

SUSKUNLUK SARMALI 2.0: TÜRKİYE'DE FACEBOOK KULLANIMI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA¹

Asuman KUTLU²

Öz

Bu çalışma Facebook kullanıcılarının siyasi görüşlerinin azınlıkta olduğunu düşündüklerinde Facebook davranışlarını ve Facebook'a yönelik tutumlarını, Elisabeth Noelle-Neumann tarafından geliştirilen suskunluk sarmalı teorisi çerçevesinde incelemektedir. Kartopu örnekleme yöntemiyle belirlenen 404 Facebook kullanıcısıyla gerçekleştirilen anket uygulamasından elde edilen verilerin araştırmanın amaçları doğrultusunda çözüm ve yorumlanması için, frekans ve yüzde, Pearson korelasyon, faktör analizi ve bağımlı örneklemler için T testi uygulanmıştır. Araştırma sonucunda siyasi görüşlerinin azınlıkta olduğunu düşünme ile Facebook'ta gizlilik ayarlarını değiştirme sıklığı, yorum yapmaktan çekinme ve siyasi düşüncelerin gerçek hayatta olduğundan daha rahat ifade edebildiğini düşünme arasında pozitif yönlü ilişkiler saptanmıştır. Buna ek olarak diğer değişken siyasal bilgi düzeyinin yüksek olduğunu düşünme ile Facebook'ta siyasal bilgilenme ve katılma düzeyi ve Facebook'u siyasi düşüncenin aktarılmasında faydalı bulma arasında da pozitif yönlü ilişkiler bulunmaktadır. Sonuç olarak elde edilen veriler, demokrasiyi ve sivil toplumu zenginleştirdiği düşünülen sosyal medyanın Türkiye'deki en çok kullanılan platformu Facebook'ta suskunluk sarmalının oluştuğunu göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Suskunluk sarmalı, Facebook, Türkiye, Siyasal bilgilenme, Siyasal katılım

1 Makalenin Geliş Tarihi: 11.10.2018 Makalenin Kabul Tarihi: 20.12.2018
2 Dr. Öğr. Üyesi, Beykent Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Bölümü
Öğretim Üyesi. e-mail:asumank@beykent.edu.tr

Atıf: Kutlu A. (2019). Suskunluk sarmalı 2.0: Türkiye'de facebook kullanımı üzerine bir araştırma. *Tesam Akademi Dergisi*, 6(1), 43-75. <http://dx.doi.org/10.30626/tesamakademi.528027>

Spiral of Silence 2.0: a Study of Facebook Use in Turkey

Abstract

This study investigates behaviour and attitude of Facebook users when they feel their political views are in opposition to the majority within the framework of spiral of silence theory proposed by Elisabeth Noelle-Neumann. Data was obtained through questionnaires done by 404 Facebook users sampled by snowball technique. Frequency, Pearson correlation, factor analysis and dependent samples T test were done in order to resolve and interpret data. As a result, the study found out positive correlations among feeling minority, frequency to change privacy settings, fear to comment, and expressing political views better than offline. In addition, there are positive correlations among feeling to have high level of political information, level of political information and participation and finding Facebook useful to express political views. As a consequence, data obtained demonstrates that there is spiral of silence on facebook considered to enrich democracy and civic society.

Keywords: Spiral of silence, Facebook, Turkey, Political information, Political participation

Giriş

Kitle iletişim araçlarının ortaya çıktığı günden bu yana, iletişim araştırmaları medyanın bireyler ve toplum üzerindeki etkilerine yoğunlaşmış ve yapılan çalışmalar çoğunlukla etkinin derecesine odaklanmıştır. Bu araştırmalarda etki, bireyi gerçek bir özne olarak göz ardı ederek kitle iletişim araçlarıyla iletilen mesajların kitlenin inanç, tutum, davranış ve duyguları üzerinde yarattığı değişiklikler olarak ele alınmıştır. Medyanın toplum üzerindeki etkilerine ilişkin olarak yapılan bu araştırmalar genellikle ana akım iletişim araştırmaları içerisinde yer almakta ve tarihsel bakış açısından üç farklı dönemde incelenmektedir. Yirminci yüzyılın başından 1930’ların sonlarına kadar iki büyük dünya savaşı arasındaki süreci kapsayan birinci dönemde yapılan araştırmalar medyanın toplumsal değerler ve normlar üzerinde çok güçlü ve ikna edici bir etkisi olduğunu vurgulamıştır. Bu evrede toplum kitle olarak ve kitle iletişimi de pasif ve atomize bireylere düşünce, tutum ve davranışları enjekte eden doğrusal bir süreçte ele alınmıştır. 1940-1960 yıllarını kapsayan ikinci dönemde yapılan araştırmalarda, medyanın bireylerin yaşantısı üzerinde etkisi kabul edilmekle birlikte etkinin sınırlı olduğu sonucuna varılmış dolayısıyla kitle iletişim araştırmalarındaki güçlü etki paradigması yerini sınırlı etki paradigmasına bırakmıştır. 1940 yılında ABD’de başkanlık seçimleri sırasında gerçekleştirilen Halkın Tercihi araştırmasında elde edilen bulgularla farkına varılan bireysel farklılıklar, kanaat önderi, grup ilişkileri gibi etmenler ikinci dönem medya çalışmalarının temel kuramsal ve kavramsal dayanağını oluşturmuştur. Bu dönemde iletişimin doğrusal bir süreç olarak değil iki aşamalı akış biçiminde gerçekleştiği, bireylerin kitle iletişim araçlarına sürekli değil, seçmeli açık kaldıkları ve medyada sunulan her bilgiyi almak yerine, onları çevreleriyle tartıştıktan ve değerlendirme süzgecinden geçirdikten sonra alımladıkları ya da yok saydıkları gibi saptamalarda bulunulmuştur. 1960 ve sonrası yılları kapsayan üçüncü dönemde kitle iletişim araştırmalarının kısa dönem etkilerini saptamaya çalışan nicel analizlere dayalı deneysel araştırmaların yerini, toplumsal gerçeğin uzun dönemde tanımlanmasına yönelik eleştirel araştırma geleneği yaygınlık kazanmıştır. Bu evrede tekrar güçlü etkiler üzerine yoğunlaşıldığı görülmektedir ancak; doğrudan ve kısa vadeli etkiler, yerini düşünce ve değer yargılarında zaman içerisinde bir takım değişimlere neden olan dolaylı ve uzun vadeli etkilere bırakmıştır. Güçlü etkilere dönüş döneminde gerçekleştirilen dolaylı ve uzun dönem etki araştırmalarında geliştirilen önemli modellerden biri de bu çalışmanın çıkış noktasını oluşturan suskunluk sarmalıdır.

Elisabeth Noelle-Neumann tarafından 1970’li yılların başında geliştirilen

ve literatüre kazandırılan teori temelde toplum üzerinde uzlaşmış olduğu düşünce ve değerlerin dışına çıkan bireyin dışlanma ve ihraç edilme korkusuyla düşüncelerini dile getirememesi ve suskunluğa gömülmesi varsayımına dayanır. Kurama göre, düşüncelerinin kamuoyu tarafından kabul gördüğünü düşünerek çoğunlukta olduğunu hisseden bireyler, düşüncelerini çekinmeden ifade ederken, azınlıkta olduğunu düşünenler toplum tarafından kabul görmek için düşüncelerini çoğunluk yönünde değiştirir ya da ifade etmek yerine suskunluk sarmalına girerler. Modern toplumlarda birey düşüncelerinin kamuoyunda kabul görüp görmediğini çoğunlukla kamuoyunu oluşturan medyadan öğrenir ancak bu süreçte medya toplumda yükselmekte olan ideolojiler ve düşünceleri kendi perspektifi doğrultusunda sunduğu için güçlü olan görüşleri daha da pekiştirir. Dışlanma korkusu güdüsüyle güvenli bir konum almaya çalışan birey, içinde bulunduğu düşünce iklimini sağlıklı bir şekilde değerlendiremez ve içinde bulunduğu koşullara suskun ve tepkisiz kalır.

Günümüzde internet teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla birlikte sadece bilgi veren Web 1 ve konvansiyonel medya hizmetlerinin yerini alan Web 2 teknolojisinin karşılıklı iletişim ve bilgi aktarımı sağlaması nedeniyle suskunluk sarmalı teorisinin teyit edilmesine ilişkin araştırmalar yeni medya alanında gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Çalışmaların konvansiyonel medyadan yeni iletişim mecralarına geçmesinin en önemli nedenlerinden biri konvansiyonel medyada yer almayan muhalif ve eleştirel bakış açılarının, yeni medya ile dile getirilerek paylaşılması olarak değerlendirilmektedir. Siyasi düşüncelerinin toplumun diğer üyeleri tarafından paylaşıldığını gören bireyin, yeni medyada düşüncelerini dışlanma korkusu olmadan ifade edebileceği ve suskunluk sarmalının içinden çıkacağı düşünülmektedir. Dolayısıyla kuramın, bireylerin medya içeriğini kullandığı, paylaştığı ve ürettiği ve günümüzde kamuoyu oluşumuna katkı sağlayan en önemli mecralardan biri olarak kabul edilen sosyal medyada da araştırılması gereklidir. Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya platformu Facebook, bireyin siyasal bilgilenme ve katılımı çerçevesinde iletişim ve siyaset biliminin dikkatini çeken güncel çalışma alanlarından birini oluşturmaktadır. Bu çalışmanın amacı, bireylerin gündelik hayatlarında siyasa bilgilenme ve katılma için sıklıkla kullandığı Facebook’ta, kullanıcıların kamuoyu kanaatinin dışında kaldıklarını düşündüklerinde sessiz kalmayı tercih ederek suskunluk sarmalını oluşturup oluşturmadıklarını keşfetmektir. Bu doğrultuda çalışmanın ilk bölümünde suskunluk sarmalı kavramı açıklanarak, kavram yeni medya ve siyasal katılım çerçevesinde incelenmiştir. İkinci ve üçüncü bölümler, İstanbul’da yaşayan Facebook kullanıcılarıyla yapılan alan araştırmasının bulgularına ve değerlendirmesine ayrılmıştır.

