

Y ve Z Kuşağının Siyasal Tutum ve Davranışlarının Oy Verme Yaklaşımları Çerçevesinde Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma^{1 2}

Eren KARATAŞ³ - Ahmet TARHAN⁴

Başvuru Tarihi: 14.10.2023

Kabul Tarihi: 15.02.2024

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Birey, siyasal ve toplumsal anlamda sosyalleşmeye ilk olarak ailede adım atmaktadır. İleriki yaşamında ise formel ve informal çevresiyle bulunduğu ilişki sonucunda siyasal ve toplumsal sosyalleşmesi şekillenmektedir. Bireyin bu alanlarda kimliğinin şekillenmesinin bir diğer önemli unsuru ise jenerasyon, kuşak ya da bir diğer isimle nesil kavramıdır. Kuşaklar genel olarak belirli zaman diliminde dünyaya gelen, süreç içerisinde benzer deneyimleri yaşayan ve bunun sonucunda benzer özellikler, tutumlar ya da inançlar taşıyabilen bireyleri ifade etmektedir. Bu çalışma, Y ve Z kuşağı bireylerinin siyasal tutum ve davranışını etkileyen faktörlere, ilgili bireylerin siyasal ilgilenim ve siyasal katılım düzeylerine yoğunlaşmaktadır. Bu doğrultuda çalışma kapsamında öncelikle ilgili bireylerin siyasal tutum ve davranışlarını etkileyen unsurlar literatürde oy verme modelleri olarak bilinen "Psikolojik, Sosyolojik ve Rasyonel" oy verme yaklaşımları çerçevesinde ne gibi farklılıkların veya benzerliklerin olduğunun ortaya koyulması amaçlanmakta, ayrıca ilgili bireyler, siyasal olaylara veya konulara ilişkin ilgi düzeyleri ve siyasal alana katılım düzeyleri açısından karşılaştırmalı bir olarak incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda 1980-2004 yaş doğumlu toplam 617 katılımcı ile saha araştırması yürütülmüştür. 04 Mart – 31 Mart 2022 tarihleri arasında anket tekniği kullanılarak gerçekleştirilen araştırmada Y ve Z kuşağı bireyleri arasında siyasal konulara ilgi ve katılım düzeyleri açısından farklılıklar ortaya çıkarken; oy verme yaklaşımları açısından ise çeşitli noktalarda benzeşmelerin ve farklılaşmanın meydana geldiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Kuşaklar, Z Kuşağı, Oy Verme Davranışı, Siyasal Toplumsallaşma, Oy Verme Modelleri

Atıf: Karataş, E. ve Tarhan, A. (2024). Y ve Z kuşağının siyasal tutum ve davranışlarının oy verme yaklaşımları çerçevesinde değerlendirilmesi üzerine bir araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(1), 393-414.

¹ Bu çalışma kapsamında Selçuk Üniversitesi Etik Komisyonundan 04 Mart 2022 tarihinde ve E-28304017-663.05-240653 nolu belge numarası ile etik kurul izni alınmıştır.

² İlgili çalışma Selçuk Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Prof. Dr. Ahmet TARHAN danışmanlığında yürütülmüş ve Eren KARATAŞ tarafından yazılmış "Y ve Z kuşağının siyasal tutum ve davranışlarının oy verme yaklaşımları çerçevesinde değerlendirilmesi üzerine bir alan araştırması" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

³ Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilimdalı, Doktora Öğrencisi, erenkaratas@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7743-1840

⁴ Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, tarhan@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4074-1914

A Research on Evaluating the Political Attitudes and Behaviors of Generation Y and Z in the Framework of Voting Approaches

Eren KARATAŞ⁵ - Ahmet TARHAN⁶

Submitted by: 14.10.2023

Accepted by: 15.02.2024

Article Type: Research Article

Abstract

In political and social terms, the individual first steps into socialization within the family. In his/her later life, his/her social and political socialization is shaped as a result of his/her relations with his/her formal and informal environment. Another important element in shaping the identity of the individual in these areas is the concept of generation. Generations generally refer to individuals who are born in a certain period of time, who have similar experiences and who may have similar characteristics, attitudes or beliefs as a result. This study focuses on the factors affecting the political attitudes and behaviors of Generation Y and Generation Z individuals and their political interest level and political participation. This study aims to reveal what differences or similarities there are within the framework of "Psychological, Sociological and Rational" voting approaches, which are known as voting models in the literature, and it also aims to examine the relevant individuals comparatively in terms of their level of interest in political events or issues and their level of participation in the political field. For this purpose, field research was conducted with a total of 617 participants born between 1980-2004. In the research conducted using the survey technique between March 4, 2022 and March 31, 2022, it is seen that there are differences in interest and participation levels in political issues among individuals of Generation Y and Z. At the same time, in terms of voting approaches, similarities and differentiation have been observed at various points.

Keywords: Generations, Generation Z, Voting Behavior, Political Socialization, Voting Patterns

⁵ Anadolu University Institute of Social Sciences, Department of Public Relations and Advertising, PhD student, erenkaratas@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7743-1840

⁶ Selçuk University, Faculty of Communication, Department of Public Relations and Publicity, tarhan@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4074-1914

Giriş

Siyaset hem teoride hem de uygulamada salt olarak bireye ve topluma dayanmakta ve bu iki unsur temelinde şekillenmektedir. Birey, toplum bilimi açısından “toplumları oluşturan düşünsel ve duygusal iradeyle ilgili nitelikleri toplum içinde belirlenen insanların her biri, fert” anlamına gelmektedir (TDK, 2021). Fakat birey doğası, benliği, ihtiyaçları ve istekleri açısından farklı biçimlerde ele alınabilir. Ayrıca herhangi bir insan grubu toplum olarak adlandırılmaz. Diğer bir deyişle toplumlar belirli bir sosyal yapının varlığına atıfta bulunan düzenli sosyal ilişkiler modelidir (Heywood, 2004, s. 40). Toplum özünü bireylerin oluşturduğu, içerisinde belirli formel ve informel grupları barındıran sosyal bir yapıyı işaret eder. “Sosyal sistem” olarak da adlandırılan bu sosyal yapılar, birbirleri arasında iletişimsel ilişkileri olan alt sistemler olarak siyaset, bilim, hukuk, eğitim ve ekonomi gibi yapılardan meydana gelir (Yoldaş, 2019, s. 47). Siyaset ise toplumsal sistemin bir alt sistemi olarak hem toplumsal yapıdan etkilenmekte hem de toplumsal yapıyı etkilemektedir (Aktaş, 2004). Toplum ve siyaset olgusunun bu etkileşimi siyasal toplumsallaşma/siyasal sosyalleşme olarak adlandırılmaktadır. Siyasal toplumsallaşma, bireyin siyasal sistemle ilgili olan tutum, inanç ve değerlerin edinildiği bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Greenberg, 1970, s.1; Inkeles, 1969, s. 616). Literatürde siyasal toplumsallaşmanın önemli etkenleri olarak aile (Shah, McLoad ve Lee, 2009; Çetin, 2003; Miller ve Sears, 1986), okul-eğitim (Aslan, 2001; Alkan, 1979; Andolina, Jenkins, Zukin ve Keeter, 2003; Niemi ve Sobieszek, 1977) ve kitle iletişim araçları (McQuail ve Windahl, 2005; Bakardjieva, 2003; Çambay, 2015) gibi unsurlar ön plana çıkmaktadır.

Bireyin siyasal toplumsallaşmasında önemli bir diğer etken ise yaş olgusudur. Yaş kavramı biyolojik ve kronolojik bağlamından ayrılarak sosyolojik anlamda, insanın yaşadığı olayları ve deneyimleri işaretlemenin bir yolu olarak nitelendirilebilir. Dolayısıyla bu olaylar ve deneyimlerle ilgili önemli olan sadece zaman kavramı değil aynı zamanda zamanın geçişi ve paralel olarak insan hayatında meydana gelen fiziksel, sosyal ve psikolojik değişikliklerdir (Morgan ve Kunkel, 2016, s. 21). Literatürde kohort analizi adı altında belirli yıllarda büyüyen insanları gruplar dahilinde inceleyerek siyasal tutum ve davranışlarının analizi yapılmaya çalışılmaktadır. Bu analizler sonucunda literatürde bireylerin siyasi tutum ve davranışlarının önceki nesillere göre önemli ölçüde farklı olduğu gözlemlenmekte (Hooghe, 2004, s. 331) ve aynı kuşaktaki bireylerin birbirleriyle benzer özelliklere sahip olduğu görülmektedir (Jennings K., 1979, s. 756). Sonuç olarak yaş kavramı kuşaksal açıdan, bireyin tecrübe edindiği belirli tarihsel olayların ve yaşam döngüsünün farklı süreçlerinin birey üzerindeki farklı etkilerinin bir sonucu olarak siyasal tutum ve davranışlarını da etkilediği söylenebilir (Klecka, 1971, s. 360).

Buradan yola çıkılarak sosyal ve politik anlamda değişimin arkasındaki en büyük itici güçlerden birisinin de kuşak değişimi olduğunu (Hooghe, 2004, s. 331) söylemek yanlış olmayacaktır. Bu noktada genç nesillerin ve gelecek kuşakların ülke siyaset sahnesinin bundan sonraki sahipleri olacağı düşünüldüğünde bu bireylerin siyasal tutum ve davranışlarını öğrenmek büyük önem arz etmektedir.

Çalışma kapsamında Türk siyaset sahnesinin önemli bir bölümünü oluşturan ve gelecekte bu sahneyi büyük ölçüde dönüştürecek olan Z kuşağı bireylerinin siyasal tutum ve davranışlarını bir üst jenerasyonu olan Y kuşağı bireylerle karşılaştırmalı olarak literatürde oy verme yaklaşımları/modelleri olarak bilinen Sosyolojik Yaklaşım, Psikolojik Yaklaşım/Partiyle Özdeşleşme Modeli ve Rasyonel Seçim/Ekonomik Oy Verme Modeli yaklaşımları kapsamında incelenmiştir. Bu çalışma halihazırda tam olarak iş hayatına atılmamış, siyasal yapılarla tam olarak etkileşim içerisine girmemiş ve dolayısıyla siyasal anlamda sosyalleşme süreci içerisinde olan Z kuşağı bireylerinin siyasal tutum ve davranışlarını anlayabilme açısından önem arz etmektedir.

Literatür Taraması

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın bağımlı değişkeni olarak *sosyolojik yaklaşım, psikolojik yaklaşım/partiyle özdeşleşme modeli ve rasyonel seçim yaklaşımı/ekonomik model* olarak kategorize edilen oy verme yaklaşımlarıyla ilgili teorik çalışmalar ele alınmaktadır.

