

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BİLİM DALI**

**Z KUŞAĞININ SİYASAL KATILIM DÜZEYLERİ VE ETKİ
EDEN FAKTÖRLER ÜZERİNE BİR İNCELEME**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Murat ÇOLAK

KOCAELİ 2021

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BİLİM DALI**

**Z KUŞAĞININ SİYASAL KATILIM DÜZEYLERİ VE ETKİ
EDEN FAKTÖRLER ÜZERİNE BİR İNCELEME**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Murat ÇOLAK

Doç. Dr. Sevim KOÇER

Sosyal Bilimler Enstitü Yönetim Kurulu Karar ve No: 10.11.2021/23

KOCAELİ 2021

ÖNSÖZ

Çalışma süreci boyunca desteğini esirgemeyen, çalışmanın her aşamasında bilgi ve tecrübesiyle beni yönlendiren değerli danışmanım Doç. Dr. Sevim Koçer'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Çalışma süreci boyunca yanımda olan desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen aileme ve tezimi yazarken desteğini hissettiğim tüm dostlarıma teşekkür ederim.

Murat Çolak, 2021



İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	I
İÇİNDEKİLER	II
ÖZET.....	IV
ABSTRACT	V
ŞEKİLLER VE TABLOLAR LİSTESİ.....	VI
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM.....	3
1. KUŞAK KAVRAMI	3
1.1. Kuşak Kavramı ve Kuşakların Sınıflandırılması	3
1.1.1. Sessiz Kuşak.....	7
1.1.2. Bebek Patlaması Kuşağı	8
1.1.3. X Kuşağı.....	9
1.1.4. Y Kuşağı.....	11
1.1.5. Z Kuşağı	14
1.1.5.1. Z Kuşağının Diğer Kuşaklardan Farkları	19
1.1.5.2. Alpha Kuşağı	21
1.1.6. Kuşakların Siyasal Katılım Açısından Önemi.....	22
İKİNCİ BÖLÜM	24
2. SİYASAL İLETİŞİM VE SİYASAL KATILIM	24
2.1. Siyasal İletişim.....	24
2.1.1. Siyasal İletişim Kavramı.....	24
2.1.2. Siyasal İletişimin Tarihçesi	27
2.1.3. Siyasal İletişimin Özellikleri	29
2.1.4. Siyasal İletişimin Fonksiyonları.....	30
2.1.5. Siyasal İletişim Araçları.....	31
2.1.6. Siyasal İletişim Aktörleri	39
2.2. Siyasal Katılım.....	41
2.2.1 Siyasal Katılım Tanımı.....	41
2.2.2. Siyasal Katılım Düzeyleri	46
2.2.3. Siyasal Katılım Biçimleri.....	49
2.2.4. Siyasal Katılıma Etki Eden Faktörler	50
2.2.4.1. Siyasal Katılımı Etkileyen Sosyo-Ekonomik Faktörler	50
2.2.4.2. Siyasal Katılımı Etkileyen Psikolojik Faktörler.....	60

2.2.4.3. Siyasal Katılımı Etkileyen Siyasi-Hukuki Faktörler	63
2.2.4.4. Siyasal Katılıma Etki Eden İletişim Faaliyetleri	63
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	68
3. SİYASAL KATILIM VE Z KUŞAĞI	68
3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	68
3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	68
3.3. Araştırmanın Yöntemi	69
3.4. Araştırmanın Hipotezleri.....	71
3.5. Araştırmanın Bulguları	72
3.5.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri	72
3.5.2. Katılımcıların İnternet ve Sosyal Medya Kullanımları.....	75
3.5.3. Katılımcıların Siyasal Katılım Düzeyleri.....	76
3.5.4. Katılımcıların Siyasal Katılımlarına Etki Eden Faktörler.....	84
3.6. Bulguların Değerlendirilmesi.....	86
SONUÇ.....	89
KAYNAKÇA.....	93
EKLER.....	102