Literatür Taraması

Kavramsal Çerçeve

Medya etkilerinin daha geniş bir toplumsal bağlam içerisinde ele alındığı üçüncü dönem kitle iletişim araştırmaları sürecinde Elisabeth Noelle-Neumann tarafından geliştirilen susunkunluk sarmalı kuramı sosyoloji temelli iletişim modellerinden biridir. Kamuoyunun oluşmasında iletişimin rolüne odaklanan kuram temelde kişisel düşüncenin başkalarının ne düşündüğüne bağlı olduğu varsayımına dayanmakta ve kuramın gelişmesinde II. Dünya Savaşı sonrasında sosyal psikoloji alanında gerçekleştirilen etki araştırmalarının önemli yeri vardır.³ Modern toplumlarda, medya kamuoyu oluşturmada güçlü bir araçtır ve medyanın toplumdaki egemen görüşü yansıttığı varsayılmaktadır. Atabek’e (2002, s. 224) göre, kamuoyu olgusunu anlayabilmek için öncelikle kamu kavramının incelenmesi gerekir. Kamu, sorunla birlikte ortaya çıkan ve sorunla birlikte kaybolan, bazen az sayıda katılımı bazen de toplumun genelini ilgilendiren konular etrafında geniş katılımı oluşan gruptur. Gruba ait kanaatin, kamuoyu olarak değerlendirilebilmesi için de bir sorunun varlığı, gruptaki kişilerin iletişim içinde olması, grubun ortaklaşa görüşü olması ve görüşün dile getirilerek toplumdaki karar mekanizmalarını bir amaç doğrultusunda harekete geçirme arzusu gereklidir. Ortalama fikirde az çok bir birliğin olması gereklidir, aksi halde kamuoyunda bölünmeler oluşur. Kamuoyundaki bölünme derin sosyopolitik tabakalaşmayı yansıttığı takdirde ortada gerçek bir kamuoyu

3 1950’li yılların başında ABD’li sosyal psikolog Solomon Asch tarafından pek çok kez tekrarlanan laboratuvar deneylerinde deneklere değişik boydaki çizgilerin uzunluğuna ilişkin sorular sorulmuş ve denekler doğru cevabı bildikleri halde diğer deneklerin verdikleri yanlış cevaplardan etkilenerek çoğunluğa uyum göstererek yanlış olduğunu bile bile diğerlerinin kararlarına uymuştur. Bu deneyden sonra yine ABD’li bir sosyal psikolog olan Stanley Milgram da insanların sosyal etkiye ne dereceye kadar itaat edeceğini test eden bir deney gerçekleştirmiş ve tanımadığı birine zarar verme emri alan bireyin bu emre uyup uymayacağını incelemiştir. Araştırmada öğretmen görevinin verildiği deneklere öğrencinin yanlış yaptığı zaman ceza olarak elektrik şoku vermeleri söylenmiştir. Çeşitli yaş ve meslek gruplarından 40 katılımcının olduğu deneyde deneklerin %65’i deneyin sonuna kadar devam ederek 450 voltluk şoku öğrenciye vermiştir. Bu sosyal etki ve uyma araştırmalarının yanında Leon Festinger’in Bilişsel Çelişki Kuramının da susunkunluk sarmalı teorisinin oluşumunda önemli etkileri bulunmaktadır. Festinger’e göre bireyin sahip olduğu inanç, bilgi ya da tutum yine o bireyin sahip olduğu başka inanç, bilgi ya da tutumla çelişirse bunlar arasında bilişsel çelişki oluşur ve bireyde bu çelişkidenden kurtulmak için güdülenme meydana gelecektir (Kağıtçıbaşı, 2017, ss. 71-168).

yoktur çünkü bölünmüş gruplardan biri zamanla sesini yükseltiyor, öbürü kısıyorsa kamuoyunun değil çeşitli fikir akımlarının varlığı söz konusudur (Daver, 1969, s. 251).

Kamuoyunu oluşturan kişisel kanaatler, çeşitli sosyal ve psikolojik etkenler tarafından biçimlenmektedir. Öncelikle bireyin iç dünyasını yaratan ve davranışlarını etkileyen unsurlar arasında rasyonel olmayan bilinçaltı faktörlerin bulunduğu (özellikle Freud'un çalışmalarından sonra) açıkça ortaya çıkmıştır. Kanaatlerin oluşumunda aile, eğitim ve iş yaşamını da içine alan sosyal çevre de önemli bir yer tutar. Dar çevrelerde yüz yüze kurulan iletişimin, kanaat oluşturmadaki önemi büyüktür. Özellikle kamuoyu literatüründe "kanaat önderi"⁴ olarak nitelenen kişiler, medyadan edindikleri bilgiyi genellikle kendi yorumlarını da katarak çevreleriyle girdikleri iletişimde belli görüşlerin benimsenmesine katkı sağlamaktadır. Günümüzde kamuoyunun oluşmasında en etkili unsurun kitle haberleşme araçları olduğu genellikle kabul edilmektedir (Kapani, 2007, s. 163).

İnsanlar hangi düşüncelerin desteklendiğini, toplumda çoğulculuğu oluşturduğunu ve kamuoyunun nasıl dağıldığını medya aracılığıyla öğrenirler ve kamuoyunun oluşmaya başlaması, medyanın olayları kamuya iletmesi ile başlar. Kişiler, kanaatlerinin kamuoyunda paylaşıldığını inanırlarsa düşüncelerini dışlanma korkusu olmadan açıklama eğilimindedirler. Dışlanma korkusu suskunluk sarmalı sürecini harekete geçiren temel güçtür çünkü kurama göre insanlar çevrelerini dikkatlice gözlemlemekte, diğer insanların düşüncelerini, eğilimlerinin ne olduğunu, hangi görüşlerin yaygınlaşıp hangilerinin kabul gördüğünü algılamakta, toplumda azınlıkta kaldıklarına inanıyorlarsa düşüncelerini açıklamak yerine suskun kalmayı tercih etmektedir. Bu da toplumdaki çoğunluk kanaatlerinin güçlenmesine neden olmaktadır (Noelle-Neumann, 1998, s. 32).

İnsanlar kanaat ortamını gözlemlerken, doğrudan gözlem yapabildiği çevre ve kamuoyunu dolaylı olarak algıladığı medya olmak üzere iki kaynaktan yararlanırlar. Bireyin kanaat ortamına ilişkin izlenimlerinin büyük bir kısmını edindiği medyadaki tek seslilik ve tek boyutluluk bireye sunulan mesajlar arasında seçim yapma şansı tanımamakta,

4 Çevrelerindeki bazı bireyleri bilgi, deneyim ve entelektüel düzey açısından kendilerinden daha üstün gören kişiler çeşitli konulardaki karar verme süreçlerini ve medyayla ilişkilerini onların etkisi altında biçimlendirmektedir. Çevrelerindeki insanlar üzerinde yönlendirici etkiye sahip bu bireyler kanaat önderi olarak tanımlanmaktadır (Güngör, 2017, s. 230).

belirli kanaat ve konuları ön plana çıkarmaktadır. Bu nedenle belirli bir kanaatin yandaşları ve karşıtları medyada eşit biçimde temsil edilmemektedir. Medyada baskın olarak kanaat kendini daha kolay kabul ettirmektedir çünkü yandaşlarına gereken argümanlar medya tarafından sunulmaktadır. Birçok durumda medyadan başka bilgi kaynağı olmayan bireyin görüşleri az ya da hiç temsil edilmiyorsa, kamu içinde konuşmak oldukça zordur çünkü medyanın söylemi dışlanma tehdidi saçmaktadır (Noelle-Neumann, 1998, ss. 275-276).

İnsanlar kendi kanaatlerinin önemli bir bölümünü toplumdaki genel kanaat iklimini gözlemleyerek ona göre oluşturmaktadır. 1976 yılında dışlanma tehdidinin ilk kez araştırıldığı sigara içmeyenlerin yanında sigara içilmesi konusuna ilişkin bir alan çalışmasında insanların düşüncelerini açıklamaktan kaçındıkları ve egemen kanaat yönünde görüş bildirdikleri saptanmıştır. Tren kompartımanında gerçekleştirilen deneyde insanlara sigaranın sağlığa zararlı olup olmadığı sorulmuş ama kompartımandaki insanların çoğunun sigara bağımlısı olduğu ve sorulan soruya da sigaranın sağlığa zararlı olmadığı cevabını verdikleri bilgisi verilmiştir. Alınan cevaplar insanların çoğunluktan yana görüş bildirdiklerini kanıtlamıştır. Sigara içmeyenlerden bazıları sigaranın sağlığa zararlı olduğunu alçak bir sesle ifade ederken, çoğu deneğin soruyu cevaplamak yerine sessiz kaldığı görülmüştür (Noelle-Neumann, 1998, ss. 68-72).

Toplumun ortak uzlaşmanın dışına çıkan bireyleri dışlamak ve toplumdan ihraç etmekle tehdit ettiği, diğer taraftan bireylerin de bilinçsiz bir dışlanma korkusuna sahip oldukları görüşünden hareket eden kuram dört temel varsayıma ve bunları birbirine bağlayarak kamuoyunun oluşumu, korunması ve değişimine dair çıkarımlarda bulunan beşinci varsayıma dayanır:

1. Toplum genel uzlaşmanın dışına çıkan bireyleri dışlanmakla tehdit eder.
2. Bireyler sürekli dışlanma korkusu içindedir.
3. Toplum tarafından dışlanma korkusu, bireyin sürekli toplumdaki kanaat ortamını gözlemleyip değerlendirmeler yapmaya iter.
4. Toplumdaki kanaat ortamına yönelik yaptığı değerlendirmeler, bireyin davranışlarını, özellikle de düşünceleri ifade etme ya da saklama konusunda etkiler (Noelle-Neumann, 1998, s. 234).

Suskunluk sarmalı, medyanın belirli konu ve sorunları toplumun

görmesini engelleme kapasitesi üzerinde yoğunlaşan gündem belirleme modelinin negatif ayna imajı olarak da değerlendirilmektedir. Medya etkilerinin çoğu kamuoyunun ve fikir ikliminin şekillendirilmesine ilişkindir; kişilere başkalarının ne düşündüğü hakkında kısıtlı ve belirlenmiş görüş sunarak, bireylerin oy verme kararları da dahil olmak üzere düşünceleri ve davranışlarını etkiler (Erdoğan ve Alemdar, 2005, s. 203). Medyanın toplumda suskunluk sarmalı oluşumuna etkileri bağlamında gerçekleştirilen görgül araştırmaların sonuçları şu şekilde sıralanmaktadır;

-Tartışmalı bir konu hakkında çoğunluk ve azınlığın gücü kitle tarafından çarpıtılmış biçimde, egemen medya bakış açısıyla görülür.

