- *“Bilgiler çok daha fazla ve hızlı yayılabilir; çok daha kolay insanlar biraraya gelebilir”* ( Yaş:29, Kadın)
- *“Ortak düşünceleri paylaşan bireylerin birbirlerine daha kolay ulaşması...”* (Yaş:30, Kadın)
- *“Gezi Parkı iyi bir örnektir.”* (Yaş:27, Kadın)
- *“İnsanların örgütlenmesi birinci ağızdan ve hızlı bir şekilde gerçekleşiyor.”* (Yaş: 30, Kadın)
- *“2013 yılında yaşanan toplumsal olaylarda etkisi görüldü.”* (Yaş: 36, Erkek)
- *“Gezi olayları vb. olaylarda sosyal paylaşım siteleri tepkiyi katlamıştır. İnsanlar masa başında da olsa örgütlenmişlerdir.”* (Yaş:36, Kadın)

Genel olarak katılımcıların ifadelerine bakıldığında internetin siyasi örgütlenme üzerine olan etkisinin bilginin yayılma ve paylaşılma hızından ve anlık zaman dilimlerinde çok fazla insana ulaşma imkanı vermesinden kaynaklandığı dile getirilmektedir.

İnternetin ve sosyal paylaşım sitelerinin siyasi örgütlenme üzerinde herhangi bir katkısı olmadığını dile getiren bazı katılımcıların ifadeleri ise şu şekilde gözlenmiştir:

- *“Herkes çalışmak zorunda. Her an her yerde olamıyor.”* (Yaş:27, Kadın)
- *“O kadar güvenilir değil.”* (Yaş:28, Kadın)
- *“Yoktur olsa bile bunun olasılığı ancak like sayısı 10000 ancak icraattaki kişi sayısı 10 olur bence...”* (Yaş: 25, Erkek)
- *“Bu tip siteler siyasi örgütlenme için hiçbir zaman yeterli değildir.”* (Yaş:29, Erkek)
- *“Türkiye’de hala internet kullanımı yeterince yaygın değil.”* (Yaş:18, Kadın)

Genel olarak internetin ve sosyal ağların siyasi örgütlenme açısından herhangi bir katkısı olmadığını düşünen katılımcıların belirttiklerine bakıldığında sanal dünyada örgütlenen bu tip hareketlerin yeterli ve gerçekçi olmadığı, sosyal paylaşım siteleri yoluyla yapılan örgütlenmelerin güvenilir olmadığı gibi sonuçlara ulaşılmaktadır.

İnternetin siyasi katılımı artırma yönünde herhangi bir etkisi olup olmadığı sorulduğunda ise katılımcıların % 40’lık bir kesimi “Çok etkilidir” seçeneğini belirtmişlerdir. Daha sonra bu cevap sırasıyla %35,4 “Etkilidir.”, %16,9 “Biraz etkilidir.”, %5,4 “Çok az etkilidir.” ve son olarak %0,8 “Etkisi yoktur.” cevaplarını izlemiştir.

Katılımcılara buna ek olarak internet üzerinden yapılan propagandanın caydırıcılık açısından herhangi bir etkisi olup olmadığı sorulmuştur. Buna göre, katılımcıların %36,9'luk en geniş kesimi "Etkilidir" cevabını verirken bunu %26,2 "Biraz etkilidir", %15,4 "Çok etkilidir", %14,6 "Çok az etkilidir", %4,6 "Etkisi yoktur" cevapları izlemiştir.

Katılımcılara sosyal paylaşım siteleri yoluyla örgütlenmiş siyasi bir etkinliğe katılıp katılmadıkları sorulmuş ve katılımcıların %60,8'i buna "Hayır" yanıtını, %36,9'luk bir kesimi ise "Evet" cevabını vermişlerdir. İnternet kullanım sıklığı ve sosyal paylaşım siteleri yoluyla örgütlenmiş siyasi etkinliklere katılım arasındaki ilişkiye bakıldığında ise sosyal paylaşım siteleri yoluyla örgütlenmiş siyasi etkinliklere katıldığını belirten %36,9'luk kesimin tümünün interneti her gün kullandığını belirten katılımcılardan oluştuğu görülmüştür.

Buna ek olarak, katılımcılara sosyal paylaşım sitelerinde güncel politikaya ilişkin gönderileri ne sıklıkla yayınladıkları sorulmuştur. Katılımcıların en geniş %41,5'lik bir kesimi bu soruya "Arada sırada" cevabını verirken bunu sırasıyla %27,7 "Hemen hemen hiçbir zaman", %23,1 "Sıklıkla", %6,9 "Her zaman" cevapları izlemiştir.