ÖZET

Son dönemlerde pazarlamacılar faaliyetlerini planlarken hedef kitle bölümlenmelerinde kuşak kavramını dikkate almaktadır. Kuşaklar 20 ila 30 yıllık yaş kümelerini oluşturan gruplardır. Bu gruplar aynı dönemde doğmuş aynı dönemin olaylarını yaşamış ve bu olaylar sonucunda şekillenmiştir. Kuşakların gençlik döneminde yaşadıkları olaylar yaşamlarında kalıcı etkiler bırakmaktadır. Bu etkiler bireyin sosyal hayatına, iş hayatına, tüketim davranışları ve siyasal davranışlarına etki etmektedir.

Günümüzde siyasal katılım sadece seçimlere katılma olarak düşünülmektedir. Ancak siyasal katılım bireyin siyasal ilgisinden başlar bireyin siyasal kararları etkilemek amacıyla yaptığı yasal veya yasadışı olan tüm eylem ve davranışları kapsamaktadır.

Araştırma 2000 yılı ve sonrasında doğan Z kuşağı bireylerinin siyasal katılım düzeylerini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Çalışmanın evrenini Z kuşağı oluşturmaktadır. Örneklemine ankete yanıt veren Z kuşağında dahil 386 kişi oluşturmaktadır. Çalışmada veri toplamada nicel araştırma yöntemlerinde olan anket tekniği kullanılmıştır. Ankette demografik özellikler, internet ve sosyal medya kullanımları, siyasal katılım ve siyasal katılım faktörleri olarak dört ana başlıkta toplam 38 soru bulunmaktadır. Anket sonuçları SPSS programında analiz edilmektedir.

Araştırma sonucunda Z kuşağı siyasal katılımında düşük bir ilgi düzeyine sahiptir. Siyasal katılımın en temel faaliyeti olan izleyici faaliyetlere ortalama düzeyde ilgi duymaktadır. Ancak yoğun enerji ve zaman gerektiren faaliyetlere katılım oranları düşüktür. Ayrıca Z kuşağı bir partiyi desteklerken en çok partinin politikalarından etkilenmektedir.

ABSTRACT

While marketers plan their activities and target audience recently takes into account the concept of generation in partitioning. Generations are groups that make up the 20 to 30 year age groups. These groups were born in the same period and experienced the events of the same period and as a result of these events shaped. The events experienced by generations during their youth have permanent effects on their lives. These effects affect the social life, business life, consumption behavior and political life of the individual.

Nowadays political participation is considered only as participation in elections. However, political participation starts with the political interest of the individual and includes all legal or illegal actions and behaviors made by the individual in order to influence political decisions.

The research was conducted to learn about the political participation of Generation Z individuals born in 2000 and after. Generation Z constitutes the universe of the study. The sample is 386 people from the generation Z who responded to the questionnaire created via the internet. In the study, the survey technique, which is a quantitative research method, was used to collect data. In the survey, there are 38 questions in 4 main headings as demographic characteristics, internet and social media usage, political participation and political participation factors. The survey results are analyzed in the SPSS program.

As a result of the research, Generation Z's interest in political participation is low. It has an average interest in audience activities, which is the most fundamental activity of political participation. However, participation rates in activities that require energy and time are low. In addition, while the Z generation supports a party, they are most affected by the policies of the party.