Seçmen Tercihine Yönelik Oy Verme Yaklaşımları

Oy kelimesi TDK'ye göre (2021) “bir kurulun toplantısında görüşülen sorunlarla ilgili olarak, toplantıya katılanların birkaç seçenektan hangisini yeğlediğini im, söz ya da yazı ile belirtmesidir.” Oylamanın içeriği ilkokula giden bir çocuğun sınıf temsilcisi seçmesinden, apartman yöneticisinin seçilmesine ya da parti seçimine kadar daha birçok alanda değişkenlik gösterebilir. Sayısız çeşitliliğine rağmen oylama, salt olarak bir dizi öneri ya da seçenek karşısında karar vermektir. Ancak bu karar verme durumu, hayatımızda yaptığımız birçok seçimin aksine hem kolektif sonuçlar doğurur hem de kolektif bir faaliyettir (Evans, 2004, s. 4-5).

Günümüz demokratik toplumlarında siyasal anlamda yönetim erki yönetilenler tarafından seçim aracılığıyla belirlenmektedir. Ayrıca, demokratik anlamda siyasal alan geliştikçe siyasal erki denetleme ve seçme rolüne sahip olan bireylerin önemi daha da artmaktadır. Çünkü demokrasiye biçim ve anlam veren vatandaşların tutum ve davranışlarıdır. Dolayısıyla vatandaşların tutum ve davranışlarının nasıl şekillendiğini anlamak önem arz etmektedir (McAllister, 2018, s. 45).

Seçmenlerin davranışını analiz etmeye yönelik çalışmalar ilk olarak 1910'lu yıllarda başlayarak 1940'lı yıllara gelindiğinde özellikle ABD'de yoğun bir şekilde devam etmiştir. Bu alanda ilk sistemli çalışmalar 1913 yılında Andre Siegfried tarafından çizelge ve haritalar aracılığıyla yapılmış, 1940'lı yıllardan günümüze değin sosyolojik, psikolojik ve rasyonel tercih yaklaşımı çerçevesinde analizler yoğunlaşmıştır (Kalender, 1998, s. 41-42). Bu üç ana yaklaşım dışında rasyonel yaklaşım kapsamında da incelendiği görülen stratejik oy verme ve konuya oy verme davranışı ile ek olarak ideolojiye oy verme davranışı da literatürde ele alınan diğer yaklaşımlar olarak göze çarpmaktadır.

Sosyolojik yaklaşım: Literatürde Columbia modeli olarak da anılan sosyolojik yaklaşımın temelini Lazarsfeld, Berelson ve Gaudet'in bireylerin oy vermeye yönelik tutum ve davranışlarının hangi faktörler tarafından etkilendiğini açıklamaya çalıştıkları “Halkın Seçimi” çalışması oluşturmaktadır. Sosyolojik yaklaşım, parti kimliği ve rasyonel yaklaşım modellerinin aksine bireyselliği reddederek, oy vermenin grup temelli bir olgu olduğunu savunur. Bireyselliğin ön planda olduğu yaklaşımlar “nasıl” sorusu üzerinde yoğunlaşırken, sosyolojik yaklaşım ise “neden” sorusu üzerine yoğunlaşmaktadır. Ek olarak sosyolojik yaklaşımın temelinde oy vermeye yönelik tutum ve davranışlar grup üyelerinin bireysel değerleriyle değil, sosyal grupların toplumsal yapı içerisindeki pozisyonunda ve siyasal partilerle var olan ilişkisinin keşfedilmesi gerektiği yatmaktadır (Harrop ve Miller, 1987, s. 157). Diğer bir ifadeyle, bireyler çevresel etkileşim sonucunda çevresindeki diğer bireylerle benzeşmekte, benzer düşüncelere ve tutumlara sahip olmaktadır. Sosyolojik yaklaşımın “neden” sorusuna aradığı yanıt ise burada netleşmektedir.

Psikolojik yaklaşım/partiyle özdeşleşme modeli: Literatürde Michigan Modeli olarak da bilinen psikolojik yaklaşım ya da bir diğer ismiyle partiyle özdeşleşme modeli, 1960 yılında Campbell, Converse, Miller ve Stokes tarafından yapılan “Amerikalı Seçmenler” isimli çalışma sonrasında ortaya çıkmıştır. Sosyolojik yaklaşımın aksine siyasal tutum ve davranışların oluşmasında bireyselliğin ön planda olduğu bu modelin temelinde bireyin herhangi bir partiye karşı duyduğu psikolojik bir bağ/yakınlık (Kalender, 1998, s. 49) yatmaktadır. Bu psikolojik yakınlık, birey ve parti arasında istikrarlı ve sürekli bir biçimde devam eden, somut bir çıktı olarak devamlı oy vermeye dayalı, bir süre sonra sistematik olarak militanlığa doğru evrilmeyen bir partizanlıktır (Antunes, 2010, s. 155) Belirtmek gerekir ki, psikolojik oy verme yaklaşımı ile sosyolojik oy verme modeli taban

tabana zıt değillerdir. Diğer bir deyişle, sınıf kimliğinin her zaman siyasal tutum ve davranış ilişkisini etkileyen sabit bir unsur olarak ele almaktan ziyade bu ilişkiyi sosyal ve ekonomik değişkenlerdeki değişikliklere yanıt olarak zaman içinde değişikliğe uğrayacak bir değişken olarak ele almışlardır (Campbell, Converse, Miller ve Stokes, 1980, s. 8). Yani sosyal ve ekonomik anlamda meydana gelen olaylarda, bireyler sosyal çevrelerinden bağımsız bir şekilde siyasal tutum ve davranışlarını tekrardan şekillendirebilirler.

Rasyonel Seçim Yaklaşımı/Ekonomik Model: Rasyonel seçim teorisi, sosyal eylem teorileri ve ekonomik rasyonalite teorilerinin kombinasyonuyla geliştirilmiş oy verme davranış modelidir (Evans, 2004, s. 64). Literatürde bu modelin temelini esasen Anthony Downs'un 1957 yılında yapmış olduğu "An Economic Theory of Democracy" adlı çalışması oluşturmaktadır. Rasyonel seçim yaklaşımında, oy verme davranışı açısından bireye öznel bir değer atfedilmekte; karar süreci, bireyin oy vermesi durumunda fayda-zarar algısı, oy vereceği partiler arasındaki rekabetin durumu gibi çeşitli değişkenlerin değerlendirilmesi sonucunda olgunlaşmaktadır. Nitekim rasyonel teori, bireyin bu değişkenler arasındaki ilişkinin yönüne göre rasyonel bir seçim yapması esasına dayandırılmaktadır. Özetle, rasyonel seçim yaklaşımında birey oy verme davranışına araçsal bir anlam yükler, bireysel tercihlerini ve beklentilerini karşılayabilecek en muhtemel partiyi tercih eder (Ünal, 2016, s. 104). Diğer taraftan kimi görüşe göre, bireyler sadece kazançlarından dolayı değil aynı zamanda zararlarından dolayı da oy verdiği için cezalandırıcı oylama kategorisi, rasyonel seçim modeline eklenilebilmelidir (Sharlamenov ve Jovanoski, 2014, s. 22). Çünkü oy verdiği partinin uygulamalarından zarar gören birey, protesto amaçlı rakip bir partiye oy verebilir.

Yöntem

Literatürde Kristal Nesil, İnternet Kuşağı, Google Kuşağı, Yeni Sessiz Kuşak ve Com Kuşağı gibi farklı isimlerle adlandırılan Z kuşağı bireyler önümüzdeki yıllarda Türk siyasal hayatının ve seçmen kitlesinin önemli bir kısmını oluşturacak. Ancak bu kuşağa mensup bireylerin geçmiş dönemlerde tam anlamıyla siyasi tecrübelerinin olmaması ve hali hazırdaki toplumsal ve siyasal ortam sebebiyle bu bireylerin siyasal tutum ve davranışlarının ne yönde şekilleneceği tam olarak bilinmemektedir. Bu noktada, çalışmada öncelikli amaç; Z kuşağı bireylerinin siyasal tutum ve davranışları literatürde Sosyolojik Yaklaşım, Psikolojik Yaklaşım/Partiyle Özdeşleşme Yaklaşımı ve Rasyonel Seçim Yaklaşımı/Ekonomik Model olarak bilinen oy verme yaklaşımları çerçevesinde incelenerek yine Türk seçmen kitlesinin önemli bir diğer çoğunluğunu oluşturan Y Kuşağı bireylerle ne gibi farklılıkların ya da benzerliklerin olduğu irdelenmesidir. Ayrıca yürütülecek olan çalışma ilgili literatürdeki veri tabanına katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Yukarıda belirtilen amaç doğrultusunda çalışma kapsamında aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranacaktır;

Araştırma sorusu 1: Y ve Z kuşağı arasında psikolojik oy verme yaklaşımı açısından anlamlı bir farklılaşma var mıdır?

Araştırma sorusu 2: Y ve Z kuşağı arasında sosyolojik oy verme yaklaşımı açısından anlamlı bir farklılaşma var mıdır?

Araştırma sorusu 3: Y ve Z kuşağı arasında rasyonel oy verme yaklaşımı açısından anlamlı bir farklılaşma var mıdır?

Araştırma sorusu 4: Y ve Z kuşağı arasında siyasal ilgilenim düzeyi açısından anlamlı bir farklılaşma var mıdır?

Araştırma sorusu 5: Y ve Z kuşağı arasında siyasal katılım düzeyi açısından anlamlı bir farklılaşma var mıdır?

Araştırma sorusu 6: Y ve Z kuşağı arasında siyasal tutum ve davranışı etkileyen unsurları açıklayan oy verme yaklaşımları değerlendirmelerine ilişkin eğilimleri (ilgili değerlendirmelere verdikleri önem derecesi) arasında anlamlı bir farklılaşma var mıdır?

Çalışma 1980-2004 yıl doğumlu bireyler üzerinde 04.03.2022-31.03.2022 tarihleri arasında basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılarak bir alan araştırması yürütülmüştür. Literatürde kuşakların kategorize edilmesindeki genel kabul göz önüne alınarak (Ayhün, 2013) 1980-1999 yıl doğumlu bireyler Y Kuşağı, 2000-2004 yıl doğumlu bireyler Z Kuşağı olarak kategorize edilmiştir. Ayrıca Z kuşağı bireyler kategorize edilirken alt sınır, oy verme yaşı olan 18 ile sınırlandırılmıştır. Alan araştırması İç Anadolu Bölgesi'nde bulunan Eskişehir ilinde yürütülmüştür. Eskişehir'in toplam nüfusunun yarısından fazlası kırk dört yaş ve altı bireylerden oluşmaktadır. Kırk dört yaş altı bireylerin yaklaşık 2/3'sini de araştırmada kategorize edilen 1980 ve 2004 yaş grubu bireyler oluşturmaktadır (Eskişehir Büyükşehir Belediyesi, 2020). Eskişehir ilinin nüfus dağılımı ilgili yaş gruplarına daha kolay ulaşılabilmesi açısından araştırmaya fayda sağlamaktadır. Bu çalışma kapsamında Selçuk Üniversitesi Etik Komisyonundan 04 Mart 2022 tarihinde ve E-28304017-663.05-240653 nolu belge numarası ile etik kurul izni alınmıştır.