Katılımcılara sosyal paylaşım sitelerinde ya da diğer sanal ortamlarda siyasi bir gönderi yayınladıkları zaman bunun kendilerinde meydana getirdiği duygusal durum sorulmuştur. Bu soruya katılımcıların % 40,8'lik en geniş kesimi "Sorumluluk hissi" cevabını vermişlerdir. İkinci sırayı %20'lik bir oranda "Siyasi gönderi yayınlamam" cevabı alırken, %6,2'lik bir kesim "Siyasi katılımın verdiği motivasyon" seçeneğini tercih etmişlerdir. Buna ek olarak %1,5'lik bir kesim "Siyasi katılımın verdiği motivasyon" ve "Siyasi gündem üzerinde kontrol seçeneklerini belirtmişlerdir. Daha sonra %0,8'lik eşit oranlarda "Korku hissi", "Korku ve siyasi gündem üzerinde kontrol hissi", "Sorumluluk ve siyasi katılımın verdiği motivasyon hissi" ve son olarak "Sorumluluk ve korku hissi" cevapları alınmıştır. %16,9'luk bir kesim ise bu soruya yanıt vermemiştir.

İnternet yoluyla yapılan propagandanın genel seçimler üzerinde herhangi bir etkisi olup olmadığı sorulduğunda katılımcıların % 31,5'i bu soruya "Etkilidir" yanıtını vermiş ve bunu sırasıyla % 30,8 "Biraz etkilidir.", %17,7 "Çok az etkilidir.", %12,3 "Çok etkilidir." ve son olarak %6,9 "Etkisi yoktur" cevapları izlemiştir. Katılımcılardan aynı soruyu yerel seçimler ekseninde değerlendirmeleri istendiğinde ise, %30'luk eşit oranlarda "Etkilidir" ve "Biraz etkilidir" cevapları alınmıştır. Buna ek olarak % 20,8'lik bir kesim "Çok az etkilidir" cevabını verirken, %11,5'lik bir kesim "Çok etkilidir" ve son olarak % 6,9'luk bir kesim ise "Etkisi yoktur" cevabını vermiştir.



Tablo 4’te katılımcıların internet yoluyla yapılan propagandanın genel seçimler üzerine olan etkisine verilen cevapların cinsiyetlere göre dağılımı gösterilmektedir. Tabloya bakıldığında kadınların %33,8 oranında genel seçimlerde internet yoluyla yapılan propagandanın etkili olduğu olduğu yanıtını verdikleri görülmektedir. Erkek katılımcılara bakıldığında ise erkeklerin %33,9’luk en geniş kesiminin bu soruya “biraz etkilidir” yanıtını verdikleri görülmektedir.

**Tablo 4: İnternet Yoluyla Yapılan Propagandanın Genel Seçim Sonuçları Üzerindeki Etkisi (Cinsiyet)**

		Cinsiyet		Toplam
		Kadın	Erkek	
Cevapsız	Sayı	0	1	1
	% İnternetin etkisi var mıdır?	0,00%	100,00%	100,00%
	% Cinsiyet	0,00%	1,60%	0,80%
Çok etkilidir	Sayı	8	8	16
	% İnternetin etkisi var mıdır?	50,00%	50,00%	100,00%
	% Cinsiyet	11,80%	12,90%	12,30%

Etkilidir	Sayı	23	18	41
	% İnternetin etkisi var mıdır?	56,10%	43,90%	100,00%
	% Cinsiyet	33,80%	29,00%	31,50%
Biraz etkilidir	Sayı	19	21	40
	% İnternetin etkisi var mıdır?	47,50%	52,50%	100,00%
	% Cinsiyet	27,90%	33,90%	30,80%
Çok az etkilidir	Sayı	15	8	23
	% İnternetin etkisi var mıdır?	65,20%	34,80%	100,00%
	% Cinsiyet	22,10%	12,90%	17,70%
Etkisi yoktur	Sayı	3	6	9
	% İnternetin etkisi var mıdır?	33,30%	66,70%	100,00%
	% Cinsiyet	4,40%	9,70%	6,90%
<b>Toplam</b>	Sayı	68	62	130
	% İnternetin etkisi var mıdır?	52,30%	47,70%	100,00%
	% Cinsiyet	100,00%	100,00%	100,00%

Tablo 5’te ise “internet yoluyla yapılan propagandanın genel seçimler üzerine etkisi var mıdır?” sorusunun katılımcıların eğitim durumlarına olan dağılımı belirtilmektedir. Tablo’ya bakıldığında üniversite mezunu olduğunu belirten katılımcıların en geniş %34,1’lik kesiminin “Biraz etkilidir.” yanıtını verdikleri görülmektedir. Buna ek olarak yüksek lisans mezunu olduğunu belirten katılımcıların %40’lık bir kesiminin “Etkilidir” yanıtını belirttikleri de görülmektedir.