ŞEKİLLER VE TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. 1. Kuşakları Etkisi Altına Alan Olaylar	5
Tablo 1. 2. Farklı Kaynaklarda Yer Alan Kuşak Sınıflandırmaları	6
Tablo 1. 3. Z Kuşağının Olumlu Olumsuz Özellikleri	16
Tablo 3. 1. Siyasal Katılım Düzeyleri ve İlgili Davranışlar	69
Tablo 3. 2. Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı	72
Tablo 3. 3. Katılımcıların Eğitim Düzeyi.....	73
Tablo 3. 4. Katılımcıların Gelir Düzeyi	73
Tablo 3. 5. Katılımcıların Meslekleri.....	74
Tablo 3. 6. Katılımcıların Medeni Durumları.....	74
Tablo 3. 7. Katılımcıların İnternet Kullanım Süreleri	75
Tablo 3. 8. Katılımcıların İnternet Kullanım Amaçları.....	75
Tablo 3. 9. Katılımcıların En Sık Kullandıkları Sosyal Medya Araçları	76
Tablo 3. 10. Katılımcıların Siyasal Katılım Düzeyleri	77
Tablo 3. 11. Cinsiyet ve Siyasal Katılım	78
Tablo 3. 12. Cinsiyet ve Siyasal Katılım Faaliyetleri.....	78
Tablo 3. 13. Eğitim Durumu ve Siyasal Katılım	79
Tablo 3. 14. Eğitim Durumu ve Siyasal Katılım Faaliyetleri	80
Tablo 3. 15. Gelir Düzeyi ve Siyasal Katılım.....	81
Tablo 3. 16. Gelir Düzeyi ve Siyasal Katılım Faaliyetleri.....	81
Tablo 3. 17. Meslek ve Siyasal Katılım	82
Tablo 3. 18. Meslek ve Siyasal Katılım Faaliyetleri	82
Tablo 3. 19. Sosyal Medya Araçları ve Siyasal Katılım	83
Tablo 3. 20. Z Kuşağının Siyasi Partiye Destek Vermesinde Etkili Olan Faktörler	84
Tablo 3. 21. Z Kuşağının Siyasi Adaya Destek Vermesinde Etkili Olan Faktörler	85

GİRİŞ

Kuşak kavramı literatürde sık sık karşımıza çıkmaktadır. Literatürdeki kuşak çalışmaları genellikle kuşakların tüketim davranışları, kuşakların sosyal medya kullanımları ve kuşakların çalışma hayatına etkileri gibi konuları ele almaktadır. Bu çalışmaların evrenini genellikle Z kuşağı oluşturmaktadır. Z kuşağı iş hayatına ve siyasal yaşama katılan son kuşaktır. Bundan dolayı üzerinde yapılan araştırmalar yoğunluk göstermektedir. Genel olarak Z kuşağı tüketim davranışları üzerine yapılan araştırmalara konu olmaktadır.

Z kuşağı milenyumun başlangıcında ortaya çıkmıştır. Diğer kuşaklara oranla birçok farklılık göstermektedir. Z kuşağı teknolojinin içine doğup teknoloji tarafından yetiştirilen ilk kuşaktır. Bu kuşağın oynadığı oyunlarla, eğlence anlayışıyla ve sosyallik anlayışıyla diğer tüm kuşaklardan büyük bir farklılık göstermektedir.

Ülkemizde yaklaşık olarak nüfusun %20'ini oluşturan bu kuşak geleceğimizi şekillendirecektir. Gerek iş hayatında yapacağı yenilikler gerekse siyasal hayata yapacağı katkılar önemlidir. Siyasal hayata tamamiyle katılım sağladıkları yıllarda iktidarın belirleyicileri olarak anılacaklardır. Bundan dolayı Z kuşağının siyasal katılım faaliyetlerinin incelenmesi önem arz etmektedir.

Siyasal katılım demokratik yönetimlerin vazgeçilmez bir unsurudur. Siyasal sistemlerin varlığında bugüne kadar yönetilenlerin elde etmek amacıyla mücadele verdiği haklar, siyasal katılım olarak tanımlanabilir. Siyasal katılım bireylerin siyasetin herhangi bir aşamasına doğrudan veya dolaylı olarak katılım sağlamasıdır. Siyasal katılım yönetilenlerin sadece oy kullanması değil, yönetenleri belirlemek ve onların kararlarına müdahale etmek için yaptıkları tüm faaliyetleri kapsamaktadır. Siyasal katılım sadece seçmenler için önemli bir kavram değildir. Demokratik yönetimler içinde siyasal katılımın önemi oldukça fazladır. Siyasal katılım sağlanmazsa ise demokrasinin en önemli bir amacı gerçekleşmemiş demektir. Siyasal katılım davranışları demokratik yönetimler için oldukça önemlidir.