-Toplumdaki çoğunluk medya tarafından desteklenirse konuşmak için azınlığa göre daha isteklidir.

-Medya azınlığı desteklerse çoğunlukta olanlar sessiz çoğunluk haline gelir.

-Azınlıkta olanlar medyanın düşmanca tutumuyla karşılaşır sessizliğe bürünür.

Azınlıkta olanlar medyadan destek görürlerse, çoğunluktan daha fazla konuşma arzusu duyar çünkü etkili medyanın kamusal otoritesinden güç alır. Toplumdaki düşünce iklimini kendi yararına yorumlar ve kamusal konular hakkında kendi düşüncelerini açıklarken medya tarafından sağlanan açıklama ve tartışmaları kullanır (Noelle-Neumann, 2002, s. 387).

Sonuç olarak kuram, toplumda genel kabul gören düşüncelerden ayrılan bireylerin dışlanma korkusuyla çevresine uyum sağlamak zorunda kaldığı varsayımına dayanır. Bu bilinçaltı dışlanma korkusuyla birey kendisini toplumda hangi düşüncelerin yükselişe geçtiğini ya da reddedildiğini düzenli olarak kontrol etmek zorunda hisseder ve bunun için de kamuoyunu oluşturan kitle iletişim araçlarına yönelir. Dolayısıyla bireyin yaşadığı dışlanma tehdidi öncelikle medya tarafından biçimlenmektedir. Medya bazı görüşleri çoğunluğa ait olarak sunarak, bu görüşlerin egemenliğini güçlendirir ya da bazılarının toplum tarafından benimsenmesine rağmen azınlık olarak algılanmasını sağlayabilir. Bu da toplumdaki sessiz azınlığın daha da suskunlaşmasına neden olarak, suskunluk sarmalını genişletir ve çoğulcu düşünce ikliminin oluşmasını engeller ancak bugün kamuoyunun oluşumunda önemli bir araç olan konvansiyonel araçların yerini bireyin çevresinde ortaya çıkan sosyal,

ekonomik, politik ve kültürel gelişmeler hakkında bilgi edinebildiği, düşüncelerini ifade edebildiği ve toplumun diğer üyeleriyle görüş alış veriş yapabildiği yeni iletişim ortamlarının almasıyla birlikte suskunluk sarmalının kırılabileceği düşünülmektedir.

Bilgisayar ve internet teknolojilerinin gelişimi ve hızla yayılması, bütün veri paylaşımlarının tek bir bilgisayardan diğer kullanıcılara ulaştığı Web 1.0 döneminden, kullanıcıların içerik geliştirebildiği ve bilgi ve düşüncelerini paylaşabildiği Web 2.0 dönemine geçişi sağlamıştır. İkinci kuşak web platformu olarak da tanımlanan Web 2.0 teknolojisi başta sosyal ağlar olmak üzere, fotoğraf ve video paylaşımı, vikiler, karma web siteleri gibi pek çok yeniliği gündelik hayat pratiklerimize katmıştır. Yeni medyanın en önemli özellikleri arasında etkileşim, kitesizleştirme ve eşzamansız olma gösterilmektedir. Etkileşim unsuru alıcının verici konumuna gelerek mesaj üzerindeki denetimini attırırken, kitesizleştirme birden çok kişiye ya da bunlardan sadece birine mesaj göndermeyi sağlamaktadır. Eşzamansızlık özelliğinde kullanıcıların mesajları farklı zamanlarda alması söz konusudur (Rogers, 1995). Teknolojik altyapısı, fonksiyonları ve içeriğine göre alanyazında farklı şekillerde tanımlanan sosyal medya genellikle kullanıcılar tarafından üretilen her türlü içeriğin yayınlandığı ve diğer kullanıcılarla paylaşıldığı etkileşimli çevrimiçi ortamlar olarak değerlendirilir. Konvansiyonel medya tek yönlü, dolaylı ve kamusal iletişimdir ve insanın en doğal iletişim biçimi olan konuşmaya üç yönden tezat oluşturur ve bireyin kendisini medya karşısında aciz hissetmesinin nedeni de budur. Bu acizlik iki şekilde yaşanır. Birincisi, medyanın toplumun dikkatini çekmek isteyen birine, bir görüşe vb. haber seçim sürecinde yer vermemesi, onu dikkate alması halinde ortaya çıkar. Acizliğin ikinci nedeni medyanın teşhir direği olarak kullanılmasıdır. Medyada olumsuz bir biçimde teşhir edilen birey kendini savunamaz ve koruyamaz (Noelle-Neumann, 1998, s. 179). Konvansiyonel iletişim araçlarında hiyerarşik bir şekilde tek yönlü gerçekleşen bilgi akışının, bugün sosyal medyayla birlikte yatay ve çapraz çok yönlü bir akışa dönüşmesi, karşılıklı tartışma ortamını oluşturma, sosyal ve siyasal gruplar kurma ve kişilerin katılım sağlaması kamuoyu oluşturma ve siyasal alandaki rolünü güçlendirdiği düşünülmektedir. Etkileşimli iletişim kurulabilmesi ve siyasal aktörlerin kısa sürede büyük bir kitleye ulaşabilmesi ve seçmen kitlesinin önemli bir bölümünü oluşturan gençlerin siyasal gündemi daha çok internet üzerinden takip etmesi sosyal medyayı önemli bir politik araç haline getiren diğer sebeplerdir.

Dünya’da olduğu gibi Türkiye’de de başta Facebook ve Twitter olmak üzere sosyal ağlar, kullanıcıların siyasal gündemi takip ettikleri ve görüş

alışverişinde buldukları siyasal paylaşım ortamları haline gelmiştir. 2004 yılında Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından öncelikle Harvard öğrencileri için kurulan Facebook, diğer sosyal medya ağlarının ortaya çıkmasına rağmen hala Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya platformu olma özelliğini koruyor. Son yıllarda özellikle Facebook’tan uzaklaşarak diğer platformlara yönelen genç kullanıcıları tekrar kazanabilmek için WhatsApp, Instagram ve son olarak kullanıcıların kimliklerini gizleyerek birbirlerine soru sormalarına imkan veren ve gençler arasında çok popüler olan TBH uygulamasını da satın alan Facebook bugün dev bir teknoloji şirketi haline geldi. İlk çıkış amacı sosyalleşmek olan Facebook’ta kullanıcılar çevreleriyle iletişim kurmanın yanı sıra farklı gruplar ve sayfalar üzerinden siyasi gündemi takip etme, siyasi içerikli video, fotoğraf, haber paylaşımı yapma ve yapılan paylaşımlara yorum yapma gibi siyasal katılım davranışları gerçekleştirmektedir. Steinberg (2014, s. 162), sosyal ağlar vasıtasıyla gerçekleştirilen siyasal katılımı, geleneksel katılımdan ziyade siyasal bilgilendirme olarak açıklamaktadır ve bunları kampanya veya seçimler hakkında güncel bilgiler almak için çevrimiçi sitelere üye olma, kamu görevi için seçimlerde aday olmuş kişilere para bağışı yapma, siyasi gelişmelere ilişkin adayların tutumlarını öğrenme, aday, ajans veya medya tarafından hazırlanmış çevrimiçi video izleme, bir ajans ya da medya tarafından hazırlanmayan seçim ya da kampanyaya ilişkin video izleme ve son olarak kampanyayla ilgili gönüllü faaliyetlere çevrimiçi üye olma olarak açıklamaktadır.

İlgili Çalışmalar

Literatürde sosyal medya ve siyaset ekseninde yapılan çalışmaların ağırlıklı olarak siyasal katılım, kamusal alan, politik hareketler ve siyasal iletişim konularına odaklandığı ve daha çok kullanımlar ve doyumlar ve gündem belirleme kuramlarını referans aldığı görülmektedir. Suskunluk sarmalı ve sosyal medya çerçevesinde yapılan çalışmalar da bulunmakta ancak doğrudan kuram çerçevesinde yapılmış deneysel verilere dayanan araştırmalar oldukça azdır. Uluslararası literatür incelendiğinde konuya ilişkin en geniş kapsamlı çalışmanın 2014 yılında 1801 katılımcı ile PEW Araştırma Merkezi tarafından yapıldığı görülmektedir. 2013 yılında kamuoyunu ikiye bölen Edward Snowden’ın NSA belgelerini medyaya sızdırması olayını sosyal medya ve suskunluk sarmalı bağlamında araştıran bu çalışmada katılımcıların sadece %42’si Facebook ya da Twitter hesaplarından konuya ilişkin paylaşım yapabileceğini belirtmiştir. Konu hakkındaki görüşlerinin yakın çevresi tarafından paylaşıldığını düşünen kişilerin görüşlerini diğer kişilerle paylaşmaya

daha eğilimli olduğu saptanırken, bu durumun sosyal medya için de geçerli olduğu görülmüştür. Diğer taraftan sosyal medya arkadaşlarının ve takipçilerinin Snowden olayına ilişkin görüşlerini paylaşmadığını düşünen katılımcılar hem gerçek hayatta, hem de sosyal medyada daha fazla otosansür uygulama eğilimindedir. Dolayısıyla araştırma sosyal medyanın, Snowden-NSA olayını tartışmak istemeyenler için alternatif bir tartışma platformu sunmadığını, literatürde suskunluk sarmalına ilişkin yapılan çalışmaların bulgularının sosyal medya kullanıcıları için de geçerli olduğunu göstermektedir (Hampton ve arkadaşları, 2014). Benzer şekilde ABD’de Facebook özelinde yapılan bir çalışma (Lang, 2014), suskunluk sarmalının sadece yüzyüze iletişimde değil, yeni medyada oluşan iletişim ortamlarında da oluştuğunu gösterirken, dışlanma tehdidi ve kamuoyunda oluşan düşünce ikliminin dışında kalma algısının sosyal ağlarda düşüncelerin ifade edilmesinin önemli bir belirleyicisi olduğu görülmüştür. Araştırmaya göre düşüncelerinin kamuoyu tarafından paylaşıldığını düşünen kişiler daha az dışlanma tehdidi hissederek düşüncelerini Facebook’ta daha fazla ifade etme eğilimindedir.