**Tablo 5: İnternet Yoluyla Yapılan Propagandanın Genel Seçim Sonuçları Üzerindeki Etkisi (Eğitim Durumu)**

		Eğitim Durumu						Toplam
		İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniversite	Yüksek Lisans	Doktora	
Cevapsız	Sayı	0	0	0	1	0	0	1
	%İnternetin etkisi var mıdır?	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%
	% Eğitim durumu	0,00%	0,00%	0,00%	1,20%	0,00%	0,00%	0,80%
Çok etkilidir	Sayı	0	1	2	10	3	0	16
	%İnternetin etkisi var mıdır?	0,00%	6,20%	12,50%	62,50%	18,80%	0,00%	100,00%
	% Eğitim durumu	0,00%	33,30%	16,70%	12,20%	12,00%	0,00%	12,30%
Etkilidir	Sayı	1	0	3	26	10	1	41
	%İnternetin etkisi var mıdır?	2,40%	0,00%	7,30%	63,40%	24,40%	2,40%	100,00%
	% Eğitim durumu	50,00%	0,00%	25,00%	31,70%	40,00%	16,70%	31,50%
Biraz etkilidir	Sayı	0	1	3	28	5	3	40
	%İnternetin etkisi var mıdır?	0,00%	2,50%	7,50%	70,00%	12,50%	7,50%	100,00%
	% Eğitim durumu	0,00%	33,30%	25,00%	34,10%	20,00%	50,00%	30,80%
Çok az etkilidir	Sayı	0	1	3	11	6	2	23
	%İnternetin etkisi var mıdır?	0,00%	4,30%	13,00%	47,80%	26,10%	8,70%	100,00%
	% Eğitim durumu	0,00%	33,30%	25,00%	13,40%	24,00%	33,30%	17,70%
Etkisi yoktur	Sayı	1	0	1	6	1	0	9
	%İnternetin etkisi var mıdır?	11,10%	0,00%	11,10%	66,70%	11,10%	0,00%	100,00%
	% Eğitim durumu	50,00%	0,00%	8,30%	7,30%	4,00%	0,00%	6,90%
<b>Toplam</b>	Sayı	2	3	12	82	25	6	
	%İnternetin etkisi var mıdır?	1,50%	2,30%	9,20%	63,10%	19,20%	4,60%	100,00%

% Eğitim durumu	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
-----------------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------

Tablo 6’da ise aynı sorunun yerel seçimler ekseninde değerlendirilmesine yönelik yanıtların cinsiyetlere göre dağılımı sunulmuştur.

**Tablo 6: İnternet Yoluyla Yapılan Propagandanın Yerel Seçim Sonuçları Üzerindeki Etkisi (Cinsiyet)**

		Cinsiyet		Toplam
		Kadın	Erkek	
Cevapsız	Sayı	0	1	1
	%İnterneti etkisi var mıdır?	0,00%	100,00%	100,00%
	% Cinsiyet	0,00%	1,60%	0,80%
Çok etkilidir	Sayı	7	8	15
	%İnterneti etkisi var mıdır?	46,70%	53,30%	100,00%
	% Cinsiyet	10,30%	12,90%	11,50%
Etkilidir	Sayı	21	18	39
	%İnterneti etkisi var mıdır?	53,80%	46,20%	100,00%
	% Cinsiyet	30,90%	29,00%	30,00%
Biraz etkilidir	Sayı	19	20	39
	%İnterneti etkisi var mıdır?	48,70%	51,30%	100,00%
	% Cinsiyet	27,90%	32,30%	30,00%
Çok az etkilidir	Sayı	18	9	27
	%İnterneti etkisi var mıdır?	66,70%	33,30%	100,00%
	% Cinsiyet	26,50%	14,50%	20,80%
Etkisi yoktur	Sayı	3	6	9

	%İnterneti etkisi var mıdır?	33,30%	66,70%	100,00%
	% Cinsiyet	4,40%	9,70%	6,90%
<b>Toplam</b>	Sayı	68		130
	%İnterneti etkisi var mıdır?	52,30%		100,00%
	% Cinsiyet	100,00%		100,00%

Tablo 6'ya bakıldığında kadınların %30,9'luk en geniş kesiminin bu soruya "Etkilidir" yanıtını verdikleri görülmektedir. Bu durum erkeklerde ise %33,3'lük bir oranda "Biraz etkilidir" cevabında kendini göstermektedir. Aynı sorunun eğitim düzeylerine olan dağılımı ise Tablo 7'de sunulmuştur.