Z kuşağı yüksek oy potansiyeli nedeniyle yoğun olarak siyasal aktörlerin ilgisini çekmektedir. Siyasal aktörler tarafından Z kuşağını kazanmayan yönelik

birçok faaliyet yapılmaktadır. Ayrıca Z kuşağı toplum nezdinde apolitik bir izlenim yaratmaktadır.

Araştırmanın konusu iş hayatına ve siyasal hayata yeni adapte olan Z kuşağının siyasal katılım düzeylerini ölçmektir. Araştırmanın evrenini Z kuşağı oluşturmaktadır. Örneklemi ise internet üzerinden ankete yanıt veren Z kuşağına dahil 386 birey oluşturmaktadır. Araştırmada nicel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Anket veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Anket soruları dört bölüme ayrılmıştır. Bunlar; demografik özellikler, internet ve sosyal medya kullanımları, siyasal katılım ve siyasal katılım faktörlerinden oluşmaktadır. Ankette toplamda 38 soru bulunmaktadır.

Araştırmanın birinci bölümünde Kuşak Kavramı, Kuşakların Sınıflandırılması, Sessiz Kuşak, Bebek Patlaması Kuşağı, X Kuşağı, Y Kuşağı, Z Kuşağı, Z Kuşağının Genel Özellikleri, Z Kuşağının Diğer Kuşaklardan Farkları, Alpha Kuşağı ve Kuşakların Siyasal Katılım Açısından önemi incelenmiştir.

Araştırmanın ikinci bölümünde siyasal iletişim, siyasal iletişim kavramı, siyasal iletişimin tarihçesi, siyasal iletişimin özellikleri, siyasal iletişimin fonksiyonları, siyasal iletişim araçları, siyasal katılım, siyasal katılım tanımı, siyasal katılım düzeyleri, siyasal katılım biçimleri, siyasal katılıma etki eden faktörler, siyasal katılıma etkileyen sosyo-ekonomik faktörler, siyasal katılımı etkileyen psikolojik faktörler, siyasal katılımı etkileyen siyasi hukuki faktörler ve siyasal katılıma etki eden iletişim faaliyetleri başlıkları incelenmiştir.

Araştırmanın üçüncü bölümünde ise Z kuşağının siyasal katılım düzeylerini belirlemek amacıyla analizler yapılmıştır. Z kuşağının siyasal katılım düzeyleri siyasal katılıma etki eden sosyo-ekonomik faktörler çerçevesinde SPSS programı kullanılarak incelenmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KUŞAK KAVRAMI

1.1. Kuşak Kavramı ve Kuşakların Sınıflandırılması

Sürekli gelişen dünyadaki değişimler, bizi yeni kavramlar ve davranış biçimleri öğrenmeye zorlamaktadır. Bu değişiklikler en yoğun olarak kuşaklararası geçişlerde yaşanmaktadır (Sarioğlu, 2020: s. 1). Sanayi devrimiyle birlikte yaşanan, teknolojinin gelişimi ve bilgi çağına geçiş kuşaklar arası sınıflandırmanın ve kuşaklar arası farklılıkların belirgin bir şekilde ortaya çıkmasında önemli bir rol oynamaktadır (Yılmaz, 2020: s. 81). Kuşak araştırmaları ilk olarak 1952 yılında Alman sosyolog Karl Mannheim tarafından önerilmiştir. Kuşakların sosyal, ekonomik ve siyasi olayları ortak olarak deneyimlediklerini ve bunun onlara ortak bir dünya görüşü sağladığını iddia etmiştir (Hills, vd., 2016: s. 33).