Araştırma kapsamında 100 kişi üzerinde öntest uygulanmıştır. Bu öntest sonuçları ve katılımcılardan sorular hakkındaki geri dönüşlere göre anket formuna son şekli verilerek saha araştırmasına devam edilmiştir. Anket araştırmasına toplamda 617 kişi katılım sağlamıştır. Ancak 36 anket formunun hatalı kodlandığı tespit edilerek bu formlar analiz dışı bırakılmıştır.

Araştırma kapsamında güvenilirliği ve geçerliliği kanıtlanmış çalışmalardan oluşturulan ölçeklerden yararlanılmıştır. Bu doğrultuda Öztürk Küçük ve Toklu'nun çalışmasındaki çeşitli çalışmalardan yararlanılarak Koç (2020) tarafından oluşturulan siyasal ilgilenim ölçeğinden, yine çeşitli çalışmalardan faydalanarak Öztürk (2017) tarafından oluşturulan seçmen davranışı ölçeğinden faydalanılmıştır. Son olarak da Topbaş (2010) tarafından oluşturulan siyasal katılım ölçeğinden faydalanılmıştır.

Anket formu dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine yönelik değerlendirmeler bulunmaktadır. Anket formunun ikinci ve üçüncü bölümlerinde 5'li likert tipi ölçek kullanılmıştır. Her bir ifade "1=kesinlikle katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4=katılıyorum ve 5=kesinlikle katılıyorum" olarak kodlanmıştır; dördüncü bölümde ise her bir ifade "1=evet 2=hayır" olmak üzere kodlanmıştır. Anket formunun ikinci bölümünde, katılımcıların politik ilgilenim düzeylerini incelemeye yönelik 8 adet ifade bulunmaktadır; üçüncü bölümde sosyolojik oy verme davranışına yönelik 9 adet ifade, psikolojik oy verme davranışına yönelik 10 adet ifade, rasyonel oy verme davranışına yönelik ise 11 adet ifade bulunmaktadır. Son olarak Anket formunun dördüncü bölümünde de katılımcıların siyasal katılım düzeylerini incelemeye yönelik 19 adet ifade bulunmaktadır.

Y ve Z kuşağına mensup bireylerin siyasal tutum ve davranışlarını, siyaset olgusuna karşı ilgi düzeylerini ve siyasal katılımlarını incelemek, birbirleri arasındaki farklılıkları ya da benzerlikleri analiz etmek amacıyla oluşturulan araştırma sorularını ve hipotezleri test etmek için çeşitli istatistiksel analizlerden yararlanılmıştır. 2022 yılının Nisan ayında başlanılarak analiz edilen çalışmanın verileri SPSS 25.0 paket programı kullanılarak işlenmiştir.

Araştırmaya katılan bireylerin sosyo-demografik özelliklerini belirleme maksadıyla frekans-dağılım tablolarından yararlanılmıştır. Katılan bireylerin cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, aylık gelir düzeyi, mesleki durum ve medeni durumlarını betimlemek amacıyla frekans analizinden faydalanılmıştır.

Sıklık dağılımları ve grafikler toplanan verilerin yorumlanmasını ve karşılaştırılmasını kolaylaştırmaktadır. Dağılımlardaki terim sayısı ve bölümlendirme şekillerinin farklı olması, dağılımlar arasında değerler açısından karşılaştırmayı engeller. Dolayısıyla incelenen olayın normal büyüklüğü hakkında fikir verebilecek ve dağılımdaki değerleri simgeleyebilecek tek bir değere gereksinim duyulmaktadır; nitekim bu niteliklere sahip tek değer ortalamadır (Çömlekçi, 2005, s. 109). Ortalama verilerin özetini temsil eder (Field, 2005, s. 4); birey

grupları ya da şekil grupları arasında karşılaştırma yapılabilmesine de olanak sağlar (Gravetter ve Wallnau, 2010, s. 176). Ortalama kıyaslama yapma maksadıyla kullanılması durumunda, gözlemlenen bütün değerler üzerinde belirlenen en duyarlı ortalama olduğu için aritmetik ortalama tercih edilir (Serper, 2010, s. 123). Aritmetik ortalama ise dağılımdaki terimler toplamının terim sayısına oranıdır (Çömlekçi, 2005, s. 111). Bu doğrultuda katılımcılar arasında karşılaştırma yapılması amacıyla siyasi ilgilenim, siyasi katılım, siyasi tutum ve davranış ölçeğinin alt boyutları olan sosyolojik, psikolojik ve rasyonel oy verme bölümleri hesaplanmış ve aritmetik değerler kullanılmıştır.

Araştırma kapsamında iki bağımsız grubun karşılaştırılması amaçlanıyorsa, karşılaştırılacak olan iki gruptan rastlantısal olarak alınmış olan iki örneğin ortalamalarını karşılaştırmayı sağlayan bağımsız grup (independent grup) t-testinden faydalanılır (Tarhan, 2011, s. 258). Uygulanan t-testi ile gruplar arasında gözlemlenmiş olan farkın istatistiksel anlamda anlamlı olup olmadığını veyahut bu farkın rastlantısal bir biçimde meydana gelip gelmediği belirlenir (Büyüköztürk, 2020, s. 39). Bu doğrultuda çalışma kapsamında Y ve Z kuşağı bireyleri arasında siyasi ilgilenim düzeyleri açısından anlamlı bir fark olup olmadığını test etmek amacıyla t-testi kullanılmıştır. Yine siyasi tutum ve davranışları açısından anlamlı bir fark olup olmadığına yönelik de t-testi kullanılmıştır.

Araştırma kapsamında korelasyon analizinden de faydalanılmıştır. Korelasyon analizi temel olarak iki değişkenden birisi değişirken diğer değişkenin ne ölçüde ve ne yönde değiştiğinin bilgisini sağlar (Başol, 2020, s. 174). Çalışma kapsamında sosyolojik oy verme davranışı, psikolojik oy verme davranışı ve rasyonel oy verme davranışı arasında önem derecesini belirleyebilmek amacıyla korelasyon analizinden faydalanılmıştır.

Bulgular

Aşağıdaki Tablo 1’de politik ilgilenim ölçeği, siyasi tutum ve davranış ölçeğinin alt boyutları olan sosyolojik, psikolojik ve rasyonel oy verme modelleri ile siyasi katılım ölçeklerinin Cronbach’s Alpha değerleri verilmektedir.

Tablo 1
Güvenilirlik Analizi Test Sonuçları

Ölçekler	Cronbach’s Alpha Değerleri
Politik İlgilenim Ölçeği	0,889
Sosyolojik Oy Verme Modeli	0,795
Psikolojik Oy Verme Modeli	0,815
Rasyonel Oy Verme Modeli	0,872
Siyasal Katılım Ölçeği	0,826

Yukarıdaki bilgilere göre çalışmada kullanılan Politik İlgilenim Ölçeği ve Siyasi Katılım Ölçeği’nin güvenilirlik düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir. Güvenilirlik katsayısı 0 ile 1 arasında çıkmaktadır. Katsayının 0’a yakın olması ölçüm aracının güvenilir olmadığı anlamına gelmektedir. Ölçme aracının güvenilir olarak kabul edilmesi için katsayının 0.70 üzerinde olması beklenir (Yıldırım, 2017, s.170).

Katılımcıların Sosyo-demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan bireylerin cinsiyet dağılımı değerlendirildiğinde; toplam katılımcıların %59,7’lik dilimi kadınlar; %40,3’lük diliminin de erkeklerden oluştuğu görülmektedir.

Katılımcılar yaş dağılımlarına göre değerlendirildiğinde; Y Kuşağı olarak kategorize edilen 1980-1999 yıl doğumlu bireyler katılımcıların %51,8'ini; Z Kuşağı olarak kategorize edilen 2000-2004 yıl doğumlu bireyler katılımcıların ise %48,2'sini oluşturduğu görülmektedir.

Katılımcılar eğitim düzeylerindeki dağılımlarına göre değerlendirildiğinde; araştırmaya katılanların %4'ü ortaokul mezunu, %31,5'i lise mezunu, 48,4'ü üniversite %16,2'si lisansüstü düzey öğrenim durumuna sahip olduğu görülmektedir.

Katılımcılar aylık gelir dağılımlarına göre değerlendirildiğinde; araştırmaya katılanların %43'ü 0-1499 tl, %10'u 1500-2999, %10,3'ü 3000-4499, %11,2'si 4500-5999, %7,4'ü 6000-7499, %6,2'si 7500-8999, %5,2'si 9000-10.499, %6,7'si ise 10,500+ gelir düzeyine sahip olduğu görülmektedir.

Katılımcılar meslek durumları açısından değerlendirildiğinde; en yüksek paya sahip %55,8'i öğrenciler oluşturmaktadır. Diğer meslek gruplarının dağılımı ise şöyledir; katılımcıların %2,8'i işçi, %15,7'si özel sektör çalışanı, %2,2'si esnaf, %3,3'ü serbest meslek çalışanı, %10' u memur, %3,1'i ev hanımı, %7,2'si ise diğer (akademisyen, müzisyen, mimar, eczacı, çiftçi, tasarımcı, görsel sanatçı, mühendis, güvenlik personeli, doktor, sağlık turizmci, avukat, tekniker, öğretmen) meslek gruplarından oluşturmaktadır.

Katılımcılar medeni durumlarına göre değerlendirildiğinde; araştırmaya katılanların %20,8'inin evli, %79,2'sinin ise bekar olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan bireylerin frekans dağılımları genel olarak değerlendirildiğinde katılımcılar cinsiyet ve yaş dağılımları açısından dengeli bir dağılım sergilediği söylenebilir. Diğer taraftan eğitim durumunda lise mezunu ve üniversite mezunu katılımcıların, gelir durumunda 0-1499 tl aylık gelir elde eden katılımcıların, meslek durumunda öğrenci olan katılımcıların yüksekliği dikkat çekmektedir. Bu durumun başlıca nedeni olarak Z kuşağı olarak kategorize edilen bireyler, halihazırda halen lisede ya da üniversitede öğrencidir. Dolayısıyla meslek grupları açısından öğrencilerin sayısal olarak yükselmesine sebep olmaktadır. Ek olarak bu katılımcıların büyük bir çoğunluğun henüz maddi bir gelir elde edecek mesleklerinin olmaması sebebiyle gelir durumu değerlendirmesinde 0-1499 tl gelir değişkeni sayısal olarak yükselmektedir.