Suskunluk sarmalı ve sosyal medya çerçevesinde yapılan çalışmaların çoğunlukla kamuoyunu ikiye bölen tartışmalı konulara ilişkin ya da toplumun kutuplaştığı seçim süreçlerinde yapıldığı görülmektedir. Örneğin Mısır başkanlık seçimleri sürecinde gerçekleştirilen ve anket ve yarı yapılandırılmış görüşme aracılığıyla kişilerin sosyal medyada politik görüşlerini ifade etmeye yönelik düşüncelerini ortaya çıkarmayı amaçlayan bir araştırmaya göre (Elshahed, 2014) olumsuz değerlendirme ve kullanıcıların başkanlık seçimleriyle ilgili sosyal medyada siyasi görüşlerini ifade etme eğilimleri arasında bir ilişki bulunmamaktadır. Siyasal bilgi düzeyi yüksek olan kişilerin seçimlere ilişkin görüşlerini ifade etme eğilimi daha yüksek bulunurken, kamuoyu kanaatinin dışında kalma durumunun kişiler üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı görülmüştür. Dolayısıyla gerçekleştirilen çalışma suskunluk sarmalı konusundaki literatürün tersine zorlayıcı toplumsal faktörleri açıklamamaktadır. İtalya’da 2013 seçimleri sürecinde yapılan bir diğer çalışmada da (Malaspina, 2013) internetin sunduğu olanakların, kişilerin siyasi görüşlerini daha rahat ifade etmesini sağlarken, dışlanma korkusunu azalttığını göstermiştir. Elde edilen bulgular çevrimiçi oluşan düşünce ikliminin siyasete inançsızlık ve politik liderlere karşı olumsuz ve agresif bir düşünce ortamı yarattığını ve bu durumun da yeni iletişim ortamlarında suskunluk sarmalının dolayimli doğasını göstermektedir.

Kadınların eşitsizliği, baskı altında tutulması ve sömürülmesine neden olarak gösterilen gelenekler, kültür ve eğitim gibi unsurların hala baskın

olduğu Arap ülkelerinden Kuveyt'te Twitter kullanıcısı kadınların siyasal katılımına odaklanan bir araştırmaya göre de suskunluk sarmalı teorisinin kadınların gerçek hayatta ya da yeni iletişim ortamlarındaki davranışlarını açıklamadığını göstermiştir. Twitter kadınların dışlanma korkusunu azaltarak çevrimiçi politik tartışmalarda yer almasını kolaylaştırırken, araştırmaya katılan kadınlar siyasi düşüncelerinin kabul görmediğini düşünseler de gerçek hayatta paylaşabileceklerini belirtmişlerdir. Ancak cinsiyet ve iletişim kurulan kişilerin tanıdık olmamaları, çoğunluğun karşısında siyasal görüşlere sahip olan kadınları sessiz kılmaktadır. Yabancı erkeklerle girilen iletişimde kadınlar sessiz kalmayı tercih ederken, kadınlarla girilen iletişimde suskunluk sarmalından çıkmaktadırlar (Dashti, Al-Abdullah ve Johar, 2015). Cinsiyetin önemli bir değişken olduğunu gösteren ve genç yetişkinlerin politik amaçlı sosyal ağ kullanımlarına odaklanan başka bir çalışmada da (Chen, 2011) suskunluk sarmalının sosyal medyada da oluştuğu görülmüştür. Kadınlar gibi baskı altında tutulmaya çalışılan bir diğer grup olan LGBT bireylere ait sosyal ağ sitelerini ve blogları suskunluk sarmalı çerçevesinde inceleyen çalışmada ise (Neill, 2009) sosyal medyanın bu gruplardaki suskunluk sarmalı etkisini ve dışlanmışlık korkularını azalttığı sonucuna varılmıştır.

Türkiye'de yapılan çalışmalar incelendiğinde konuya ilişkin az sayıda lisansüstü tez ve makalelerin bulunduğu görülmektedir. Sosyal medya üzerinde yürütülen tartışmalarda kamuoyunun oluşum süreci ve sürece etki eden unsurları suskunluk sarmalı kuramı çerçevesinde inceleyen ilk çalışmada (Dik, 2015) araştırmanın yapıldığı dönemin iki tartışmalı konu başlığı çözüm süreci ve nükleer enerji seçilerek Twitter ortamında içeriğinde “çözüm süreci” ve “nükleer enerji” anahtar kelimeleri geçen tweetler incelemeye alınmıştır. Elde edilen sonuçlar betimsel analiz yöntemiyle değerlendirilerek, savunulan görüşler, “destek”, “karşıt” ve “nötr” biçiminde üç kategoriye ayrılmış ve Twitter üzerinden yürütülen her iki tartışmada da suskunluk yönünde oluşan herhangi bir sarmallaşma gözlenmemiştir. Benzer şekilde sosyal medyada otosansür eğilimlerini ortaya koymayı amaçlayan, gözetim ve suskunluk sarmalı bağlamında Facebook kullanıcılarının otosansür davranışlarını inceleyen başka bir araştırmada da (Tosunay ve Çolak, 2016) insanların bazı şeylerden çekinerek kendilerini kısıtladıklarını belirtmeyi tercih etmedikleri, gözetimle ilgili korkular ve kimlik sunumu kaygılarının yaygın olduğu görülmüştür. Son olarak sosyal medya kuşağı olarak tanımlanan Y kuşağının demokratik ortamlardan biri olarak kabul edilen sosyal medyada ne kadar özgür olduğunun ve fikirlerinde dışlanma kaygısı yaşayıp yaşamadıklarının analiz edildiği çalışmada (Mahmutoğlu, 2016) Y kuşağının kendisinden farklı düşünen bireylerin oluşturduğu toplulukların

içinde sessizliğe girebildiği sonucuna ulaşmıştır. İş hayatında ağırlığını hissettirmeye başlayan Y kuşağı için toplumsal özelliklerle birlikte, siyasi hava, ekonomik koşullar, coğrafi etkenler ve teknolojik gelişmeler önemli etmenler olup Y kuşağı bireylerini suskunluğa iten sürecin parçalarıdır.

Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi

Bu araştırma Facebook kullanıcılarının siyasi görüşlerinin azınlıkta olduğunu düşündüklerinde Facebook davranışlarını ve Facebook’a yönelik tutumlarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Genel tarama modelinde desenlenen araştırmanın verilerinin toplanmasında bilimsel araştırmalarda genel bir çıkarım sağlamak için sıkça başvurulan yöntemlerden birisi olan anket yöntemi uygulanarak veri toplaması gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla öncelikle suskunluk sarmalı teorisi ve sosyal medya ile ilgili alanyazın taraması gerçekleştirilerek (Chen, 2011; Elshahed, 2014; Lang, 2014) 33 sorudan oluşan bir anket deneme formu hazırlanmıştır. Üç bölümden oluşan anket formundaki 5 soru katılımcıların demografik dağılımlarını belirleme amaçlı olarak hazırlanmıştır. Birinci bölümde sosyo-demografik değişkenler olarak yaş, cinsiyet, eğitim durumuna ek olarak haftalık Facebook kullanımı ve Facebook’taki arkadaş sayısına yönelik iki soru daha eklenmiştir. İkinci bölümde katılımcıların Facebook’ta siyasal bilgilenme ve katılma davranışları 5’li likert ölçeğinde, üçüncü bölümde suskunluk sarmalına ilişkin sorular sıralama ve nominal ölçekte hazırlanmıştır. Bu bölümde ayrıca siyasal görüş paylaşımı ve siyasal bilgilenme düzeyini öğrenme amaçlı Evet/Hayır seçeneikli sorular kullanılmıştır.

Geliştirilen deneme formu öncelikle 02.12.2017-16.12.2017 tarihleri arasında pilot bir çalışma ile asıl örnekleme dahil edilmeyen Facebook kullanıcılarından oluşan bir gruba uygulanmıştır. Anket formunun geçerliliğini ölçmek için katılımcılardan alınan geribildirimlerde anketteki soruların anlaşılabilirliği konusunda herhangi bir sorun olmadığı anlaşılmıştır. Pilot uygulamada toplanan verilerin güvenilirliği test edildiğinde tüm örneklemin iç tutarlılık güvenirlik katsayı (Cronbach Alpha) değeri 0,98 olarak saptanmıştır. Alfa katsayısı 0,80 ile 1 arasında ise ölçek yüksek güvenirliğe sahiptir (Tavşancıl, 2002). Bu durumda anketin yeterli güvenirlik düzeyinde olduğuna karar verilerek uygulama aşamasına geçilmiştir.

Araştırmanın evrenini, İstanbul’da yaşayan Facebook kullanıcıları oluşturmaktadır. Örneklemin belirlenmesinde kartopu örnekleme yöntemi tercih edilmiş ve örneklemin evrendeki cinsiyet, yaş ve eğitim

dağılımını yansıtmasına dikkat edilmiştir. Araştırma sorularının yer aldığı anket formu çevrimiçi veri toplama sitelerinden biri olan surveymonkey.com aracılığı ile 13.01.2018-01.03.2018 tarihleri arasında dijital anket linki Facebook sosyal paylaşım sitesi aracılığıyla katılımcılara ulaştırılmıştır. Gönderilen anket linkinin her katılımcı için sadece bir kere yanıtlanması seçeneği işaretlenerek (Unique ID), anketin birden fazla yanıtlanması engellenmiştir. Veri toplama aracında çalışmanın akademik bir araştırma için yapıldığı bilgisi verilmiş ve verilerin sadece araştırma için kullanılacağı ve gizli kalacağı aktarılmıştır. Bu nedenle katılımcılardan isim bilgisi alınmamıştır ancak yine de bazı katılımcılar siyasi görüşlerinin başkalarıyla paylaşmanın kendileri için sakınca oluşturabileceğini belirterek ankete katılmayı reddetmiştir. Dolayısıyla araştırmanın örneklem sınırlı tutulmak zorunda kalmış, geri dönüşler yine aynı çevrimiçi veri toplama sitesinden takip edilmiştir. Yeterli katılımcı sayısına ulaşıldığı düşünüldüğünde⁵ sistem kapatılmıştır. Toplam 428 kişiden gelen yanıtlar araştırma ölçütleri çerçevesinde değerlendirilmiş, eksik olanlar ayrıldıktan sonra kalan 404 kişinin yanıtları analiz kapsamına alınmıştır. Uygulama sonucunda anketlerden elde edilen puanlar, bilgisayar ortamına aktarılmış ve SPSS 20.0 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Veriler üzerinde frekans ve yüzde Pearson korelasyon, faktör analizi ve bağımlı örneklem T testi uygulanmıştır.