Kuşaklararası geçişler daima önemli olaylar etrafında gerçekleşmiştir. Sosyal ve kültürel değişimler kendi gençliğini şekillendirmektedir. Kuşaklar arasında yaşanan bu sosyal ve kültürel değişimler her dönem kuşaklar arası çatışmalara sebep olmuştur. Kuşakların davranışlarını kendi yaşadıkları döneme göre analiz etmek, onları anlamakta etkili olmaktadır (Bayhan, 2016). Bu nedenle kuşakların yaşamında gerçekleşmiş önemli olaylar onların kişilikleri üzerinde etki bırakmaktadır. Örneğin savaş görmüş kuşakların çekingen olması, yokluk görmüş kuşakların tutumlu olması onlara döneminin kazandırdığı özelliklerdendir. Her kuşak için geçerli olan bir kanı bulunmaktadır; her kuşak kendi döneminin yansımasıdır ve kendisinden bir öncekine kuşağa tepkidir (McCrindle ve Wolfinger, 2010: s. 14). Ayrıca tüm kuşaklar olaylara kendi bakış açıları ile yaklaştıkları için gelecek kuşakları anlamakta da güçlük çekmektedirler.

Kuşak kavramı bireylerin toplumla ilişkisinin doğasını kronolojik olarak tanımlamak için güvendikleri en önemli kavramdır. Sosyal davranış bilimlerinde kuşak kavramına atfedilen anlamlar kafa karıştırıcı olabilmektedir. Bu kuşak kavramının literatürde oldukça fazla tanımının olmasında kaynaklanmaktadır (Alwin ve McCommon, 2007). Kuşaklar aynı zamanda doğan ve yaşamları boyunca birlikte yolculuk eden insan topluluklarıdır (Schewe ve Meredith, 2004: s. 52).

Aydın ve Başol (2014: s. 1) kuşağı birbirine yakın yıllarda doğmuş aynı dönemin koşullarında benzer sıkıntıları yaşamış kişiler topluluğu olarak tanımlamaktadır. Kuşak kavramı yalın haliyle yirmi-otuz yıllık yaş kümesini oluşturan topluluklar olarak tanımlanmaktadır (Adıgüzel, vd., 2014: s. 169). Yetiştığı dönemin davranış biçimleri ve beklentileri içerisinde büyümüş; sosyolojik, politik ya da ekonomik açıdan içerisinde yaşadığı dönemin özellikleriyle yoğrulmuş olan insan toplulukları kuşak olarak tanımlanmaktadır (Sarioğlu, 2020: s. 1). Ekonomik ve sosyal hareketler sonucunda oluşan topluluklara kuşak adı verilmektedir. Yetişme tarzları ve yaşadıkları olaylar sonucunda bir kimlik kazanan kuşaklar, çalışma hayatı ve sosyal yaşamlarında yaşadıkları olayların etkisiyle hareket etmektedirler (Keleş, 2011: s. 129). Kuşaklar benzer zaman aralıklarında doğmuş benzer yaş aralığına sahip aynı dönemlerin olaylarını yaşamış ve bu olaylar tarafından şekillendirilmiş insanlardır (Lower, 2008). Kuşakların iş yaşamına, sosyal yaşama ve teknolojiye uyum sağlamaları değişiklik göstermektedir (Ünal, 2017: s. 2).

Strauss ve Howe kuşağı benzer dönemlerde dünyaya gelmiş ve benzer özelliklere sahip akran grupları olarak tanımlamaktadır. Ayrıca kuşak tanımını üç maddelik bir çatı altında toplamışlardır (Strauss ve Howe 1999 Aktaran Keeling, 2003: s. 30):

- Yaş konumu, kuşakların benzer yaşta olmaları ve dönem olaylarının onları etkisi altına alması gerektiği.
- Ortak inanç ve davranışlar, kuşakların yaşadıkları olaylar karşısında aynı inanç ve davranışlara sahip olması gerekliliği.
- Kuşağa hissedilen aidiyet, akranlar arasında oluşan aynı kuşağa aidiyet hissi.