Katılımcıların Siyasal İlgilenim Düzeylerine İlişkin Bulgular

Aşağıdaki Tablo 2'de siyasal ilgilenim düzeyine ilişkin ifadelerin ankete katılan bireyler açısından ne derece önemli olduğunu saptamak amacıyla, siyasal ilgilenim düzeylerini ifade eden maddelerin aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları alınmıştır.

Tablo 2

Siyasal İlgilenim Düzeyine İlişkin Önem Derecesi

MADDELER	A.O.	S.S.
Seçimlerde vatandaşlık görevimi yerine getirmeyi ve mutlaka oy kullanmayı düşünüyorum.	4,23	1,24
Siyasi konularla ilgiliyimdir.	3,19	1,18
Siyaset benim için çok önemli bir konudur.	3,08	1,15
Çevremdekiler benim siyasi konulardaki fikirlerime önem verirler.	3,01	1,07
Siyasi konulardaki bilgi düzeyim oldukça yüksektir.	2,98	1,10
Siyaset benim hayatımda önemli bir yer tutar.	2,97	1,16
Etrafımdakilerle siyasi konularda sık sık sohbet ederim.	2,85	1,18
Aktif olarak siyasi hareketlere katılır, partimin gençlik kollarında görev alırım.	1,64	0,90

Araştırmaya katılan bireyler arasında siyasal ilgilenim düzeyine ilişkin maddelere verilen önem derecesi açısından en yüksek ortalamaya sahip "Seçimlerde vatandaşlık görevimi yerine getirmeyi ve mutlaka oy

kullanmayı düşünüyorum.” (A.O.=4,23) maddesi sahipken; bunu “Siyasi konularla ilgiliyimdir.” (A.O.= 3,19) ve “Siyaset benim için çok önemli bir konudur.” (A.O.= 3,08) maddeleri takip etmektedir. “Siyaset benim hayatımda önemli bir yer tutar.” (A.O.= 2,97), “Etrafımdakilerle siyasi konularda sık sık sohbet ederim.” (A.O.= 2,85) ve “Aktif olarak siyasi hareketlere katılır, partimin gençlik kollarında görev alırım.” (A.O.=1,64) maddeleri diğerlerine göre daha düşük bir ortalama değerine sahiptir.

Yukarıda verilen tablodaki verilere göre katılımcılar siyasi konulara ilgi göstermektedir. Ancak siyasi ilgilerine rağmen etrafındaki insanlarla siyasi konularda konuşmaktan diğer davranış biçimlerine nazaran uzak durdukları söylenebilir. Ek olarak katılımcıların büyük bir çoğunluğu vatandaşlık görevlerini yerine getirerek oy vermeyi düşünürken, bu ilgi siyasal olarak aktif bir görev üstlenme noktasında tam tersi bir yönelim göstermektedir.

Katılımcıların Oy Verme Modellerine Yönelik Tutum ve Davranışları Açısından Önem Derecesine İlişkin Bulgular

Aşağıdaki Tablo 3’te oy verme davranışlarına ilişkin ifadelerin ankete katılan bireyler açısından ne derece önemli olduğunu saptamak amacıyla, siyasal tutum ve davranışlara yönelik maddelerin aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları alınmıştır.

Tablo 3

Siyasal tutum ve davranış ölçeğine ilişkin önem derecesi

MADDELER	A.O.	S.S.
PO5. Oy verme kararım başkalarının kararından etkilenmez.	3,99	1,29
PO7. Oy verme kararımın medyadan etkileneceğini düşünmüyorum.	3,50	1,33
PO8. Oy verme kararım partilerin seçim çalışmalarından etkilenmez.	3,28	1,36
PO4. Oy verme kararımın asıl belirleyicisi ideolojik eğilimim olacaktır.	3,26	1,23
PO3. Oy verme kararımın asıl belirleyicisi oy verdiğim partinin kimliği olacaktır.	3,06	1,24
PO9. Benimle aynı politik görüşe sahip insanlarla iletişim kurmayı tercih ederim.	2,84	1,30
PO1. Oy verdiğim partiyle kendimi bir bütün gibi hissederim.	2,53	1,05
PO6. Oy verdiğim partiyle duygusal bir bağımın olması gerekir	2,16	1,10
PO2. Oy verme kararım benim için bir aile geleneğidir.	2,11	1,17
SO8. Herhangi bir siyasi partinin sadık seçmeni değilim	3,61	1,34
SIO. Kitle iletişim araçları seçim dönemlerinde benim için önemli bir bilgi kaynağı olacaktır.	3,09	1,26
SO4. Oy verirken ait olduğum sosyal grupların çıkarlarını gözeteyeceğim.	2,95	1,31
SO7. Ait olduğum toplumun değerlerine uygun partiye oy vermeyi düşünüyorum.	2,81	1,32
SO5. Oy verme kararımda ait olduğum bireysel çıkarlarımdan çok ait olduğum grupların çıkarları önemlidir.	2,75	1,26
SO6. Ait olduğum kültüre uygun partilere oy vermeyi düşünüyorum.	2,69	1,30
SO2. Ait olduğum sosyal sınıf oy verme davranışımın temel belirleyicisi olacaktır.	2,59	1,26
SO9. Oy verme kararımda medya önemli bir şekillendirici olacaktır.	2,26	1,14
SO1. Etnik kökenim oy verme davranışımın temel belirleyicisi olacaktır.	2,15	1,11
SO3. Dini inancım oy verme davranışımın temel belirleyicisi olacaktır.	1,99	1,15
RO11 Oy verme kararımı tek başına verebilecek bir yetiye sahip olduğumu düşünüyorum.	4,29	1,17
RO10. Oy verirken bireysel çıkarlarımdan çok toplumsal çıkarları gözeteyeceğim.	3,90	1,18
RO9. Beklentimi karşılayan partiyi bir sonraki seçimde oy vererek ödüllendiririm.	3,73	1,25
RO6. Oy verirken partilerin geçmiş performanslarını değerlendireceğim.	3,69	1,24
RO5. Bana en çok fayda sağlayacak partiye oy vermeyi düşünüyorum.	3,59	1,26
RO8. Beklentimi karşılamayan partiyi bir sonraki seçimde cezalandırırım.	3,48	1,36
RO4. Oy verirken tüm partileri değerlendireceğim.	3,34	1,33
RO7. Daha önce iktidar olmamış partilere şans vermektan yanayım.	3,21	1,23
RO2. Oy verme kararımda partilerin vaatleri ile bireysel faydalarımın örtüşmesi etkili olacaktır.	3,11	1,27
RO3. Oy verme kararım bireysel amaçlarıma ulaşmanın bir yoludur.	2,98	1,28

RO1. Desteklediğim partinin iktidar olma şansı bulunmadığı durumlarda, medyada güçlü gösterilen (iktidar şansı olan) partiden yana oy kullanmayı düşünüyorum.	1,93	1,13
---	------	------

*Oy verme davranışlarına yönelik maddeler modellerin baş harfleriyle belirtilmiştir.

Bireylerin psikolojik oy verme yaklaşımına yönelik maddeler arasında en yüksek ortalamaya “Oy verme kararım başkalarından etkilenmez.” (A.O.= 3,99) sahipken; bunu “Oy verme kararımın medyadan etkileneceğini düşünmüyorum.” (A.O.= 3,50) ve “Oy verme kararım partilerin seçim kararından etkilenmez.” (A.O.= 3,28) maddeleri takip etmektedir. “Oy verdiğim partiyle kendimi bir bütün gibi hissederim.” (A.O.= 2,53), “Oy verdiğim partiyle duygusal bir bağımın olması gerekir.” (A.O.= 2,16) ve “Oy verme kararım benim için bir aile geleneğidir.” (A.O.= 2,11) maddeleri diğerlerine göre daha düşük bir ortalamaya sahiptir.

Bireylerin sosyolojik oy verme yaklaşımına yönelik maddeler arasında en yüksek ortalamaya “Herhangi bir partinin sadık seçmeni değilim.” (A.O.= 3,61) sahipken; bunu “Kitle iletişim araçları seçim dönemlerinde benim için önemli bir bilgi kaynağı olacaktır” (A.O.=3,09) ve “Oy verirken ait olduğum sosyal grupların çıkarlarını gözeteyeceğim.” (A.O.=2,95) maddeleri takip etmektedir. “Oy verme kararımında medya önemli bir şekillendirici olacaktır. (A.O.= 2,26), “Etnik kökenim oy verme davranışımın temel belirleyicisi olacaktır.” (A.O.= 2,15) ve “Dini inancım oy verme davranışımın temel belirleyicisi olacaktır.” (A.O.= 1,99) maddeleri diğerlerine göre daha düşük bir ortalamaya sahiptir.

Bireylerin rasyonel oy verme yaklaşımına yönelik maddeler arasında en yüksek ortalamaya “Oy verme kararımı tek başına verebilecek yetiye sahip olduğuma inanıyorum.” (A.O.= 4,29) sahipken; bunu “Oy verirken bireysel çıkarlarımdan çok toplumsal çıkarları gözeteyeceğim.” (A.O.= 3,90) ve “Beklentimi karşılayan partiyi bir sonraki seçimde de oy vererek ödüllendiririm.” (A.O.= 3,73) maddeleri takip etmektedir. “Oy verme kararım partilerin vaatleri ile bireysel faydalarımın örtüşmesi etkili olacaktır.” (A.O.= 3,11), “Oy verme kararım bireysel amaçlarıma ulaşmanın bir yoludur” (A.O.= 2,98) ve “Desteklediğim partinin iktidar olma şansı bulunmadığı durumlarda, medyada güçlü gösterilen (iktidar şansı olan) partiden yana oy kullanmayı düşünüyorum.” (A.O.= 1,93) maddeleri diğerlerine göre daha düşük bir ortalamaya sahiptir.