Araştırma Soruları ve Hipotezler

Bu çalışmada egemen ideolojinin doğrultusunda yayın yapan konvansiyonel medyaya alternatif olarak sunulan sosyal medyanın en popüler platformlarından Facebook kullanıcılarının siyasi görüşlerinin azınlıkta olduğunu düşündüklerinde sessiz kalmayı tercih ederek “suskunluk sarmalını” oluşturuyorlar mı temel sorusundan hareket edilerek aşağıdaki sorular ve hipotezler geliştirilmiştir.

Soru 1: Kullanıcılar, siyasi görüşlerinin azınlıkta olduğunu düşündüklerinde Facebook'ta nasıl davranmaktadır?

H1: Siyasi görüşlerin azınlıkta olduğunu düşünme ve Facebook'ta gizlilik ayarlarını değiştirme sıklığı arasında olumlu bir ilişki vardır.

H2: Siyasi görüşlerin azınlıkta olduğunu düşünme ve Facebook'ta siyasal 5 Homojen bir yapıda olmayan bu evren için % 95 güven aralığında, \pm % 5 örnekleme hatası ile gerekli örneklem büyüklüğü $n = 384$ olarak hesaplanmıştır. Bu nedenle araştırma örnekleminin 384 ve üzerinde katılımcıdan oluşmasının yeterli olacağı düşünülmüştür.

paylaşım yapmaya yönelik kaygı arasında olumlu bir ilişki vardır.

H3: Siyasi görüşlerin azınlıkta olduğunu düşünme ve Facebook’ta siyasal yorum yapmaktan çekinme arasında olumlu bir ilişki vardır.

Soru 2: Kullanıcıların siyasi görüşlerinin azınlıkta olduğunu düşündüklerinde Facebook’a yönelik tutumları nasıldır?

H4: Siyasi görüşlerin azınlıkta olduğunu düşünme ve Facebook’ta siyasi görüşlerini gerçek hayatta daha rahat ifade etme arasında olumlu bir ilişki vardır.

H5: Siyasi görüşlerin azınlıkta olduğunu düşünme ve Facebook’u yararlı bulma arasında olumlu bir ilişki vardır.

Soru 3: Kullanıcıların Facebook’ta siyasal bilgilenme ve katılma davranışları nelerdir?

H6: Kullanıcıların gündeme ilişkin siyasal bilgisinin yüksek olduğunu düşünmesi ve Facebook’u yararlı bulması arasında olumlu bir ilişki vardır.

H7: Kullanıcıların gündeme ilişkin siyasal bilgisinin yüksek olduğunu düşünmesi ve Facebook’ta siyasal bilgilenme ve katılma düzeyi arasında olumlu bir ilişki vardır.

Soru 4: Kullanıcıların yakın ve uzak çevrelerini oluşturan kişilerin siyasi görüşlerini öğrenmeye ilişkin verdikleri önem farklılaşmakta mıdır?

H8: Yakın ve uzak çevrenin siyasal düşüncelerini öğrenme arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Bulgular

Bu bölümde araştırma amacını gerçekleştirmek amacıyla elde edilen veriler istatistiksel olarak çözümlenmemiş ve elde edilen bulgular değerlendirilmiştir.

Araştırma Örneğine İlişkin Veriler

Araştırmaya katılan Facebook kullanıcılarının (n=404) 207’si (%51,24) kadın, 197’si (%48,76) erkektir. Katılımcıların 92’si (%22,77) 18-24, 90’ı (%22,28) 25-30, 177’si (%43,81) 31-49 ve 45’i (%11,14) 50 ve üstü yaş aralığındadır. Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde 10’unun (%2,48) ilköğretim, 88’inin (%21,78) lise, 165’inin (%40,84) üniversite

ve 141'inin (%34,90) yüksek lisans veya doktora düzeyinde eğitime sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların 132'si (%32,67) 1-2 gün, 56'sı (%13,86) 3-4 gün, 34'ü (%8,42) 5-6 gün, 182'si (%45,05) her gün düzenli olarak Facebook kullanmaktadır ve 182'si (%45,05) 400'den fazla, 126'sı (%31,19) 201-400, 47'si (%11,63) 101-200 ve 49'unun (%12,13) 100'den az Facebook arkadaşı vardır.

Tablo 1

Araştırma Örneklemine İlişkin Veriler

	Gruplar	Frekans(n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	207	51,24
	Erkek	197	48,76
	Toplam	404	100
Yaş	18-24	92	22,77
	25-30	90	22,28
	31-49	177	43,81
	50 ve üstü	45	11,14
	Toplam	404	100
Eğitim Seviyesi	İlköğretim Mezununu	10	2,48
	Lise Mezununu	88	21,78
	Üniversite Mezununu	165	40,84
	Yüksek Lisans/ Doktora	141	34,90
	Toplam	404	100
Haftalık Facebook Kullanma Süresi	1-2 Gün	132	32,67
	3-4 Gün	56	13,86
	5-6 Gün	34	8,42
	Her Gün Düzenli	182	45,05
	Toplam	404	100
Facebook Arkadaş Sayısı	100'den az	49	12,13
	101-200	47	11,63
	201-400	126	31,19
	400'den fazla	182	45,05
	Toplam	404	100

Tablo 1 incelendiğinde, örnekleme oluşturan katılımcıların cinsiyete göre dağılımlarının birbirine çok yakın olduğu görülmektedir. Katılımcıların çoğunluğunu 31-49 yaş kategorisindeki kullanıcılar oluştururken, 50 yaşın üstündeki katılımcıların oranı diğerlerine göre düşüktür. Öte yandan katılımcıların büyük bir çoğunluğunun lisans ya da lisansüstü eğitime sahip olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılanların Facebook kullanım sıklığı incelendiğinde, katılımcıların Facebook’ta fazla zaman geçirmediğini söylemek mümkündür. Son yıllarda özellikle genç sosyal medya kullanıcılarının Facebook’a alternatif Instagram ve SnapChat uygulamalarına yönelmesi elde edilen sonuçları desteklemektedir.

Katılımcıların Siyasi Görüşlerini İfade Etmede Tercih Ettikleri Yöntemler

Çalışmada katılımcılara yöneltilen siyasal görüşün aktarılmasında tercih edilen Facebook, geleneksel yöntemler (parti rozeti takmak, araca parti bayrağı asmak vs.) ve kişilerarası iletişime (yüzyüze iletişim, cep telefonundan mesaj göndermek vs.) ilişkin tutumlarını belirlemek üzere sorulan sorulara verilen cevapların frekans ve yüzde değerleri aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 2

Katılımcıların Siyasi Görüşlerini İfade Etmede Tercih Ettikleri Yöntemler İlişkin Frekans (f) ve Yüzde (%) Değerleri

	Facebook		Geleneksel Yöntemler		Kişilerarası İletişim	
	f	%	f	%	f	%
Hiç yararlı değil	171	42,33	295	73,02	175	43,32
Biraz	108	26,73	55	13,61	96	23,76
Orta	71	17,57	33	8,17	61	15,10
Yararlı	43	10,64	16	3,96	54	13,37
Çok yararlı	11	2,72	5	1,24	18	4,46

Facebook kullanıcılarının 171’i (%42,33) siyasi görüşlerini ifade etmek için Facebook’u hiç yararlı bulmazken, 108’i (26,73) biraz yararlı, 71’i (%17,57) orta derecede yararlı, 43’ü (10,64) yararlı ve 11’i (2,72) çok yararlı cevabını vermiştir. Geleneksel yöntemlere ilişkin verilen cevaplar incelendiğinde katılımcıların 295’i (73,02) parti rozeti takmak gibi geleneksel yöntemleri hiç yararlı bulmadığını belirtirken, 55’i (%13,61)

biraz yararlı, 33'ü (%8,17) orta derecede yararlı, 16'sı (%3,96) yararlı ve 5'i (%3,24) çok yararlı olduğunu düşünmektedir. Diğer taraftan kullanıcıların 175'i (%43,32) siyasi görüşlerin ifadesinde kişilerarası iletişimi hiç yararlı bulmazken, 96'sı (%23,76) biraz yararlı, 61'i (%15,10) orta derecede yararlı, 54'ü yararlı (%13,37) ve 18'i (%4,46) çok yararlı olduğunu belirtmiştir. Bu bağlamda katılımcılara siyasi görüşlerini aktarmak için sunulan üç yöntemin de hiç yararlı değil basamağında yoğunlaştığı görülmektedir.

Katılımcıların Siyasi Görüşlerinin Yakın Çevresi Tarafından Paylaşılmadığını Düşündüğünde Gerçekleştirdikleri Facebook Davranışları

Yakın arkadaşlarınızın çoğunun siyasal görüşlerinin sizinkinden çok farklı olduğunu varsayarak Facebook'ta hangi davranışı gerçekleştirirsiniz sorusuna verilen yanıtlar incelendiğinde katılımcıların büyük bir çoğunluğunun siyasal görüşünü açıklamaktan kaçınmak ya da ancak katılımcıların siyasi görüşleri sorulduğunda ifade etmek yönünde cevap verdiği görülmektedir.

Tablo 3

Katılımcıların Siyasi Görüşlerinin Yakın Çevresi Tarafından Paylaşılmadığını Düşündüğünde Gerçekleştirdikleri Facebook Davranışlarına İlişkin Frekans (f) ve Yüzde (%) Değerleri

	f	%
Siyasi görüşümü açıklamaktan kaçınıyorum.	142	35,15
Ancak sorduklarında onlarla aynı siyasi görüşte olmadığını söylerim.	139	34,41
Arkadaşlarımın siyasi görüşlerinin karşısında paylaşımlar yaparım.	30	7,43
Arkadaşlarımın siyasi görüşlerine paralel paylaşımlar yaparım.	1	0,25
Onlarla aynı siyasi görüşte olmadığını söylerim.	92	22,77

Facebook kullanıcılarının 142'si (%35,15) siyasal görüşümü açıklamaktan kaçınıyorum, 139'u (%34,41) ancak sorduklarında onlarla aynı siyasal görüşte olmadığını söylerim, 30'u (%7,43) arkadaşlarımın siyasal görüşlerinin karşısında paylaşımlar yaparım, 1'i (%0,25) arkadaşlarımın siyasal görüşlerine paralel paylaşımlar yaparım ve 92'si (%22,77) onlarla

aynı siyasal görüşte olmadığımı söylerim yanıtını vermiştir.

Katılımcıların Siyasi Görüşlerinin Yakın Çevresi Tarafından Paylaşıldığını Düşündüğünde Gerçekleştirdikleri Facebook Davranışları

Araştırmada ayrıca katılımcılara siyasi görüşlerinin yakın çevresi tarafından paylaşıldığını düşündüklerinde gerçekleştirecekleri Facebook davranışa ilişkin bir soru da sorulmuştur.