**Tablo7: İnternet Yoluyla Yapılan Propagandanın Yerel Seçim Sonuçları Üzerinde Etkisi (Eğitim Durumu)**

	Eğitim Durumu						Toplam	
	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniversite	Yüksek Lisans	Doktora		
Cevapsız	Sayı	0	0	0	1	0	0	1
	%İnternetin etkisi var mıdır?	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%
	% Eğitim durumu	0,00%	0,00%	0,00%	1,20%	0,00%	0,00%	0,80%
Çok etkilidir	Sayı	1	1	2	8	3	0	15
	%İnternetin etkisi var mıdır?	6,70%	6,70%	13,30%	53,30%	20,00%	0,00%	100,00%
	% Eğitim durumu	50,00%	33,30%	16,70%	9,80%	12,00%	0,00%	11,50%
Etkilidir	Sayı	1	0	3	26	9	0	39
	%İnternetin etkisi var mıdır?	2,60%	0,00%	7,70%	66,70%	23,10%	0,00%	100,00%
	% Eğitim durumu	50,00%	0,00%	25,00%	31,70%	36,00%	0,00%	30,00%
Biraz	Sayı	0	1	2	29	4	3	39

etkilidir	%İnternetin etkisi var mıdır?	0,00%	2,60%	5,10%	74,40%	10,30%	7,70%	100,00%
	% Eğitim durumu	0,00%	33,30%	16,70%	35,40%	16,00%	50,00%	30,00%
Çok az etkilidir	Sayı	0	0	4	12	8	3	27
	%İnternetin etkisi var mıdır?	0,00%	0,00%	14,80%	44,40%	29,60%	11,10%	100,00%
	% Eğitim durumu	0,00%	0,00%	33,30%	14,60%	32,00%	50,00%	20,80%
Etkisi yoktur	Sayı	0	1	1	6	1	0	9
	%İnternetin etkisi var mıdır?	0,00%	11,10%	11,10%	66,70%	11,10%	0,00%	100,00%
	% Eğitim durumu	0,00%	33,30%	8,30%	7,30%	4,00%	0,00%	6,90%
<b>Toplam</b>	Sayı	2	3	12	82	25	6	130
	%İnternetin etkisi var mıdır?	1,50%	2,30%	9,20%	63,10%	19,20%	4,60%	100,00%
	% Eğitim durumu	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Tablo 7’de görüldüğü üzere, üniversite mezunlarının %33,3’lük kesimi yerel seçimlerde internet üzerinden yapılan propaganda hakkında “Çok az etkilidir” cevabını verirken, aynı oranda lise mezunları “Etkisi yoktur”, “Biraz etkilidir” ve “Çok etkilidir” yanıtlarını vermişlerdir.

Katılımcılara araştırma ekseninde çeşitli görüşler sunulmuş ve bunlara katılıp katılmadıkları sorulmuştur. Bu anlamda katılımcılara ilk olarak “İnternet kollektif eylemi kolaylaştırır.” görüşü üzerine fikirleri sorulmuştur. Elde edilen bulgular tablo 8’deki gibidir.

**Tablo 8: Katılımcıların “İnternet Kollektif Eylemi Kolaylaştırır.” Görüşü Üzerine Fikirleri**

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
<b>Cevapsız</b>	2	1,5	1,5	1,5
<b>Kesinlikle katılıyorum</b>	38	29,2	29,2	30,8
<b>Katılıyorum</b>	70	53,8	53,8	84,6
<b>Kararsızım</b>	13	10,0	10,0	94,6

<b>Katılmıyorum</b>	6	4,6	4,6	99,2
<b>Kesinlikle Katılmıyorum</b>	1	0,8	0,8	100,0
<b>Toplam</b>	130	100,0	100,0	

Tablo 8'e bakıldığında katılımcıların en geniş %53,8'lik bir kesiminin internetin kollektif eylemi kolaylaştırdığı görüşüne "Katılıyorum" yanıtını verdikleri görülmektedir. Bunu sırasıyla %29,2 " Kesinlikle katılıyorum", %10 " Kararsızım", %4,6 "Katılmıyorum", %0,8 "Kesinlikle katılmıyorum" yanıtları izlemiştir.

Katılımcıların "İnternet ve sosyal ağlar bireyi politik yaşama katılma konusunda cesaretlendirmektedir" görüşü üzerine olan fikirleri ise Tablo 9'daki gibi gözlenmiştir.

**Tablo 9: Katılımcıların "İnternet Ve Sosyal Ağlar Bireyi Politik Yaşama Katılma Konusunda Cesaretlendirmektedir" Görüşü Üzerine Fikirleri**

	<b>Sayı</b>	<b>Yüzde</b>	<b>Geçerli Yüzde</b>	<b>Kümülatif Yüzde</b>
<b>Cevapsız</b>	1	0,8	0,8	0,8
<b>Kesinlikle katılıyorum</b>	30	23,1	23,1	23,8
<b>Katılıyorum</b>	67	51,5	51,5	75,4
<b>Kararsızım</b>	13	10,0	10,0	85,4
<b>Katılmıyorum</b>	15	11,5	11,5	96,9
<b>Kesinlikle Katılmıyorum</b>	4	3,1	3,1	100,0
<b>Toplam</b>	130	100,0	100,0	

Tablo 9'a bakıldığında katılımcıların en geniş %51,5'lik dilimini oluşturan kesimin bu soruya "Katılıyorum" yanıtını verdikleri görülmektedir. Bunu sırasıyla %23,1 "Kesinlikle katılıyorum", %11,5 "Katılmıyorum", %10 "Kararsızım" ve son olarak %3,1 "Kesinlikle katılmıyorum" cevabı izlemektedir.