Katılımcıların siyasal tutum ve davranışlarını analiz etmek amacıyla uygulanan 30 soruluk ölçeğin güvenirlik (SO Cronbach's α = 0,79; PO Cronbach's α = 0,81; RO Cronbach α = 0,87) düzeyi yüksek bulunmuştur. Katılımcıların siyasal tutum ve davranışlara etki eden unsurlara yönelik eğilimleri (önem derecesi) incelendiğinde şu çıkarımlarda bulunabilir:

- Bireyler oy verme davranışını tek başlarına gerçekleştirdikleri bir süreç olarak görmektedirler.
- Oy verme kararında toplumsal fayda etkili olmaktadır ve bireylerin herhangi bir partiye yönelik bağlılıkları düşüktür.
- Bireylerin ait oldukları sosyal çevre veyahut yapı oy verme kararlarının şekillenmesinde etkili olmaktadır.
- Bireyler seçim dönemlerinde kitle iletişim araçlarından önemli bir bilgi kaynağı olarak faydalanmaktadırlar. Ancak oy verme kararının şekillenmesinde medya öncül bir araç değildir. Benzer bir şekilde bireylerin etnik kökenleri ve dini inançları oy verme davranışında öncül bir etken değildir.
- Bireyler oy verme kararını başkalarından etkilenmeksizin tek başlarına alabilecekleri bir olgu olarak görmektedirler.
- Ayrıca bireyler oy verme davranışına taktiksel bir olgu olarak yaklaşmamaktadırlar. Bireyler beklentilerini karşılayan partileri bir sonraki seçimde oy vererek ödüllendirebilirlerken, desteklediği partinin iktidar olma şansı bulunmasa da iktidar şansı olan partiden yana oy kullanmayı düşünmemektedirler.

Katılımcıların Siyasal Katılım Faktörlerine Yönelik Önem Derecesine İlişkin Bulgular

Aşağıdaki Tablo 4'te siyasal katılım faktörlerine yönelik ifadelerin ankete katılan bireyler açısından ne derece önemli olduğunu saptamak amacıyla, siyasal katılım düzeylerine yönelik maddelerin aritmetik ortalamaları alınmıştır

Tablo 4

Siyasal Katılım Ölçeğine İlişkin Önem Derecesi

Maddeler	Evet (%)	Hayır (%)	A.O.
Önümüzdeki seçimlerde oy kullanmayı düşünüyor musunuz?	97,9	2,1	0,97
Televizyonda ya da sosyal medya kanallarında yayınlanan siyasal içerikli programları seyrettim.	76,9	23,1	0,76
Medyada çıkan siyasetle ilgili haberleri ya da programları takip ediyor musunuz?	73,7	26,3	0,73
Güncel siyasal konular üzerine bilgi sahibi olarak, bilgimi çevremdekilere aktardım.	64,5	35,5	0,64
Siyasal konuları diğer vatandaşlarla tartıştım.	62,7	37,3	0,62
Beğenilen bir uygulamadan ötürü devlet yetkililerini taktir ettim.	53,7	46,3	0,53
Herhangi bir toplumsal konuda yetkililerden bilgi istemek amacıyla başvuruda bulundum.	37,5	62,5	0,37
Desteklediğim siyasi parti veya adaya oy verilmesi için çevremdekileri ikna etmeye çalıştım.	31,7	68,3	0,31
Siyasal mitinglere katıldım.	24,3	75,7	0,24
Siyasal içerikli panel, sempozyum, konferans vb. etkinliklere dinleyici olarak katıldınız mı?	22,9	77,1	0,22
Gazetede veya medyada yer alan haber ya da köşe yazılarıyla ilgili fikrimi mail, telefon, internet vb. aracılığıyla bildirdim.	21,5	78,5	0,21
Bir protesto gösterisine katılarak hükümeti protesto ettim.	19,4	80,6	0,19
Kamusal alanda şikayet/beğenileri bildirmek için devlet yetkililerini ziyaret eden herhangi bir grubun içerisinde bulundum.	10,8	89,2	0,10
Herhangi bir partinin veya adayın rozetini taşıdım ya da bayrağını, amblemini bana ait olan herhangi bir yere astım.	9,1	90,9	0,09
Herhangi bir siyasi partide görev aldınız mı?	6,9	93,1	0,06
Propaganda amaçlı bildiri, gazete, dergi vb. dağıttım/siyasal içerikli afiş yapıştırdım.	5,7	94,3	0,05
Siyasetle ilgili herhangi bir sivil toplum kuruluşuna üye misiniz?	5,5	94,5	0,05
Herhangi bir siyasi parti ya da adayın seçim kampanyasında yer aldınız mı?	5,2	94,8	0,05
Herhangi bir siyasi partiye üye misiniz?	3,1	96,9	0,03

Not: Siyasal katılım ölçeğinde *Evet:1 Hayır:0* olarak kodlanmıştır.

Siyasal katılım ölçeğinin betimleyici istatistik sonuçları incelendiğinde; siyasal katılım davranışına ilişkin en yüksek ortalamaya “Önümüzdeki seçimlerde oy kullanmayı düşünüyor musunuz?” maddesi (A.O.= 0,97) sahipken; “Televizyonda ya da sosyal medya kanallarında yayınlanan siyasal içerikli programları seyrettim.” (A.O.= 0,76) ve “Medyada çıkan siyasetle ilgili haberleri ya da programları takip ediyor musunuz?” (A.O.= 0,73) maddeleri takip etmektedir. “Siyasetle ilgili herhangi bir sivil toplum kuruluşuna üye misiniz?” (A.O.= 0,05), “Herhangi bir siyasi parti ya da adayın seçim kampanyasında yer aldınız mı?” (A.O.= 0,05) ve “Herhangi

bir siyasi partiye üye misiniz?" (A.O.= 0,03) maddeleri diğer maddelere oranla daha düşük bir ortalamaya sahiptir.

Siyasal katılım ölçeğine ilişkin elde edilen betimleyici istatistik sonuçları ele alındığında katılımcılar, ağırlıklı olarak oy verme davranışına ve siyasi ilgiye ilişkin siyasi katılım davranışı gösterme eğiliminde oldukları görülmektedir. Bu noktada bireylerin gelecek seçimlerde oy kullanacakları ve kitle iletişim araçlarındaki siyasi içerikleri tüketme ve takip etmelerine yönelik siyasi katılım türleri dikkat çekmektedir. Diğer taraftan katılımcıların vermiş oldukları cevaplara göre, siyasi bir sivil toplum kuruluşuna üyelik, herhangi bir siyasi kampanyada yer alma ya da siyasi parti üyeliği gibi, siyasi kampanya ve üyeliğe yönelik siyasi katılım türleri daha düşük bir ortalamaya sahiptir.

Y ve Z Kuşaklarının Oy Verme Modellerine Yönelik Tutum ve Davranışları Açısından Önem Derecesine İlişkin Bulgular

Aşağıdaki Tablo 5 ve 6'da Y ve Z kuşağı bireylerinin siyasi davranış ölçeğinin alt boyutları olan "Psikolojik, Sosyolojik ve Rasyonel" oy verme yaklaşımları maddelerine yönelik önem dereceleri karşılaştırmalı bir biçimde incelenmiştir.

Tablo 5

Y Kuşağının Oy Verme Modellerine Yönelik Tutum ve Davranışları Açısından Önem Derecesi

Y KUŞAĞI		
MADDELER	A.O.	S.S.
P5. Oy verme kararım başkalarının kararından etkilenmez.	3,98	1,29
P7. Oy verme kararımın medyadan etkileneceğini düşünmüyorum.	3,59	1,29
P4. Oy verme kararımın asıl belirleyicisi ideolojik eğilimim olacaktır.	3,38	1,23
P8. Oy verme kararım partilerin seçim çalışmalarından etkilenmez	3,37	1,36
P3. Oy verme kararımın asıl belirleyicisi oy verdiğim partinin kimliği olacaktır.	3,07	1,25
P9. Benimle aynı politik görüşe sahip insanlarla iletişim kurmayı tercih ederim.	2,78	1,31
P1. Oy verdiğim partiyle kendimi bir bütün gibi hissederim.	2,62	1,03
P2. Oy verme kararım benim için bir aile geleneğidir.	2,27	1,25
P6. Oy verdiğim partiyle duygusal bir bağımın olması gerekir.	2,23	1,09
SO8. Herhangi bir partinin sadık seçmeni değilim.	3,51	1,33
SO4. Oy verirken ait olduğum sosyal grupların çıkarlarını gözeteyeğim.	3,06	1,26
SO10. Kitle iletişim araçları seçim dönemlerinde benim için önemli bir bilgi kaynağı olacaktır	2,97	1,27
SO7. Ait olduğum toplumun değerlerine uygun partiye oy vermeyi düşünüyorum.	2,93	1,29
SO5. Oy verme kararımda bireysel çıkarlarımdan çok ait olduğum grupların çıkarları önemlidir.	2,92	1,24
SO6. Ait olduğum kültüre uygun partilere oy vermeyi düşünüyorum.	2,90	1,30
SO2. Ait olduğum sosyal sınıf oy verme davranışımın temel belirleyicisi olacaktır.	2,63	1,27
SO1. Etnik kökenim oy verme davranışımın temel belirleyicisi olacaktır.	2,24	1,16
SO9. Oy verme kararımda medya önemli bir şekillendirici olacaktır.	2,12	1,10
SO3. Dini inancım oy verme davranışımın temel belirleyicisi olacaktır.	2,06	1,18
RO11. Oy verme kararımı tek başına verebilecek yetiye sahip olduğuma inanıyorum.	4,38	1,12
RO10. Oy verirken bireysel çıkarlarımdan çok toplumsal çıkarları gözeteyeğim.	4,02	1,11
RO6. Oy verirken partilerin geçmiş performanslarını değerlendireceğim.	3,68	1,21
RO9. Beklentimi karşılayan partiyi bir sonraki seçimde de oy vererek ödüllendiririm.	3,61	1,28
RO8. Beklentimi karşılamayan partiyi bir sonraki seçimde cezalandırırım.	3,44	1,32
RO5. Bana en çok fayda sağlayacak partiye oy vermeyi düşünüyorum.	3,37	1,24
RO4. Oy verirken tüm partileri değerlendireceğim.	3,31	1,34
RO7. Daha önce iktidar olmamış partilere şans vermektan yanayım.	3,21	1,20

RO2. Oy verme kararında partilerin vaatleri ile bireysel faydalarımın örtüşmesi etkili olacaktır	3,07	1,25
RO3. Oy verme kararım bireysel amaçlarıma ulaşmanın bir yoludur.	2,82	1,25
RO1. Desteklediğim partinin iktidar olma şansı bulunmadığı durumlarda, medyada güçlü gösterilen (iktidar şansı olan) partiden yana oy kullanmayı düşünüyorum.	1,86	1,14

Tablo 6

Z Kuşağının Oy Verme Modellerine Yönelik Tutum ve Davranışları Açısından Önem Derecesi