Tablo 4

Katılımcıların Siyasi Görüşlerinin Yakın Çevresi Tarafından Paylaşıldığını Düşündüğünde Gerçekleştirdikleri Facebook Davranışlarına İlişkin Frekans (f) ve Yüzde (%) Değerleri

	f	%
Siyasi görüşümü açıklamaktan kaçınıyorum.	132	32,67
Ancak sorduklarında onlarla aynı siyasal görüşte olduğumu söylerim.	150	37,13
Arkadaşlarımla siyasal görüşlerime paylaşımlar yaparım.	49	12,13
Onlarla aynı siyasal görüşte olduğumu söylerim.	73	18,07

Tablo 4’te görüldüğü gibi katılımcıların 132’si (%32,67) siyasal görüşümü açıklamaktan kaçınıyorum yanıtını verirken, 150’si (%37,13) ancak sorduklarında onlarla aynı siyasal görüşte olduğumu söylerim, 49’u (%12,13) arkadaşlarımla siyasal görüşlerime paylaşımlar yaparım ve 73’ü (%18,07) onlarla aynı siyasal görüşte olduğumu söylerim olarak ilgili soruyu cevaplamıştır. Elde edilen verilerden Facebook kullanıcılarının siyasal görüşleri yakın çevresi tarafından paylaşılsın ya da paylaşılsın, siyasal görüşlerini ifade etmekten kaçındıkları yorumunu yapmak mümkündür.

Katılımcıların Siyasi Görüşleri Kendisinden Farklı Olan Kişilerin Yaptıkları Sohbeta Katılmaya Yönelik Tutumları

Katılımcılara siyasal görüşü farklı olan kişilerin siyasal konular hakkında yaptıkları sohbeta katılmaya yönelik verdikleri yanıtlar incelendiğinde verilen cevapların asla ve belki basamağında yoğunlaştığı görülmektedir.

Tablo 5

Katılımcıların Siyasi Görüşleri Kendisinden Farklı Olan Kişilerin Yaptıkları Sohbeta Katılmaya Yönelik Tutumlarına İlişkin Frekans (f) ve Yüzde (%) Değerleri

	Siyasi Görüşü Farklı Olan Kişilerin Yaptıkları Sohbeta Katılma	
	f	%
Asla	92	22,77
Belki	148	36,63
Muhtemelen	83	20,54
Katılırim	51	12,62
Kesinlikle katılırim	30	7,43

Tablo 5'e göre Facebook kullanıcılarının 92'si (%22,77) asla, 148'i (%36,63) belki, 83'ü (%20,54) muhtemelen, 51'i katılırim (%12,62) ve 30'u (%7,43) kesinlikle katılırim yönünde cevap vermiştir.

Siyasi Görüşlerin Azınlıkta Olduğunu Düşünme ve Facebook'ta Gizlilik Ayarlarını Değiştirme Sıklığı Arasındaki İlişki

Araştırmaya katılan Facebook kullanıcılarının 157'si (%38,86) siyasal görüşünün ülkede yaşayan insanların çoğunluğu tarafından paylaşıldığını düşünürken, 247'si (61,14) kamuoyu kanaatinin dışında kaldığını düşündüğünü belirtmiştir. Katılımcıların Facebook'ta yaptıkları paylaşımların bazı arkadaşları tarafından görülmemesi için gizlilik ayarlarını değiştirme sıklığına ilişkin yanıtlar incelendiğinde kullanıcıların çoğunun (%65) yaptıkları bir paylaşımda arkadaş çevrelerinin görmemesi için en az bir kere de olsa gizlilik ayarlarını değiştirdiğini göstermektedir. Katılımcıların 140'ı (%34,65) gizlilik ayarlarını hiç değiştirmedini belirtirken, ilgili soruya 100'ü (%24,75) nadiren, 107'si (%26,49) ara sıra, 21'i (%5,20) genellikle ve 36'sı (%8,91) her zaman cevabını vermiştir.

Tablo 6

Siyasi Görüşlerin Azınlıkta Olduğunu Düşünme ve Facebook’ta Gizlilik Ayarlarını Değiştirme Sıklığı Arasındaki İlişkinin Korelasyon Analizi ile İncelenmesi

Facebook’ta Gizlilik Ayarlarını Değiştirme Sıklığı	Siyasi Görüşlerin Azınlıkta Olduğunu Düşünme	
	Korelasyon Katsayısı	,072
	Anlamlılık(Çift kuyruk) kuyruk)	,151
	N	404

Facebook’ta gizlilik ayarlarını değiştirme sıklığı ve azınlıkta olduğunu düşünme arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda değişkenler arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki tespit edilememiştir. Facebook’ta yapılan paylaşımların bazı kişiler tarafından görülmemesi için siyasi görüşlerinin azınlıkta olduğunu düşünen kullanıcıların gizlilik ayarlarını değiştirerek suskunluk sarmalı oluştuğunu göstermek araştırmanın önemli sonuçlarından biri olmasına rağmen analiz bulgularına göre iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olduğunu varsayan çalışmanın bir numaralı hipotezi reddedilmiştir.

Siyasi Görüşlerin Azınlıkta Olduğunu Düşünme ve Facebook’ta Paylaşım Yapmaya Yönelik Kaygı Arasındaki İlişki

Araştırmaya katılanların Facebook paylaşımlarına arkadaş çevrelerinden alabilecekleri tepkilere ilişkin duydukları kaygı incelendiğinde 173’ü (%42,82) yaptıkları paylaşımlardan hiç kaygı duymadığını belirtirken, 127’si (%31,44) nadiren, 77’si (%19,06) ara sıra, 16’sı (%3,96) çok sık ve 11’i (%2,72) her zaman kaygı duyduğunu ifade etmiştir.

Tablo 7

Siyasal Görüşlerin Azınlıkta Olduğunu Düşünme ve Facebook'ta Paylaşım Yapmaya Yönelik Kaygı Arasındaki İlişkinin Korelasyon Analizi ile İncelenmesi

Facebook'ta Paylaşım Yapmaya Yönelik Kaygı	Siyasi Görüşlerin Azınlıkta Olduğunu Düşünme	
	Korelasyon Katsayısı	,095
	Anlamlılık(Çift kuyruk)	,055
	N	404

Tablo 7 incelendiğinde kullanıcıların Facebook'ta paylaşım yapmaya duydukları kaygı ve siyasi düşüncelerinin azınlıkta olduğunu düşünme arasında korelasyon katsayısının 0,95 ve değişkenlerin arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Buna göre H2 hipotezi kabul edilmiştir.

Siyasi Görüşlerin Azınlıkta Olduğunu Düşünme ve Facebook'ta Yorum Yapmaktan Çekinme Arasındaki İlişki

Katılımcıların Facebook'ta yaptıkları yorumlara arkadaş çevrelerinden alabilecekleri tepkilere ilişkin duydukları kaygı için verilen cevaplar incelendiğinde katılımcıların yarıdan fazlasının (yaklaşık %70) nadiren de olsa kaygı duyduklarını belirtmiştir. Ankete katılan 123 kişi (%30,45) Facebook'ta yaptıkları yorumlardan hiç kaygı duymadığını ifade ederken, ilgili soruya 144'ü (35,64) nadiren, 97'si (24,01) ara sıra, 30'u (%7,43) genellikle ve 10'u (2,48) her zaman cevabını vermiştir.

Tablo 8

Siyasi Görüşlerin Azınlıkta Olduğunu Düşünme ve Facebook’ta Yorum Yapmaktan Çekinme İlişkinin Korelasyon Analizi ile İncelenmesi

Facebook’ta Yorum Yapmaktan Çekinme	Siyasal Görüşlerin Azınlıkta Olduğunu Düşünme	
	Korelasyon Katsayısı	,029
	Anlamlılık(Çift kuyruk)	,558
	N	404

Facebook’ta gizlilik ayarlarını değiştirme sıklığı ve azınlıkta olduğunu düşünme arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda değişkenler arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki tespit edilememiştir. Dolayısıyla iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olduğunu varsayan çalışmanın üç numaralı hipotezi reddedilmiştir.

Siyasi Görüşlerin Azınlıkta Olduğunu Düşünme ve Facebook’ta Siyasal Düşüncelerini Gerçek Hayatta Olduğundan Daha Rahat İfade Etme Arasındaki İlişki

Araştırmaya katılanların 314’ü (%77,72) Facebook’ta siyasal düşüncelerini gerçek hayatta olduğundan daha rahat ifade edemediğini belirtirken, 90’ı (%22,28) ifade edebildiği yönünde yanıt vermiştir.

Tablo 9

Siyasi Görüşlerin Azınlıkta Olduğunu Düşünme ve Facebook’ta Siyasal Düşüncelerini Gerçek Hayatta Olduğundan Daha Rahat İfade Edebilme Arasındaki İlişkinin Korelasyon Analizi ile İncelenmesi

Facebook’ta Siyasal Düşüncelerini Gerçek Hayatta Olduğundan Daha Rahat İfade Edebilme	Siyasi Görüşlerin Azınlıkta Olduğunu Düşünme	
	Korelasyon Katsayısı	,171
	Anlamlılık (Çift kuyruk)	,001
	N	404

Facebook'ta siyasi görüşlerini gerçek hayatta olduğundan daha rahat ifade edebilme ile siyasal düşüncelerin azınlıkta olduğunu düşünme arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. İki değişken arasındaki Pearson korelasyon katsayısı 0,171'dir. Buna göre siyasi görüşlerinin çoğunluk tarafından benimsenmediğini düşünen katılımcılar, Facebook'ta görüşlerini daha rahat ifade edebildiğini düşünmektedir. Dolayısıyla değişkenler arasında ilişki öngören H4 hipotezi kabul edilmiştir.

Siyasi Görüşlerin Azınlıkta Olduğunu Düşünme ve Siyasi Düşüncenin Aktarılmasında Facebook'u Yararlı Bulma Arasındaki İlişki

Araştırmada ayrıca siyasal düşüncelerin azınlıkta olduğunu düşünme ve siyasi düşüncenin aktarılmasında Facebook'u yararlı bulma değişkenleri arasında herhangi bir ilişki olup olmadığını anlamak amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır.