Aynı kuşaktaki kişiler ergenlik veya gençlik dönemlerinde benzer olaylara tanık olurlar ve benzer olaylar yaşarlar. Bu olaylar kuşakları tutum, değer ve hatta satın alma davranışlarına kadar etkiler ve yaşamları boyunca kuşaklar bunun etkisinde kalır. Diğer bir deyişle kuşakları etkileyen olaylar nispeten kalıcıdır ve karardır. Bu olaylar kuşakların karakterine derinlemesine işlenmiştir (Chen, 2010: s. 133). Tüm kuşaklar yaşadıkları dönemde olan büyük olaylardan etkilenmiştir (Kapoor ve Solomon, 2011: s. 308). Kuşaklar etkisi altına alan olayların etkilerini yaşamları boyunca sürmektedirler. İkinci dünya savaşı sonrasında ortaya çıkmış sessiz kuşak, ülkemizde ise 1980 sonrası ortaya çıkan apolitik kuşak örnek verilebilir. Tablo 1.1’de kuşakları etkisine altına alan olaylar yer almaktadır.

Tablo 1. 1. Kuşakları Etkisi Altına Alan Olaylar

	Sessiz Kuşak 1925-1945	Bebek Patlaması Kuşağı 1946-1964	X Kuşağı 1965-1980	Y Kuşağı 1981-1999	Z kuşağı 2000-
Dönemin etkili olayları	-İkinci Dünya Savaşı -Kore Savaşı -Büyük buhran -Atom Bombası -TV'nin İcadı	-Sivil Haklar -Vietnam Savaşı -Kadın Hakları -Soğuk Savaş -Uzay yolculukları - John F. Kennedy Suikastı - Martin Luther King Suikastı -GreenPeace -Petrol Ambargosu	-Watergate Skandalı -AIDS -Cinsiyet Eşitliği -Aktivist Hareketler -Yüksek Boşanma Oranları	-Dijital Medya -11 Eylül Saldırısı -Körfez Savaşı -Bilgisayar -Cep Telefonu -İnternet ağı	-İnternetin yaygınlaşması -Dijital küreselleşme

Kaynak: Yılmaz, 2020: 101

Tabloya göre Sessiz Kuşak yoğun olarak savaşlardan etkilenmiştir. Bundan dolayı savaş kuşağı olarak da adlandırılmaktadır. Bebek patlaması kuşağı Soğuk Savaş ve Uzay yolculuklarından etkilenmiştir. X Kuşağı dünyada cinsiyet eşitliğiyle tanışan ilk kuşak olmuştur. Yüksek boşanma oranları bu kuşağı etkisi altına almıştır. Y kuşağı döneminin en etkili olayları bilgisayar ve internetin yaygınlaşması

olmuştur. Z kuşağı ise internetin yaygınlaşması ve dijital küreselleşmeden etkilenmiştir.

Kuşakların çevresinde gelişen olaylar onların karakterlerinin oluşumuna müdahale eder. Ülkemizde aktif olarak beş kuşak bir arada yaşamaktadır (Ünal, 2017: s. 3). Tablo 1.2’de çeşitli araştırmacılar tarafından oluşturulan kuşak sınıflandırmaları yer almaktadır.