Z KUŞAĞI		
MADDELER	A.O.	S.S.
P5. Oy verme kararım başkalarının kararından etkilenmez.	4,01	1,29
P7. Oy verme kararımın medyadan etkileneceğini düşünmüyorum.	3,41	1,36
P8. Oy verme kararım partilerin seçim çalışmalarından etkilenmez.	3,19	1,36
P4. Oy verme kararımın asıl belirleyici ideolojik eğilimim olacaktır.	3,13	1,22
P3. Oy verme kararımın asıl belirleyicisi oy verdiğim partinin kimliği olacaktır.	3,05	1,23
P9. Benimle aynı politik görüşe sahip insanlarla iletişim kurmayı tercih ederim.	2,90	1,29
P1. Oy verdiğim partiyle kendimi bir bütün gibi hissederim.	2,43	1,06
P6. Oy verdiğim partiyle duygusal bir bağımın olması gerekir.	2,07	1,09
P2. Oy verme kararım benim için bir aile geleneğidir.	1,93	1,06
SO8. Herhangi bir partinin sadık seçmeni değilim.	3,71	1,34
SO10. Kitle iletişim araçları seçim dönemlerinde benim için önemli bir bilgi kaynağı olacaktır.	3,23	1,25
SO4. Oy verirken ait olduğum sosyal grupların çıkarlarını gözeteyeceğim.	2,82	1,36
SO7. Ait olduğum toplumun değerlerine uygun partiye oy vermeyi düşünüyorum.	2,68	1,35
SO5. Oy verme kararımın bireysel çıkarlarımdan çok ait olduğum grupların çıkarları önemlidir.	2,56	1,26
SO2. Ait olduğum sosyal sınıf oy verme davranışımın temel belirleyicisi olacaktır.	2,55	1,25
S06. Ait olduğum kültüre uygun partilere oy vermeyi düşünüyorum.	2,46	1,26
SO9. Oy verme kararımın medya önemli bir şekillendirici olacaktır.	2,41	1,16
SO1. Etnik kökenim oy verme davranışımın temel belirleyicisi olacaktır.	2,06	1,03
SO3. Dini inancım oy verme davranışımın temel belirleyicisi olacaktır.	1,91	1,11
RO11. Oy verme kararımı tek başına verebilecek yetiye sahip olduğuma inanıyorum.	4,20	1,21
RO9. Beklentimi karşılayan partiyi bir sonraki seçimde de oy vererek ödüllendiririm.	3,85	1,21
RO5. Bana en çok fayda sağlayacak partiye oy vermeyi düşünüyorum.	3,82	1,23
RO10. Oy verirken bireysel çıkarlarımdan çok toplumsal çıkarları gözeteyeceğim.	3,78	1,23
RO6. Oy verirken partilerin geçmiş performanslarını değerlendireceğim.	3,71	1,27
RO8. Beklentimi karşılamayan partiyi bir sonraki seçimde cezalandırırım.	3,51	1,41
RO4. Oy verirken tüm partileri değerlendireceğim.	3,37	1,33
RO7. Daha önce iktidar olmamış partilere şans vermektan yanayım.	3,22	1,26
RO2. Oy verme kararımın partilerin vaatleri ile bireysel faydalarımın örtüşmesi etkili olacaktır	3,16	1,28
RO3. Oy verme kararım bireysel amaçlarıma ulaşmanın bir yoludur.	3,16	1,29
RO1. Desteklediğim partinin iktidar olma şansı bulunmadığı durumlarda, medyada güçlü gösterilen (iktidar şansı olan) partiden yana oy kullanmayı düşünüyorum.	2,01	1,12

Aşağıda Y ve Z kuşağı bireylerinin siyasal tutum ve davranışı açıklayan Psikolojik Yaklaşım, Sosyolojik Yaklaşım ve Rasyonel Seçim Yaklaşımlarının unsurları olan değerlendirmelere yönelik verdikleri önem derecesi açısından eğilimlerine ilişkin bilgiler ele alınmaktadır. Çalışma kapsamında ilgili yaklaşımların unsurlarına yönelik önem dereceleri arasında ortaya çıkan benzerliklerden ziyade belirgin farklılaşmalara yoğunlaşmaktadır.

Y ve Z kuşağı bireyler, psikolojik oy verme yaklaşımının değerlendirmelerine yönelik verdikleri önem açısından incelendiğinde; bireyler arasında benzer unsurlar üzerinde yoğunlaşma olduğu görülmektedir. Ancak, kuşaklar arasında “ideolojik” anlamda bir farklılaşmanın ön plana çıktığı da dikkat çekmektedir. Bu noktada Y kuşağı bireylerde “Oy verme kararımın asıl belirleyicisi ideolojik eğilimim olacaktır” (A.O.= 3,38) maddesi Z kuşağı bireylerine göre (A.O.=3,13) daha yüksek bir ortalamaya sahiptir. Diğer bir deyişle, Y kuşağı bireylerin siyasal tutum ve davranışlarının oluşmasında veyahut oy verme kararında ideolojik eğilimin baskın olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, Y kuşağı bireylerin Z kuşağı bireylerine kıyasla “ideolojik” eğilimlerinin siyasal tutum ve davranışları üzerinde daha etkili olduğu söylenebilir.

Y ve Z kuşağı bireyler, sosyolojik oy verme yaklaşımına yönelik değerlendirmelere verdikleri önem derecesi açısından incelendiğinde birbirleriyle benzer eğilimler gösterdiği görülmektedir. Her iki kuşağında siyasal davranışlarında sosyal çevreleri etkili olmalarına rağmen dini ve etnik kökenleri siyasal davranışlarında öncül bir etken değildir.

Y ve Z kuşağı bireyler, rasyonel oy verme yaklaşımına yönelik değerlendirmelere verdikleri önem derecesi açısından incelendiğinde; Y kuşağındaki “Oy verirken bireysel çıkarlarımdan çok toplumsal çıkarları gözeteceğim” (A.O.= 4,02) ve “Oy verirken partilerin geçmiş performanslarını değerlendireceğim.” maddesi, Z kuşağı bireylerde ise “Beklentimi karşılayan partiyi bir sonraki seçimde oy vererek ödüllendiririm” (A.O.= 3,85) ve “Bana en çok fayda sağlayacak partiye oy vermeyi düşünüyorum” (A.O.= 3,82) maddeleri dikkat çekmektedir.

Y ve Z kuşağı bireylerin oy verme yaklaşımlarına ilişkin değerlendirmelere yönelik önem dereceleri genel olarak incelendiğinde; Y kuşağı bireylerin siyasal tutum ve davranışlarında ideolojik eğilimlerinin daha etkili olduğu görülmektedir.

Y ve Z kuşağı bireyler rasyonel oy verme yaklaşımı açısından incelendiğinde ise ideoloji, aday, parti bağlılığı gibi etkenler örtülü olarak burada da görülmektedir. Şöyle ki, Z kuşağı bireyler de oy verme noktasında “beklenti ve fayda” kavramları ön plana çıkmaktadır. Y kuşağı bireylerin oy verme kararında toplumsal fayda ve partilerin geçmiş yıllardaki sicili etkili olurken, Z kuşağı bireylerde ise beklentileri karşılayacak partiyi/adayı bir sonraki seçimlerde ödüllendirme ve en çok fayda sağlayacak partiye oy verme tutumu ön plana çıkmaktadır. Bu noktada, Z kuşağı bireylerinin parti, aday ya da ideoloji bağlılığına yönelik tutum zayıflığı ön plana çıkmaktadır.

Y ve Z Kuşağı Bireylerinin Siyasal İlgilenim, Siyasal Katılım Düzeyleri ve Oy Verme Davranışı Yaklaşımlarına İlişkin Bilgiler

Aşağıdaki Tablo 7’de siyasal konulara yönelik ilgilenim düzeyleriyle oy verme davranışı modelleri Y ve Z kuşağı bireyleri arasında karşılaştırmalı olarak incelenmiştir.

Tablo 7
Siyasal İlgi Düzeyleri ve Oy Verme Davranışı Yaklaşımları

Kuşaklar	Betimleyici İstatistikler			Analizler
	N	A.O	S.S	
	Siyasal ilgi düzeyleri			t-testi
1980-1999	301	3,14	0,75	t= 2,627
2000-2004	280	2,96	0,89	sd= 579 sig.= .009
	Siyasal katılım düzeyleri			t-testi
1980-1999	301	0,36	0,18	t=4,583
2000-2004	280	0,29	0,16	sd=575,953 sig.=.000
	Psikolojik oy verme davranışı			t-testi
1980-1999	301	3,03	0,77	t=2,179
2000-2004	280	2,90	0,66	sd=579 sig.=.030
	Sosyolojik oy verme davranışı			t-testi
1980-1999	301	2,73	0,70	t=1,656
2000-2004	280	2,64	0,66	sd=579 sig.=.098
	Rasyonel oy verme davranışı			t-testi
1980-1999	301	3,34	0,75	t=-1,463
2000-2004	280	3,44	0,75	sd=579 sig.=.144

*Siyasal katılım düzeylerini ölçmeye yönelik ölçekte evet: 1 hayır 0 olarak kodlanmıştır.

Yukarıda verilen bilgilere göre Y ve Z kuşağı bireyler arasında siyasi ilgi düzeyleri açısından anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir (t= 2,627; sd= 579; sig.=.009). Elde edilen bulgulara göre Y kuşağı bireyler (A.O.= 3,14), Z kuşağı bireylere (A.O.= 2,96) göre siyasi olaylara karşı ilgi düzeyleri daha yüksektir. Dolayısıyla Y kuşağı bireylerinin Z kuşağı bireylere kıyasla siyasi olaylara veya konulara karşı daha ilgili oldukları yorumu yapılabilir.

Y ve Z kuşağı bireyleri arasında siyasi katılım düzeyleri arasında anlamlı bir farklılığın olduğu bulgulanmıştır (t= 4,583; sd=575,953; sig.=.000). Elde edilen sonuçlara göre Y kuşağı bireyleri Z kuşağı bireylere kıyasla siyasi hayata daha fazla katılım gösterdiği söylenebilir.

Y ve Z kuşağı bireyleri arasında psikolojik oy verme yaklaşımı açısından da anlamlı bir farklılığın olduğu bulgulanmıştır (t=2,179; sd=579; sig.=.030). Elde edilen bulgulara göre Y kuşağı bireyler, Z kuşağı bireylere kıyasla oy verme davranışlarında psikolojik etkenlerden daha fazla etkilendiği söylenebilir.

Y ve Z kuşağı bireyleri arasında sosyolojik oy verme davranışı açısından anlamlı bir farklılaşmanın olmadığı bulgulanmıştır (t=1,656; sd=579; sig.=.098). Diğer bir anlatımla, Y ve Z kuşağı bireyler sosyolojik oy verme davranışı açısından benzer eğilimlere sahip olduğu söylenebilir.