Katılımcılara "İnternet yoluyla bireyler hükümetlere karşı muhalefet odağı oluşturabilirler" görüşü üzerine fikirleri sorulmuştur. Elde edilen bulgular Tablo 10'daki gibi gözlenmiştir.

**Tablo 10: Katılımcıların "İnternet Yoluyla Bireyler Hükümetlere Karşı Muhalefet Odağı Oluşturabilirler" Görüşü Üzerine Fikirleri**

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Cevapsız	3	2,5	2,5	2,5
Kesinlikle katılıyorum	30	23,1	23,1	25,4
Katılıyorum	70	53,8	53,8	79,2
Kararsızım	14	10,8	10,8	90
Katılmıyorum	11	8,5	8,5	98,5
Kesinlikle Katılmıyorum	2	1,5	1,5	100,0
Toplam	130	100,0	100,0	

Tablo 10’da görüldüğü üzere katılımcıların %53,8’lik en geniş kesimi “Katılıyorum” seçeneğini işaretlerken, ikinci sırayı %23,1’lik bir oranda “Kesinlikle katılıyorum” seçeneği almıştır. Bunları daha sonra sırasıyla %10, “kararsızım”, %8,5 “katılmıyorum” ve son olarak %1,5 “Kesinlikle katılmıyorum” seçenekleri izlemiştir.

Katılımcılara “İnternet ya da sosyal ağlarla oluşturulan muhalif gruplar geleneksel sendikacılığın yerini alacaktır” görüşü üzerine fikirleri sorulmuştur. Elde edilen bulgular Tablo 11’deki gibi gözlenmiştir.

**Tablo 11: Katılımcıların “İnternet Ya Da Sosyal Ağlarla Oluşturulan Muhalif Gruplar Geleneksel Sendikacılığın Yerini Alacaktır” Görüşü Üzerine Fikirleri**

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Cevapsız	3	2,3	2,3	2,3
Kesinlikle katılıyorum	15	11,5	11,5	13,8
Katılıyorum	36	27,7	27,7	41,5
Kararsızım	45	34,6	34,6	76,2
Katılmıyorum	26	20,0	20,0	96,2
Kesinlikle Katılmıyorum	5	3,8	3,8	100,0
Toplam	130	100,0	100,0	

Tablo 11’de de görüldüğü gibi, katılımcıların en geniş kesimini oluşturan %34,6’lık bir kesim bu görüşe “Kararsızım” yanıtını vermiştir. İkinci sırada ise %27,7’lik bir oranda “Katılıyorum” seçeneği gelirken bunu sırasıyla %20 “Katılmıyorum”, %11,5 “Kesinlikle



katılıyorum” ve son olarak %3,8’lik bir oranda ise “Kesinlikle katılmıyorum” yanıtı izlemiştir.

Katılımcılara “İnternet politik alanda bireylere etkin bir mücadele imkanı sağlamaktadır” görüşü üzerine düşünceleri sorulduğunda ise Tablo 12’deki bulgulara ulaşılmıştır.

**Tablo 12: Katılımcıların “İnternet Politik Alanda Bireylere Etkin Bir Mücadele İmkani Sağlamaktadır” Görüşü Üzerine Fikirleri**

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
<b>Cevapsız</b>	3	2,3	2,3	2,3
<b>Kesinlikle katılıyorum</b>	22	16,9	16,9	19,2
<b>Katılıyorum</b>	61	46,9	46,9	66,2
<b>Kararsızım</b>	20	15,4	15,4	81,5
<b>Katılmıyorum</b>	20	15,4	15,4	96,9
<b>Kesinlikle Katılmıyorum</b>	4	3,1	3,1	100,0
<b>Toplam</b>	130	100,0	100,0	

Tablo 12’de de görüldüğü gibi katılımcıların %46,9’luk en geniş kesimi internetin politik alanda bireylere etkin mücadele imkanı sağladığı fikrine “Katılıyorum” yanıtını vermiştir. İkinci en geniş kesim ise, %16,9’luk bir oranda “Kesinlikle katılıyorum” seçeneğini belirten katılımcılara aittir. Daha sonra sırasıyla %15,4’lük eşit oranlarda “kararsızım” ve “Katılmıyorum” yanıtı gelirken, %3,1 oranında ise “Kesinlikle katılmıyorum” yanıtına ulaşılmıştır.