Tablo 10

Siyasi Görüşlerin Azınlıkta Olduğunu Düşünme ve Siyasi Görüşlerin Aktarılmasında Facebook'u Yararlı Bulma Arasındaki İlişkinin Korelasyon Analizi ile İncelenmesi

Siyasi Görüşlerin Aktarılmasında Facebook'u Yararlı Bulma	Siyasi Görüşlerin Azınlıkta Olduğunu Düşünme	
	Korelasyon Katsayısı	,006
	Anlamlılık (Çift kuyruk)	,900
	N	404

Tablo 10'da arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir. Elde edilen sonuçlardan siyasi görüşlerinin azınlıkta olduğunu düşünen katılımcılar her ne kadar siyasi görüşlerini Facebook'ta gerçek hayatta daha rahat ifade edebildiklerini düşünse de bunun etkili olduğunu düşünmemektedir. Katılımcılara siyasi görüşlerin aktarılmasında önemli olduklarını düşündükleri yöntemlerde de Facebook ortalamasının oldukça düşük olması elde edilen bulguyu desteklemektedir. Buna göre H5 hipotezi reddedilmiştir.

Siyasal Bilgi Düzeyinin Yüksek Olduğunu Düşünme ve Siyasi Görüşlerin Aktarılmasında Facebook’u Yararlı Bulma Arasındaki İlişki

Araştırmaya katılanların siyasal gündeme ilişkin bilgi düzeyini gösteren sonuçlar incelendiğinde örneklemin çoğunluğunun orta ve üstü düzeyde siyasal bilgiye sahip olduğunu düşündüğü görülmektedir. Katılımcıların 24’ü (%5,94) siyasal bilgisinin çok düşük olduğunu düşünürken, 29’u (7,18) düşük, 144’ü (35,64) orta, 156’sı (%38,61) yüksek ve 51’i (%12,62) siyasal gündeme ilişkin bilgisinin çok yüksek olduğunu belirtmiştir.

Tablo 11

Siyasi Görüşlerin Aktarılmasında Facebook’u Yararlı Bulma ve Siyasal Bilginin Yüksek Olduğunu Düşünme Arasındaki İlişkinin Korelasyon Analizi ile İncelenmesi

Siyasi Görüşlerin Aktarılmasında Facebook’u Yararlı Bulma	Siyasal Bilgi Düzeyinin Yüksek Olduğunu Düşünme	
	Korelasyon Katsayısı	,278
	Anlamlılık (Çift kuyruk)	,000
	N	404

Siyasi görüşlerin aktarılmasında Facebook’u yararlı bulma ve siyasal bilginin yüksek olduğunu düşünme arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda değişkenler arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Dolayısıyla iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olduğunu varsayan çalışmanın altı numaralı hipotezi kabul edilmiştir.

Katılımcıların Facebook’ta Siyasal Bilgilenme ve Katılım Davranışlarına İlişkin Faktör Analizi

Facebook’ta siyasal bilgilenme ve katılma davranışlarını yansıtan 10 ifadenin katılımcılar tarafından gerçekleştirilme sıklığı incelendiğinde siyasal tartışma gruplarına katılma (73,76), siyasal kampanya düzenleme (90,84), siyasal gruplara üye olma (74,75), politikacıların sayfalarını takip etme (47,52), siyasal konular hakkında yorum yapma (49,50), siyasal içerikler paylaşma (%45,05) ve siyasal görüşleri yakın olan kişilerle iletişim kurma (%48,02) davranışlarının asla sıklık basamağında

yoğunlaştığı görülmektedir. Diğer yandan siyasal gündeme ilişkin haberleri okuma (%33,17) ve siyasal içerikli videolar izleme (%34,90) davranışları ara sıra sıklık basamağında yoğunlaşmaktadır. Siyasal gündeme ilişkin haberleri okuma (%15,59) her zaman sıklık basamağında en yüksek ortalamaya, siyasal kampanya düzenleme (%0,50) ve siyasal tartışma gruplarına katılma (%0,99) ifadeleri en düşük ortalamaya sahip olan katılım davranışlarıdır.

Facebook'ta siyasal bilgilenme ve katılma ölçeğindeki maddeler değişken sayısını azaltmak için faktör analizine tabi tutulmuş ve yeterli değeri sağlamadığı tespit edilen "Facebook'ta siyasal görüşleri benden farklı olan kişilerle iletişim kurarım" ifadesi çıkarılmış ve siyasal bilgilenme ve katılım değişkenini ölçen sorular tek faktör haline getirilmiştir. Ölçeğin genel güvenilirliği Cronbach Alpha=0.852 olarak çok yüksek bulunmuştur. Ölçeğe ait oluşan faktör yapısı Tablo 12'de görülmektedir.

Tablo 12

Değişken Matrisi

	Değişken
Facebook'ta siyasal konular hakkında yorum yaparım.	,817
Facebook'ta siyasal içerikli haber, video ya da fotoğrafları arkadaşlarımla paylaşıyorum.	,807
Facebook'ta siyasal konular hakkında açılan tartışma gruplarına katılıyorum.	,776
Facebook'ta siyasal içerikli videolar izlerim.	,751
Facebook'ta siyasal gruplara üye olurum.	,741
Facebook'ta politikacıların sayfalarını takip ederim.	,722
Facebook'ta siyasal gündeme ilişkin haberleri okurum.	,697
Facebook'ta siyasal görüşleri bana yakın olan kişilerle iletişim kurarım.	,615
Facebook'ta siyasal kampanyalar düzenlerim.	,566

Facebook’ta Siyasal Bilgilenme ve Katılım ve Siyasal Bilginin Yüksek Olduğunu Düşünme Arasındaki İlişki

Facebook’ta siyasal bilgilenme ve katılım düzeyi ve katılımcıların siyasal bilgilerinin yüksek olduğunu düşünme arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucu Tablo 13’te gösterilmiştir.

Tablo 13

Facebook’ta Siyasal Bilgilenme ve Katılım ve Siyasal Bilgi Düzeyinin Yüksek Olduğunu Düşünme Arasındaki İlişkinin Korelasyon Analizi ile İncelenmesi

Siyasal Bilgilenme ve Katılım	Siyasal Bilgi Düzeyinin Yüksek Olduğunu Düşünme	
	Korelasyon Katsayısı	,462
	Anlamlılık (Çift kuyruk)	,000
	N	404

Tabloda korelasyon katsayısının 0,462 ve değişkenler arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Buna göre Facebook’ta siyasal bilgilenme ve katılım düzeyi yüksek olan kullanıcılar, siyasal bilgi düzeyinin yüksek olduğunu düşünmektedir. Dolayısıyla iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olduğunu varsayan çalışmanın yedi numaralı hipotezi kabul edilmiştir.

Yakın ve Uzak Çevrenin Siyasi Görüşlerine Önem Verme Arasındaki Farkın Bağımlı Örneklemeler için T Testi ile İncelenmesi

Katılımcıların yakın çevrelerini oluşturan kişilerin siyasal düşüncelerini öğrenmeye ilişkin soruya verdikleri yanıtlar incelendiğinde cevapların 120’si (%29,70) hiç önemli değil, 90’ı (22,28) biraz önemli, 88’i (%21,78) orta derecede önemli, 82’si (%26,49) önemli ve 24’ü (%5,94) çok önemli olarak dağıldığı görülmektedir. Araştırma kapsamında katılımcılara yöneltilen ülkenizde yaşayan insanların siyasal görüşlerini öğrenmenin ne kadar önemli olduğuyla ilgili soruya 90’ı (%22,28) hiç önemli değil, 87’si (%21,53) biraz önemli, 85’i (21,04) orta derecede önemli, 107’si (%26,49) önemli ve 35’i (%8,66) çok önemli yanıtını vermiştir.

Tablo 14

Yakın ve Uzak Çevrenin Siyasal Düşüncelerini Öğrenmenin Önemine İlişkin Bağımlı Gruplar İçin t-Testi Sonuçları

	N	Ort.	S.D.
Yakın Çevre	404	2,50	1,269
Uzak Çevre	404	2,78	1,293

T= -5,521 df= 403 p= ,000

Facebook kullanıcılarının yakın çevrelerinin siyasal görüşünü öğrenmeye verdikleri önem ile ülkede yaşayan diğer bireylerin siyasal görüşünü öğrenmeye verdikleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını anlamak amacıyla bağımlı gruplar için t-testi analizi yapılmıştır. Tablo 28'e göre Facebook kullanıcılarının ilgili değişken puanları arasında %95 güven aralığında, anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir ($p=,000<0.05$) ancak değişkenler arasındaki ilişki ters yönlüdür. Buna göre kullanıcıların yakın çevrelerinin siyasi görüşlerine verdikleri önem seviyesi arttıkça, tanımadıkları ve uzak çevrelerini oluşturan kişilerin siyasi görüşlerine verdikleri önem azalmaktadır. Araştırmanın son hipotezi de kabul edilmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Neumann'ın geliştirdiği ve temelde insanların düşüncelerini, diğer insanların nasıl düşündüğünü algılamasına bağlı olarak oluşturduğunu varsayan suskunluk sarmalı teorisi, kişinin görüşlerinin egemen görüşler arasında olmadığına inandığında, görüşlerini ifade etmeye daha az eğilimli olduğunu ve böylece egemen düşüncenin daha da güçlenerek alternatif görüşlerin azaldığını ileri sürer. Böylece toplumdaki bir grup insan konuşurken diğer grup sessiz kalır ve suskunluk sarmalı başlar. Azınlıkta kalan bireyler ya siyasal kanaatlerini belirtmekten kaçınır ya da egemen görüş yönünde düşüncelerini belirtir ancak iktidarın ve egemen ideolojinin taşıyıcısı olan konvansiyonel medya karşısında kendisini aciz hisseden bireyin ifade özgürlüğü alanı, yeni iletişim teknolojileriyle birlikte genişlemiştir. Bu nedenle konvansiyonel medyada yer alan egemen söylemin yerine, seslerini duyuramayan, temsil edilemeyen ya da yanlış temsil edilen grupların sosyal medyada yer bularak suskunluk sarmalının kırılacağı düşünülmektedir.