Y ve Z kuşağı bireyleri arasında rasyonel oy verme davranışı açısından da anlamlı bir farklılığın olmadığı bulgulanmıştır ($t = -1,463$; $sd = 579$; $sig = .144$). Diğer bir deyişle, Y ve Z kuşakları, rasyonel oy verme davranışı açısından benzer eğilimlere sahip olduğu söylenebilir.

Tablo 8

Oy verme Davranışlarına İlişkin Korelasyon Analizi

Oy verme davranışları			Psikolojik Davranışı	Oy Verme	Sosyolojik Davranışı	Oy Verme	Rasyonel Davranışı	Oy Verme
Psikolojik Davranışı	Oy Verme		1		.342**		.256**	
Sosyolojik Davranışı	Oy Verme		.342		1		.352**	
Rasyonel Davranışı	Oy Verme		.256**		.352**		1	

Yukarıdaki Tablo 8'de siyasal tutum ve davranış ölçeğinin alt boyutları olan psikolojik, sosyolojik ve rasyonel oy verme davranışları arasındaki ilişkiyi ve bu ilişkinin gücünü ve yönünü belirlemek amacıyla yapılan korelasyon analizi verileri bulunmaktadır. Bu veriler incelendiğinde sosyolojik oy verme davranışı ile rasyonel oy verme davranışı arasındaki ilişki ($r = .352$, $p < .01$) daha güçlüdür. Psikolojik oy verme davranışı ile rasyonel oy verme davranışı arasındaki ilişki incelendiğinde ise diğerlerine oranla daha düşüktür ($r = .256$, $p < .01$).

Çalışma kapsamında Y ve Z kuşağı bireylerin sosyolojik oy verme ve rasyonel oy verme davranışına yönelik benzerlik taşıdığına yönelik bulgulara olduğu gibi burada da bu iki oy verme davranışı arasındaki ilişki daha yüksektir. Diğer bir deyişle, sosyolojik oy verme davranışı sergileyen bireyler, rasyonel oy verme davranışı da sergileyebilmektedirler.

Sonuç

Türk siyaset sahnesinin şekillenmesinde hayati bir öneme sahip olan seçimlerde, seçmen kitlesinin önemli bir bölümünü Y ve Z kuşağı oluşturmaktadır. Bu kuşağa mensup bireylerin siyasal tutum ve davranışlarını incelemeyi amaçlayan bu çalışma, araştırma türü olarak betimleyici bir araştırmadır.

Çalışmada öncelikle Y ve Z kuşağı bireyler arasında siyasal tutum ve davranışı şekillendiren unsurları açıklama noktasında psikolojik oy verme, sosyolojik oy verme ve rasyonel oy verme yaklaşımları açısından anlamlı bir farklılığın olup olmadığı incelenmiştir. Bu incelemeler sonucunda oy verme yaklaşımları çerçevesinde genel bir değerlendirme yapıldığında Y kuşağı bireyler psikolojik oy verme yaklaşımı açısından Z kuşağı bireylerle farklılaşmaktadır. Diğer bir deyişle, psikolojik oy verme modelinin temel argümanları dikkate alındığında, Y kuşağı bireylerin siyasal tutum ve davranışlarında adaya/partiye yönelik özdeşleşme, dini, etnik aidiyet duygusu gibi sosyo-psikolojik etkenlerden Z kuşağı bireylerine kıyasla daha fazla etkilenebilmektedirler.

Y ve Z kuşağı bireyler diğer oy verme modelleri açısından incelendiğinde, Y kuşağı bireyler sosyolojik oy verme modelinde daha yüksek bir ortalamaya sahipken, Z kuşağı bireyler de rasyonel oy verme yaklaşımında daha yüksek bir ortalamaya sahiptir. Ancak bu durum istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ortaya koymamaktadır. Anket uygulaması sonucunda ilgili kuşaklar arasında ortaya çıkan bu benzeşme, araştırmaya katılan bireylerin

belirli bir eğitim seviyesi ve dijital okuryazarlığa sahip olması, kuşaksal açıdan yakın bir tarihe sahip olması ile açıklanabilir. Ayrıca bu sonuçlar farklı perspektiften de değerlendirilebilir. Z kuşağı bireyler, oy verme noktasında kimi zaman sosyal çevrelerinin ya da ailelerinin etkisinde kalabilirken, kimi zaman da çeşitli değerlendirmeler yaparak rasyonel oy verme yaklaşımına uygun bir tutum sergileyebilirler. Hafizoğlu da (2021) yaptığı çalışmada bu çıkarımı destekleyici bir sonuç ortaya koymuştur; Z kuşağı bireylerin bir kısmı geleneksel politik tutumlarını sürdürme yönünde eğilim gösterirken, zaman zaman da politik görüşler açısından önceki kuşaklara benzer sosyo-psikolojik özellikler göstermektedirler. Baykal da (2019) çalışmasında Z kuşağı bireylerin, diğer yaş gruplarına kıyasla oy verme davranışını gerçekleştirirken aile, okul ve sosyal çevre unsurlardan daha fazla etkilendiğini bulgulamıştır.

Çalışma kapsamında Y ve Z kuşakları arasında siyasal alana veya konulara ilgi düzeyleri ve siyasal katılım düzeyler arasında anlamlı bir farklılaşmanın olup olmadığı da araştırılmıştır. İncelemeler doğrultusunda Y kuşağının Z kuşağına kıyasla hem siyasal ilgilenim düzeyi açısından hem de siyasal katılım düzeyi açısından daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, Y kuşağı bireylerinin siyasal meselelere ilişkin ilgileri, siyasal alana katılımları Z kuşağı bireylerine oranla daha yüksektir. Altuntaş (2019) siyasal katılım ve sosyal medyanın bu süreçteki rolünü incelediği çalışmasında 24 ve 30 yaş üstü bireyler, 18 ve 23 yaşındaki genç bireylerle kıyaslandığında, siyasal ilgilenim ve siyasal katılım düzeylerinin daha yüksek olduğunu bulgulamıştır. Erdoğan (2019) da X, Y ve Z kuşaklarının siyasal katılımlarında rol oynayan faktörleri incelediği çalışmasında siyasal katılım noktasında Y kuşağı bireylerin Z kuşağı bireylere kıyasla daha aktif bir katılım sergilediğini bulgulamıştır.

Çalışma kapsamında Y ve Z kuşakları arasında siyasal tutum ve davranışı açıklayan oy verme yaklaşımları değerlendirmelerine ilişkin kuşaklar arasında önem derecesi açısından anlamlı bir farklılığın olup olmadığı da incelenmiştir. Bu noktada, bireylerin oy verme yaklaşımına attıkları önem derecesi açısından ayrı ayrı incelendiğinde ise Y kuşağı bireylerinin oy verme davranışı noktasında belirleyici bir etken olarak ideolojik eğilimlerinin etkisi ön plana çıkmaktadır. Diğer bir önemli farklılık ise, Z kuşağı bireyler oy verme sürecine daha bireysel bir anlam yüklemektedirler. Yani Z kuşağı bireylerin karar alırken fayda-zarar hesabı yaptıkları görülmektedir. Ayrıca bu bireyler beklentilerini karşılayan adayı/partiyi desteklemekten yana eğilime sahip oldukları görülmektedir. Y kuşağı bireyler ise oy verme kararlarını alırken, adayların/partilerin geçmiş performanslarını değerlendirdikleri görülmektedir. Ayrıca Z kuşağı bireyler oy verme sürecine bireysel bir anlam yüklemekten ziyade toplumsal faydayı ön plana çıkardıkları idealist bir bakış açısı ile yaklaşmaktadırlar.

Y ve Z kuşaklarına mensup bireylerin katılımı ile gerçekleşen bu çalışmaya benzer bir çalışma, farklı şehirlerde farklı örneklem gruplarının katılımı ile gerçekleştirildiğinde farklı sonuçlar elde edilebilir. Ayrıca Z kuşağı bireylerin siyasal sosyalleşmesi hali hazırda devam etmektedir. Meslek hayatına atıldıklarında veya Türk siyaset sahnesindeki siyasal kurumlarla ilişki içerisine gireceği ileriki dönemlerde siyasal tutum ve davranışlarının şekillenmesinde farklı etkenler ön plana çıkabilir. Dolayısıyla benzer bir çalışmanın ileriki dönemlerde tekrarlanması bu noktada önem arz edebilir. Kısacası benzer bir çalışma, ileriki dönemlerde farklı şehirde farklı örneklem grupları üzerinde oy verme yaklaşımlarına yönelik daha belirgin değişkenleri de içerisine alarak tekrarlanabilir.

Kaynakça

- Aktaş, H. (2004). *Bir siyasal iletişim aracı olarak internet*. Konya: Tablet Yayınevi.
- Alkan, T. (1979). *Siyasal toplumsallaşma*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Altuntaş, A. (2019). *Siyasal katılım sürecinde gençliğin rolü ve sosyal medya etkisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya. Erişim adresi: <https://www.proquest.com/docview/2572329561?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true>
- Andolina, M. W., Jenkins, K., Zukin, C. ve Keeter, S. (2003). Habits from home, lessons from school: Influences on youth civic engagement. *American Political Science Association*, 36(2), 275-280. Erişim adresi: <https://doi.org/10.1017/S104909650300221X>
- Antunes, R. (2010). Theoretical models of voting behaviour, *Exedra* 4(1), 145-170. Erişim adresi: http://exedra.esec.pt/docs/N4/10C_Rui-Antunes_pp_145-170.pdf
- Aslan, K. (2001). Eğitimin toplumsal temelleri. *Balıkesir Sosyal Bilimler Dergisi*, 5, 16-30. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/baunsobed/issue/50351/652123>
- Ayhün, S. E. (2013). Kuşaklar arasındaki farklılıklar ve örgütsel yansımaları. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 93-112. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/eyad/issue/57423/813902>
- Bakardjieva, M. (2003). *Virtual togetherness: an everyday-life perspective*. *Media, Culture & Society* 25(3), 291-313. doi: 10.1177/0163443703025003472
- Başol, G. (2020). *Araştırmacılar için istatistik* (2. bs.). Ankara: Pegem Akademi.
- Baykal, A. (2019) *A Comparative analysis on voting behavior of generations X, Y and Z: Ankara case* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara. Erişim adresi: acikbilim.yok.gov.tr/handle/20.500.12812/702547
- Büyüköztürk, Ş. (2020). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. (28. bs.). Ankara: Pegem Akademi.
- Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E. ve Stokes, D. E. (1980). *The American voter*. Chicago and London: University of Chicago Press.
- Çambay, O. S. (2015). Bir toplumsallaşma aracı olarak yeni medya: Kuramsal bir değerlendirme. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 237-247. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/295659>
- Çetin, H. (2003). *İnsan ve siyaset: Siyasetin psikolojik temelleri*. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Çömlekçi, N. (2005). *Temel istatistik ilke ve teknikleri* (4. bs.). Eskişehir: Bilim ve Teknik Yayınevi.
- Erdoğan, M. (2019) *X, Y ve Z kuşakları ve siyasal katılımında rol oynayan faktörler* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep. Erişim adresi: <http://openaccess.hku.edu.tr/xmlui/handle/20.500.11782/1993>