Tablo 13’de “İnternetteki direniş imkanları internetin kendisi gibi sanaldır” görüşüne verilen yanıtlar sunulmaktadır.

**Tablo 13: Katılımcıların “İnternetteki Direniş İmkanları İnternetin Kendisi Gibi Sanaldır” Görüşü Üzerine Fikirleri**

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
<b>Cevapsız</b>	5	3,8	3,8	3,8
<b>Kesinlikle katılıyorum</b>	8	6,2	6,2	10,0
<b>Katılıyorum</b>	22	16,9	16,9	26,9

<b>Kararsızım</b>	16	12,3	12,3	39,2
<b>Katılmıyorum</b>	66	50,8	50,8	90,0
<b>Kesinlikle Katılmıyorum</b>	13	10,0	10,0	100,0
<b>Toplam</b>	130	100,0	100,0	

Tablo 13'e bakıldığında katılımcıların en geniş %50,8'lik bir kesiminin interneteki direniş imkanlarının internetin kendisi gibi sanal olduğu fikrine katılmadığını görmekteyiz. Bunu %16,9'luk bir oranda "katılıyorum" görüşü izlerken, %12,3'lük bir kesim "kararsızım", %10'luk bir kesim "kesinlikle katılmıyorum", %6,2'lik bir kesim ise "kesinlikle katılıyorum" seçeneğini tercih etmiştir.

Tablo 14'de ise, katılımcılara sorulan "Sosyal medya kişilerin kendilerini ifade etmelerine olanak sağlamaktadır" görüşüne ilişkin fikirleri yer almaktadır.

**Tablo 14: Katılımcıların "Sosyal Medya Kişilerin Kendilerini İfade Etmelerine Olanak Sağlamaktadır" Görüşü Üzerine Fikirleri**

	<b>Sayı</b>	<b>Yüzde</b>	<b>Geçerli Yüzde</b>	<b>Kümülatif Yüzde</b>
<b>Cevapsız</b>	4	3,1	3,1	3,1
<b>Kesinlikle katılıyorum</b>	44	33,8	33,8	36,9
<b>Katılıyorum</b>	67	51,5	51,5	88,5
<b>Kararsızım</b>	9	6,9	6,9	95,4
<b>Katılmıyorum</b>	4	3,1	3,1	98,5
<b>Kesinlikle Katılmıyorum</b>	2	1,5	1,5	100,0
<b>Toplam</b>	130	100,0	100,0	

Tablo 14'de görüldüğü üzere katılımcıların %51,5'lik en geniş kesimi bu görüşe "Katılıyorum" yanıtını vermişlerdir. %33,8'lik ikinci en geniş kesim ise "Kesinlikle katılıyorum" yanıtını vermiştir.

Tablo 15'de ise, katılımcılara "İnternet kullanımı kişileri yalnızlaştırmakta ve toplumdaki izole etmektedir" görüşü sorulduğunda elde edilen bulgular yer almaktadır.

**Tablo 15: Katılımcıların "İnternet Kullanımı Kişileri Yalnızlaştırmakta Ve Toplumdan İzole Etmektedir" Görüşü Üzerine Fikirleri**

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Cevapsız	2	1,5	1,5	1,5
Kesinlikle katılıyorum	8	6,2	6,2	7,7
Katılıyorum	30	23,1	23,1	30,8
Kararsızım	37	28,5	28,5	59,2
Katılmıyorum	42	32,3	32,3	91,5
Kesinlikle Katılmıyorum	11	8,5	8,5	100,0
Toplam	130	100,0	100,0	

Tablo 15'e bakıldığında, katılımcıların en geniş %32,3'lük kesiminin bu görüşe "katılmıyorum" yanıtını verdiği görülmektedir. Bunu sırasıyla %28,5 "kararsızım", %23,1 "katılıyorum", %8,5 "kesinlikle katılmıyorum" ve son olarak %6,2 "kesinlikle katılıyorum" cevapları izlemiştir.

Tablo 16'da ise katılımcılara "İnternet ve sosyal medya kişinin sosyalleşmesini sağlamaktadır" görüşü sorulmuş ve sunulan bulgulara ulaşılmıştır.

**Tablo 16: Katılımcıların "İnternet Ve Sosyal Medya Kişinin Sosyalleşmesini Sağlamaktadır." Görüşü Üzerine Fikirleri**

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Cevapsız	3	2,3	2,3	2,3
Kesinlikle katılıyorum	9	6,9	6,9	9,2
Katılıyorum	55	42,3	42,3	51,5
Kararsızım	41	31,5	31,5	83,1
Katılmıyorum	21	16,2	16,2	99,2
Kesinlikle Katılmıyorum	1	0,8	0,8	100,0
Toplam	130	100,0	100,0	

Tablo 16'ya bakıldığında katılımcıların en geniş %42,3 lük kısmının bu görüşe katıldığı görülmektedir. Buna ek olarak %31,5'lik bir kesim ise "kararsızım" seçeneğini belirtmişlerdir. Sonrasında %16,2'lik bir kesim "katılmıyorum" seçeneğini işaretlerken, %6,9 "kesinlikle katılıyorum", %0,8 ise "kesinlikle katılmıyorum" cevabını tercih etmiştir.