Yapılan bu araştırma sonucunda kullanıcıların siyasi görüşlerinin azınlıkta olduğunu düşündüklerinde Facebook'taki tutum ve davranışları

ve Facebook'ta siyasal bilgilenme ve katılma davranışlarıyla ilgili bilgi toplanmıştır. Çalışmada öncelikle Facebook kullanıcılarının siyasi görüşlerinin azınlıkta olduğunu düşünme ve Facebook davranışları arasındaki ilişki incelenmiştir ve gerçekleştirilen korelasyon analizlerine göre azınlıkta olduğunu düşünme, Facebook'ta paylaşım yapmaya ilişkin kaygı dışında, gizlilik ayarlarını değiştirme sıklığı ve yorum yapmaktan çekinme değişkenleriyle pozitif ilişkili bulunmamıştır. Dolayısıyla elde edilen sonuçlara göre siyasi görüşlerinin azınlıkta olduğunu düşünen kullanıcılar sadece Facebook'ta siyasi içerikli paylaşım yapmaya yönelik kaygı duymaktadır. Siyasi görüşlerin azınlıkta olduğunu düşünme değişkeni ve Facebook'a yönelik tutumlar arasındaki korelasyon analizi incelendiğinde Facebook'ta siyasi görüşlerin gerçek hayatta olduğundan daha rahat ifade edilebilmesi ve siyasal görüşlerin azınlıkta olduğunu düşünme arasında pozitif bir ilişki tespit edilirken, diğer değişken olan siyasi görüşlerin aktarılmasında Facebook'u yaralı bulma arasında herhangi bir ilişki bulunmamıştır. Bu sonuç kamuoyu kanaatinin dışında kaldığını düşünen bireyin gerçek hayatla karşılaştırıldığında Facebook'ta siyasi görüşlerini daha rahat ifade edebildiğini düşünürken, Facebook'u genel anlamda görüşlerin ifade edilebileceği siyasi bir platform olarak görmediği şeklinde yorumlanabilir. Çalışma grubunun siyasi görüşlerini ifade etmede Facebook'u geleneksel yöntemler ve kişilerarası iletişime göre daha yararlı bulmaları elde edilen sonuçları desteklemektedir.

Katılımcıların çoğunluğu siyasal gündeme ilişkin siyasal bilgi düzeyinin yüksek olduğunu düşünürken, gerçekleştirilen korelasyon analizine göre siyasal bilgi düzeyinin yüksek olduğunu düşünme ve siyasi görüşlerin aktarılmasında Facebook'u yararlı bulma değişkenleri arasında pozitif bir ilişki olduğu görülmüştür. Katılımcıların Facebook'ta siyasal bilgilenme ve katılım düzeyi ve siyasal bilgi düzeyinin yüksek olduğunu düşünme arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere gerçekleştirilen korelasyon analizine göre de değişkenler arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle Facebook'ta siyasal bilgilenme ve katılma davranışlarını gerçekleştiren kullanıcılar, siyasal gündeme ilişkin bilgi düzeyinin yüksek olduğunu düşünmekte ve siyasi düşüncelerini aktarmak için Facebook'un yararlı bir platform olduğunu düşünmektedir. Çalışmada son olarak Facebook kullanıcılarının yakın çevrelerinin siyasal görüşlerini öğrenmeye verdikleri önem ile ülkede yaşayan diğer bireylerin siyasi görüşlerini öğrenmeye verdikleri önem arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını anlamak amacıyla bağımlı gruplar için t-testi analizi yapılmış ve değişkenler arasında ters yönlü ilişki olduğu görülmüştür. Katılımcıların yakın çevrelerinin siyasi görüşlerine verdikleri önem seviyesi arttıkça, uzak çevrelerini oluşturan kişilerin siyasi görüşlerine

verdikleri önem azalmaktadır.

Sonuç olarak bu çalışma demokrasiyi ve sivil toplumu güçlendirdiği düşünülen sosyal medyanın Türkiye'deki en çok kullanılan platformu Facebook'ta suskunluk sarmalının oluşmaya başladığını göstermesi bakımından, yeni iletişim ortamları, demokrasi ve siyasal katılım çerçevesinde yapılacak çalışmalar için önemli sonuçlar ortaya çıkarmıştır. Araştırmadan elde edilen veriler katılımcıların öznel bildirimlerine dayalıdır ve Facebook kullanıcılarının siyasal içerikli bir araştırmaya katılıma ilişkin tereddüt etmeleri ya da katılmayı reddetmeleri araştırma grubunun sınırlı tutulmasına neden olmuştur. Bu konuda farklı sosyal medya platformları kullanan kişilerle odak grup ya da derinlemesine mülakat gibi nitel analiz yöntemleriyle daha uzun sürelerde gerçekleştirilecek araştırmaların, suskunluk sarmalı ve sosyal medya çerçevesinde gerçekleştirilen çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça /References

Atabek, N. (2002). Kamuoyu, medya ve demokrasi. *Kurgu Dergisi*, 19, 223-238.

Chen, K. (2011). A test of the spiral of silence theory on young adults' use of social networking sites for political purposes. (Yayınlanmamış doktora tezi, Iowa State University, Iowa)

Dashti, A. A., Al-Abdullah, H. H. and Johar, H. A. (2015). Social media and the spiral of silence: The case of Kuwaiti female students' political discourse on twitter. *Journal of International Women's Studies*, 16(3), 42-53.

Daver, B. (1969). *Siyaset bilimine giriş*. Ankara: Doğan Yayınevi.

Dik, U. (2015). Sosyal medyanın suskunluk sarmalı kuramı açısından incelenmesi: Twitter üzerinden "çözüm süreci" ve "nükleer enerji" tartışmaları. (Yayınlanmamış doktora tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya).

Elshahed, H. T. S. (2014). Revisiting the spiral of silence in a social media environment: Egypt's 2014 presidential election as a case study. (Yayınlanmamış doktora tezi, The American University Department of Journalism and Mass Communication, Cairo).

Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2005). *Öteki kuram: Kitle iletişim kuram ve araştırmalarının tarihsel ve eleştirel bir değerlendirmesi*. Ankara: Erk.

Güngör, N. (2013). *İletişim kuramlar yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal.

Hampton, K., Rainie L., Lu, W., Dwyer, M., Shin, I. and Purcell, K. (2014). Social media and the spiral of silence. Erişim Tarihi: 04.01.2018, <http://www.pewinternet.org/2014/08/26/social-media-and-the-spiral-of-silence/>.

Kağıtçıbaşı, Ç. ve Cemalcılar, Z. (2017). *İnsan ve insanlar: Sosyal psikolojiye giriş*. İstanbul: Evrensel.

Kapani, M. (2007). *Politika bilimine giriş*. İstanbul: Bilgi.

Lang, K. (2014). Opinion expression on social networking sites: Testing an adapted spiral of silence model for political discussion on Facebook. (Yayımlanmamış doktora tezi, University of Miami).

Mahmutoğlu, M. (2016). Suskunluk sarmalı bağlamında y kuşağının sosyal medya kullanımı. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul).

Malaspina, C. (2013). The spiral of silence and social media: Analysing Noelle-Neumann’s phenomenon application on the web during the Italian political elections of 2013. (Yayımlanmamış doktora tezi, London School of Economics and Political Science, Department of Media and Communications, London).

Neill, S. A. (2009). The alternate channel: How social media is changing the spiral of silence theory in GLBT communities of color. (Yayımlanmamış doktora tezi, American University, Washington, D.C.).

Noelle-Neumann, E. (2002). Suskunluk sarmalı kuramının medyayı anlamaya katkısı. S. İrvan (Ed.), *Medya kültür siyaset içinde* (ss. 273-281). Ankara: Alp

Noelle-Neumann, E. (1998). *Kamuoyu: Suskunluk sarmalının keşfi* (M. Özkök, Çev.). Ankara: Dost.

Rogers, E. (1995). *Diffusion of innovations*. New York: The Free Press.

Steinberg, A. (2014). Genç seçmenler ve web 2.0 ile politik katılım: Facebook genç vatandaşların seçime katılımını artırabilir mi? B. Çoban (Ed.), *Sosyal medya devrimi içinde* (ss. 154-171). İstanbul: Su.

Tavşancıl, E. (2002). *Tutumların ölçülmesi ve spss ile veri analizi*. Ankara: Nobel.

Tosunay, D. ve Çolak, F. Ü. (2016). Sosyal medyada otosansür: Facebook örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(2). <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/234630>.

Summary

The spiral of silence theory, proposed by Elisabeth Noelle-Neumann by the early 1970s, relies on the idea that people remain silent when they realize their views are in opposition to the majority view on a subject due to fear of being isolated. According to the theory of spiral of silence, individuals who feel that they are in the majority speak up however, individuals with minority opinions either alter their ideas to conform to the majority's stance or remain silent. This increases the impression of the majority view's dominance in society. Individuals constantly monitor their environment and media to learn the 'majority' side of an issue or opinion.

Previous studies have investigated the extent to which the conventional media were used to assess the climate of opinion however new communication technologies have introduced a better method for assessment as individuals have been given a platform to speak up and voice opposing views. The individual who realizes his political ideas are shared by other members of the society is believed to express his opinions without fear of isolation. Although numerous studies have been conducted on the spiral of silence since Noelle-Neumann formulated the theory, researchers have focused on examining the spiral of silence process on social media in the last decade. Facebook, the most popular social networking site in the world as well as in Turkey has become the centre of interest for much research on engagement in alternative or new forms of political participation. This study aimed to investigate the attitude and behaviour of Facebook users when they feel their political views are in opposition to the majority. The first part of the paper reviews existing literature addressing the spiral of silence theory. Following this, the second and third sections include research findings and the conclusion sums up the evaluation of findings.

Based on theoretical framework (Chen, 2011; Elshahed, 2014; Lang, 2014), a survey consisting of 33 questions was developed related to spiral of silence and Facebook usage. A pilot study was conducted to test the overall quality of the survey. The total number of respondents in the study comprised 404 Facebook users living in Istanbul who were selected via snowball technique. In the initial study, the online questionnaire was lodged on the website of an online survey system and 428 questionnaires were done however, 24 questionnaires were rejected because of missing information. In order to resolve and interpret data Pearson correlation, factor analysis, paired-samples t test were conducted.

Spiral of silence proposes that people’s willingness to speak out about politics depends on their assessment of being in the majority or minority. According to findings, when Facebook users hold the minority opinion, they feel anxious about sharing political posts on Facebook. Although they do not regard Facebook as a political platform, they think they can express their political opinions freely on Facebook in contrast to offline communication. Respondents who are politically active on Facebook and consider themselves well-informed about politics find Facebook useful to express political views. Results of the study show spiral of silence theory still operates in the age of social media and confirm the existing research. Future studies could be carried out by increasing the sample size or conducting qualitative studies allowing in depth understanding of individuals.