- Eskişehir Büyükşehir Belediyesi (2020). *Eskişehir istatistikleri*. Eskişehir Büyükşehir Belediyesi Yayını. Erişim adresi: <https://www.eskisehir.bel.tr/istatistiklerle-eskisehir>
- Evans, J. (2004). *Voters and voting: An introduction*. London: Sage.
- Field, A. (2005). *Discovering statistics using SPSS* (2. bs.). London: Sage Publications.
- Gravetter, J. F. ve Wallnau B. L. (2010). *Essentials of statistics for the behavioral sciences* (7. bs.). Wadsworth Publishing.
- Greenberg, E. S. (1970). Consensus and dissent: Trends in political socialization research. Greenberg E. S. (Ed), *Political Socialization* içinde (s. 1-16). New York: Atherton Press.
- Hafızoğlu, Y. (2021). Z Kuşağı seçmen davranışları. *Eğitim ve Yeni Yaklaşımlar Dergisi*, 4(2), 141-164. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/jena/article/1035189>
- Harrop, M. ve Miller, W. L. (1987). *Elections and voters a comparative introduction*. London: Macmillan International Higher Education.
- Heywood, A. (2004). *Political theory an introduction key concept in politics*. New York: Palgrave Mcmilan.
- Hooghe, M. (2004). Political socialization and the future of politics. *Acta Politics*, 39, 331-341. Erişim adresi: <https://link.springer.com/article/10.1057/palgrave.ap.5500082>
- Inkeles, A. (1969). Social structure and social socialization. Goslin, D. A. (Ed), *Handbook of Socialization Theory and Research* içinde (s.615-632). Chicago: Rand McNally.
- Jennings, K. M. (1979). Another look at the life cycle and political participation. *Journal of Political Science*, 13(4), 755-771. Erişim adresi: <https://www.jstor.org/stable/2110805>
- Kalender, A. (1998). *Seçmen tercihini etkileyen propaganda ve iletişim faktörleri: Türk seçmen davranışı üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış doktora tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Klecka, W. E. (1971). Applying political generations to the study of political behavior; A cohort analysis. *Public Opinion Quarterly*, 35(3), 358-373. Erişim adresi: <https://academic.oup.com/poq/article-abstract/35/3/358/1825971>
- Koç, F. (2020). Politik pazarlama kapsamında seçmenlerin ilgilenim düzeylerinin incelenmesi, *ARCOBAR*, 1(1), 41-49. Erişim adresi: <http://www.arcobar.org/index.php/1/article/download/5/5>
- McAllister, L. (2018). Democratic theory and electoral behavior. Fisher, J., Fieldhouse, E., Franklin, M. N., Gibson, R., Cantijoch M. ve Wlezien C. (Ed), *The routledge handbook of elections, voting behavior and public opinion* içinde (s. 35-50). London: Routledge.
- McQuail, D. ve Windahl, S. (2005). *İletişim modelleri* (2. bs.), (Çeviren: Yumlu, K.). Ankara: İmge Yayınevi.

- Miller, S. D. ve Sears, D. O. (1986). Stability and change in social tolerance: A test of the persistence hypothesis. *American Journal of Political Science*, 62(1), 214-236. Erişim adresi: <https://www.jstor.org/stable/2111302>
- Morgan, L. A. ve Kunkel, S. R. (2016). *Aging, society and the life course* (5. Bs.). New York: Springer Publishing.
- Niemi, R. G ve Sobieszek, B. I. (1977). Political socialization. *Annual Review of Sociology*, 3(1), 209-233. Erişim adresi: <https://www.annualreviews.org/doi/pdf/10.1146/annurev.so.03.080177.001233>
- Öztürk, K. H. ve Toklu, T. İ. (2020). Seçimlerde oy verme davranışını ne etkiler? Z kuşağı üzerine bir araştırma. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(5), 4546-4574. Erişim adresi: <http://openaccess.artvin.edu.tr/xmlui/handle/11494/3258>
- Öztürk, R. (2017). *Siyasal pazarlamanın seçmen davranışlarına etkisinde ağızdan ağıza iletişimin aracılık rolü: Konya ili örneği* (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir. Erişim adresi: https://acikerisim.nevsehir.edu.tr/bitstream/handle/20.500.11787/273/Resul_%C3%96zt%C3%BCrk_Tez.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Serper, Ö (2010). *Uygulamalı istatistik* (6. Bs.). Bursa: Ezgi Kitapevi.
- Shah, D. V., McLoad, J. M. ve Lee, N. (2009). Communication competence as a foundation for civic competence: Processes of socialization into citizenship. *Political Communication*, 26, 102-177. Erişim adresi: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10584600802710384>
- Sharlamanov, K. ve Jovanoski, A. (2014). Models of voting. *Journal of Art Science & Commerce*, 5(1), 16-24. Erişim adresi: <https://eprints.uklo.edu.mk/id/eprint/6542/1/Sharlamanov%2C%20K.%20and%20Jovanoski%2C%20A.%202014%20Models%20of%20Voting.pdf>
- Tarhan, A. (2011). *Kamu yönetiminde halkla ilişkiler ve e-devlet*. Konya: Palet Yayınları.
- Türk Dil Kurumu (2021, 12 Aralık). Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr/>
- Topbaş, H. (2010). David Easton'un siyasal sistem kuramı bağlamında siyasal katılım: Erzurum seçmeni üzerine bir araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 30, 81-111. Erişim adresi: https://www.uiodergisi.com/wp-content/uploads/2013/01/4_hasan_topbas.pdf
- Ünal, B. A. (2016). Oy verme davranışı modelleri. *OÜSOBİAD*, 6(15), 95-119. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/odusobiad/issue/27575/290198>
- Yıldırım, E. İ. (2017) *İstatistiksel araştırma yöntemleri araştırma tasarımı – örnekleme – veri toplama teknikleri* (3. bs.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yoldaş, Y. (2019). *Sistem kuramı* (4. bs.). İstanbul: Der Kitapevi.

Extent Abstract

Purpose

Generation Z individuals, conceptualized by different names in the literature, will become an important element of the country's political structure in the near future. However, the aforementioned individuals are not yet fully experienced in the political sense. On the other hand, they continue their lives in a social life that is transforming economically and politically. For this reason, it is not known exactly how the political attitudes and behaviors of these individuals will be shaped. The aim of the study is, first of all, to describe the political attitudes and behaviors of Generation Z individuals within the framework of voting approaches known in the literature as Sociological Approach, Psychological Approach/Party Identification Approach and Rational Choice Approach/Economic Model. The aim is to examine what differences or similarities there are with Generation Y individuals, which constitute another significant majority of the Turkish electorate.

Method

The research was conducted between 04.03.2022 and 31.03.2022 on individuals born between 1980 and 2004, using a simple random sampling method. The survey was conducted using a combination of traditional method and online method. The survey form was prepared via "Google Forms", and the participants were contacted face to face and participated in the relevant survey via QR code.

Field research was carried out in Eskişehir province. More than half of Eskişehir's total population consists of individuals aged forty-four and under. Approximately 2/3 of individuals under the age of forty-four constitute individuals in the 1980 and 2004 (Generation Y and Z) age groups categorized in the research (Eskişehir Metropolitan Municipality, 2020; TÜİK, 2021). For this reason, conducting the study in Eskişehir was beneficial in terms of reaching relevant individuals more quickly and easily. In the research, firstly, a pre-test was conducted with 100 people. As a result of the pre-test, the survey form was finalized according to the feedback from the participants, and a total of 617 people participated in the survey. According to the data of the Turkish Statistical Institute, the number of individuals in Turkey between 1980 and 2000 is approximately 52 million. At this point, in line with the calculation table given by Yazıcıoğlu and Erdoğan (2004) regarding the selection of sample size, the number of people selected to apply the survey is sufficient to represent the universe.

SPSS 25 program was used to test the research questions and hypotheses. Frequency distribution tables to determine the socio-demographic characteristics of individuals; Frequency analysis was also used to describe gender, age, education level, monthly income level, professional status and marital status. The t-test was used to examine the relationship between political attitudes and behaviors, including political involvement, psychological voting, sociological voting and rational voting, and political participation levels among individuals of Generation Y and Z. Finally, correlation analysis was used to determine the degree of importance regarding voting approaches.

Results

According to the results obtained in the study; When individuals from Generations Y and Z are evaluated based on their voting methods; Compared to Generation Z, Millennials are more easily influenced by socio-psychological factors such as candidate/party identification and sense of religious and ethnic affiliation in forming policies on attitudes and behavior. their behavior.

On the other hand, while it is seen that the relevant individuals exhibit similarities in terms of sociological and rational voting approaches, Generation Y individuals have higher averages in terms of sociological voting behavior, while Generation Z has higher averages in terms of rational voting behavior. This does not reveal a

statistically significant difference. This similarity between the relevant generations as a result of the survey application can be explained by the fact that the individuals participating in the research have a certain level of education and digital literacy and have a close generational history. Additionally, these results can be evaluated from different perspectives. While Generation Z individuals may sometimes be influenced by their social environment or family when it comes to voting, they may sometimes display an attitude in line with the rational voting approach by making various evaluations. When Generation Y and Z individuals are examined in terms of their level of interest and participation in political issues or events, it is seen that Generation Y individuals have a higher level of interest and participation in political issues and events.

Limitations

If a study similar to this one, conducted to describe the political attitudes and behavior of Generations Y and Z, were conducted in different regions and at different times, different results may be obtained. Additionally, another limitation of the study is: Because Generation Z individuals are not yet fully engaged in their professional lives and their political identity construction is in its infancy, the Different factors can intervene to shape their political attitudes and behavior under the influence of events. Such that the individuals concerned experience during their lives at the later stages of their lives.

Original Value

In this study, it is accepted that the generation phenomenon is an important factor in the political socialization of the individual, and generational change is adopted as the driving force behind social and political change. Regarding the shaping of the voting approach of Generation Z, some views accept that individuals will tend to vote rationally due to the impact of the economic crisis currently experienced in the country. In this study, answers are sought to questions about whether the individual's voting approach is influenced solely by economic indicators or whether, due to human nature, he is also affected by other factors such as religious, ideological or class factors. This study to be carried out at this point is important in terms of knowing the members of Generation Z due to the uncertainty in their political attitudes and behaviors.

Araştırmacı Katkısı: Eren KARATAŞ (%50), Ahmet TARHAN (%50).