### 3. Sonuç ve Değerlendirme

Yapılan araştırma kapsamında daha önce de vurgulandığı gibi 68’i kadın, 62’si erkek olmak üzere toplamda 130 kişiye anket çalışması uygulanmıştır. Katılımcıların internet kullanımının yaşa göre dağılımında ağırlıklı olarak 24-29 yaş arası grubun her gün internet kullandığını belirtmesi ve örnekleme bakıldığında %96,9’luk bir kesimin her gün internet kullandığını belirtmesi özellikle genç kuşağın internette yoğun olarak vakit geçirdiğini göstermektedir. Katılımcılara genel olarak bakıldığında sosyal ağlardan en çok Facebook’un kullanıldığı görülmektedir. Bu anlamda bu yaş grubunun güncel politikaya ya da gündeme ilişkin haberleri en çok internet haber sitelerinden ve Facebook, Twitter gibi sosyal paylaşım sitelerinden takip ettiklerini belirtmesi günümüzde televizyonun bireylerin haber alma yöntemleri düşünüldüğünde prestijini kaybettiği ve yerini internete bıraktığı şeklinde görülebilir.

Katılımcıların internet kullanımlarının sıklığına oranla internet üzerinden okudukları haberleri güvenilir bulup bulmadıkları sorulduğunda büyük bir çoğunluğun internet üzerindeki haberlerin kısmen güvenilir olduğunu ve güvenilir olmadığını belirtmeleri de ilgi çekici bir bulgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Buna karşın katılımcıların ifadelerinden anlaşıldığı kadarıyla televizyon ya da gazeteler de bireylere güvenilir bir haber kaynağı olarak görünmemektedir.

İnternetin bilginin hızla yayılımını ve birbirinden çok farklı insanları bir araya getirmesi özelliğinden kaynaklı olarak siyasi örgütlenmeyi artırması katılımcıların büyük çoğunluğu tarafından da doğrulanmaktadır. Pek çok katılımcı bu soruya karşılık olarak “Gezi Parkı” sürecini örnek göstermiştir. Buna karşılık bazı katılımcılar ise sanal ortamda oluşturulan örgütlenmelerin hiçbir şekilde yeterli ve gerçekçi olmadığını belirtmişlerdir. Katılımcıların pek çoğunun internetin siyasi örgütlenmeyi arttırdığını düşünmesine rağmen büyük çoğunluğunun internet yoluyla örgütlenmiş her hangi bir etkinliğe katılmadığı da gözlenen bulgulardan biridir.

Sosyal ağlarda siyasi gönderi yayınlamanın kişilerde oluşturduğu duygu sorulduğunda katılımcıların çoğunluğu “Sorumluluk hissi” seçeneğini belirtmişlerdir. Buna bakılarak sosyal medyanın ve dolayısıyla internetin kişilerin siyasi katılım ihtiyaçlarını kısmen de olsa tatmin ettiği ve kişilerin kendilerini ifade etmelerine bir ortam sağladığı görülmektedir.

İnternet yoluyla yapılan siyasi propagandanın genel ve yerel seçim sonuçları üzerine etkisi sorulduğunda katılımcıların genellikle olumlu yanıtlarda yoğunlaştıkları görülmüştür. Buna karşın yüz yüze görüşmelerde ve genel oranlara bakıldığında katılımcıların yerel seçimlerde internetin önemini görece olarak daha az bulduğu, adayın niteliğine daha çok vurgu yaptıkları gözlenmiştir.

Katılımcılar genel olarak internet kullanımının kollektif eylemi kolaylaştırdığı, bireyi politik yaşama katılmak konusunda cesaretlendirdiği ve internet yoluyla hükümetlere karşı muhalefet odağı oluşturulabileceği görüşlerine olumlu yanıtlar vermişlerdir. Ancak internet üzerinden oluşturulan muhalif grupların geleneksel sendikacılığın yerini alacağı fikrine karşı kararsız kalmışlar ve genel olarak olumsuz yanıtlar vermişlerdir. Buna göre, katılımcıların internetin örgütlenme kolaylığı sağlaması fikrini kabul ettikleri ancak yine de bu tarz örgütlenmelere bir sendikacılık kadar kalıcı ve etkili gözle bakmadıkları sonucu çıkmaktadır. Ancak internetteki direniş imkanlarının sanal olduğu yönündeki soruya karşılık katılımcıların büyük oranda bu görüşe katılmadıkları da gözlenmiştir. Bu durum internet yoluyla örgütlenmenin özellikle Türkiye’de yeni bir olgu olmasına dayandırılabilir. Bir diğer etken ise internetin ulaşım alanının belirli eğitim ve sosyo-ekonomik düzeydeki ya da bölgesel düzeydeki kişilerle sınırlı kalmasıdır. Diğer toplumsal kaynaklarda olduğu gibi internet kullanımının yerel/küresel dağılımı da toplumda/toplumlarda eşit bir şekilde meydana gelmemektedir.

İlginç bir sonuç katılımcılara sosyal medyanın kişilerin kendilerini ifade etmelerine olanak tanıdığı ve internet kullanımının kişileri yalnızlaştırdığı ve toplumdan izole ettiği görüşleri sorulduğunda gözlenmiştir. Buna göre, katılımcıların büyük bir çoğunluğu sosyal medyanın kişilerin kendilerini ifade etmelerine olanak sağladığı görüşlerini desteklerken internetin kişileri yalnızlaştırdığı ve toplumdan izole ettiği görüşüne karşı daha çekimser cevaplar verdikleri gözlenmiştir. Bu görüşe katılımcıların çoğunluğunu oluşturan grup tarafından olumsuz yanıtlar verilmiştir ancak olumlu yanıt verenlerin ya da kararsız olanların oranı toplamda olumsuz yanıt verenlerden daha yüksektir. Bu durum internetin kişilere belirli bir tür sosyallik tanıdığı ancak yine de kişileri bir yandan da izole ettiği şeklinde yorumlanabilir.

**KAYNAKÇA:**

Aron, R. (2011) “*Demokrasi ve Totalitarizm*”, Kadim Yayınları, 2. Basım, Ankara.

Arslan, D.,A. (2012) “*Sosyoloji ve Yöntem Yazıları*”, Kalkan Matbaacılık, Mersin.

Bakardjieva, M. (2012) “*SUBACTIVISM: Lifeworld and Politics in the Age of the Internet*”, (Feenberg,A.; Friedsen, N. Edt., (Re)Inventing The Internet, Critical Case Studies içinde), Sense Publishers, Rotterdam.

Boyd, D.,M.; Ellison, N.,B. (2008) “*Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*”, Journal of Computer-Mediated Communication 13:210-230.

Carnoy, M. & Castells, M. (2001) “*Globalization, the knowledge society, and the Network State: Poulantzas at the millennium*”, Global Networks 1: 1- 18.

Castells, M (2008) “*The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance*”, Annals of the American Academy of Political and Social Science, Vol. 616: 78-93.

Castells, M. (2009) “*Communication Power*”, Oxford University Press, New York.

Charman-Anderson, S. (2010) “*Making the Connection Civil Society and Social Media*”  
Commission of Inquiry into the Future of Civil Society in the UK and Ireland  
<http://www.carnegieuktrust.org.uk/getattachment/ee2be1a3-8a94-4d8b-963f-94e29c8a9781/Making-the-Connection--The-Use-of-Social-Technolog.aspx>

Effing, R.; Hillegersberg, J., V. and Huibers, T. (2011) “*Social Media and Political Participation: Are Facebook, Twitter and YouTube Democratizing Our Political Systems?*”, Lecture Notes in Computer Science, Volume 6847: 25-35.

Fenton, N. & Barassi, V. (2011) “*Alternative Media and Social Networking Sites: The Politics of Individuation and Political Participation*”, The Communication Review, 14: 179-196.

Habermas, J. (1996) “*Between Facts and Norms; Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*”, MIT Press, Cambridge.

Kim, M.,G. & Kim, J. (2012) “*Comparing the Effects of Newspaper, TV News, and the Internet News on the Evaluation of a Major Political Candidate: Latent Growth Modeling with Longitudinal Panel Data from the 2007 Presidential Campaign in South Korea*”, International Journal of Public Opinion Research Vol. 24 No. 1:62-78.

Koçgündüz, M.,L. (2011) “*Ortadoğu'daki Ayaklanmalarda Bir Katalizör Olarak Al Jazeera ve Mısır Örneği*”, Orta Doğu Analiz, Cilt 3, Sayı 29: 83-92.

Kushin, M., J. & Yamamoto, M. (2010) “*Did Social Media Really Matter? College Students' Use of Online Media and Political Decision Making in the 2008 Election*”, Mass Communication and Society, 13:608–630.

Stanley, J., W. & Weare, C. (2004) “*The Effects of Internet Use on Political Participation: Evidence From an Agency Online Discussion Forum*”, Administration & Society 36: 503-527.

Şener, G. (2007) “*Türkiye’de Barış Hareketinde İnternetin Kullanımı: Küresel BAK Örneği*”, Communication in Peace/Conflict in Communication, 2nd International Conference in Communication and Media Studies, May 2-4: 109-117.