Tablo 1. 2. Farklı Kaynaklarda Yer Alan Kuşak Sınıflandırmaları

Kaynak	Kuşakların İsimleri ve Zaman Aralıkları				
Howe ve Strauss (2000)	Sessiz Kuşak (1925-1943)	Patlama Kuşağı (1943-1960)	13. Kuşak (1961-1981)	Milenyum Kuşağı (1982-2000)	-
Lancaster ve Stillman (2002)	Gelenekçiler (1900-1945)	Bebek Patlaması (1946-1964)	X Kuşağı (1965-1980)	Milenyum Kuşağı, Y Kuşağı (1981-1999)	-
Martin ve Tulgan (2002)	Sessiz Kuşak (1925-1942)	Bebek Patlaması (1946-1960)	X Kuşağı (1965-1977)	Milenyum Kuşağı (1978-2000)	-
Oblinger ve Oblinger (2005)	Yetişkinler (<1946)	Bebek Patlaması (1947-1964)	X Kuşağı (1965-1980)	Y Kuşağı, Milenyum Kuşağı (1981-1995)	Milenyum sonrası (1995-Günümüz)
Tapscott (1998)	-	Bebek Patlaması (1946-1964)	X Kuşağı (1965-1975)	Dijital Kuşak (1976-2000)	-
Remke, Raines ve Filipezak (2000)	Emektarlar (1922-1943)	Bebek Patlaması (1943-1960)	X Kuşağı (1960-1980)	Gelecektekiler (1980-1999)	-

Kaynak: Reeves ve Oh, 2008: s.820

Tabloya göre araştırmacılar tarafından kuşakların egemen olduğu yıllar hakkında araştırmacılar tarafından bir birlik oluşturulamamıştır. Ancak genel olarak birbirine yakın yıllar görülmektedir. Z kuşağı bir çok araştırmacı tarafından kuşak sınıflandırmasına dahil edilmemiştir.

Ulusal ve uluslararası literatürde Z kuşağı kuşak sınıflandırmaları içerisinde yer almamaktadır. Bunun sebebi araştırmacıların ilerleyen dönemlerde ortaya çıkacak bu nesil için kullanılacak terimin dönem şartlarına göre belirlenmesinin daha uygun olacağını düşünmeleridir (Yılmaz, 2020: s. 82).

1.1.1. Sessiz Kuşak

Sessiz kuşak çeşitli araştırmacılar tarafından savaş kuşağı veya gelenekçiler olarak adlandırılmaktadır (Levickaite, 2010: s. 171) ayrıca bazı araştırmacılar tarafından gazi anlamına gelen veteranlar olarak adlandırılmaktadırlar (Crampton ve Hodge, 2009: s. 1). 1925-1945 yılları arasında doğanların oluşturduğu kuşaktır. Dönem dünyada İkinci Dünya Savaşı ve ekonomik buhranı yaşamışlardır ve bu olaylar kuşağın karakter oluşumunda etkili olmuştur (Göksel ve Güneş, 2017: s. 810).

Türkiye’de sessiz kuşakların 1925-1945’li yıllar içerisinde yaşamış oldukları olaylar göz önüne alındığında; Büyük Değişim Kuşağı, Birinci Dünya Savaşı Kuşağı, Ümit Kuşağı, Buhran Kuşağı ve İkinci Dünya Savaşı Kuşağı olarak ifade edilmektedir. Bu dönemde dünyaya gelen bireyler 20 yıllık zaman dilimi içerisinde farklı olaylar yaşamışlardır (Ayhün, 2013: s. 97). Ayrıca bu dönem Türkiye’de tek partili döneme denk gelmektedir (Toruntay, 2011: s. 69). Bu kuşak dünya savaşlarından sonra, savaşta yaşadıkları duyguları bastırdıkları için sessiz kuşak olarak anılmaktadır (Berk, 2013: s. 12).

Sessiz kuşağın dünyaya geldiği dönemdeki yaşanan açlık, kıtlık ve ekonomik sıkıntılar onlara tasarruflu bireyler olmayı öğretmiştir. Yaşadıkları bu sıkıntılar sessiz kuşağı farklı yaşam şartlarına kolay uyum sağlayabilen bireylere dönüştürmüştür (Sarioğlu 2020: s. 9) Bu kuşağın kültürel öğelerinde kalabalık aileler ve yakın komşuluk ilişkileri yer almaktadır (Akdemir, vd., 2013: s. 14). Çağın en yaşlı üyeleri olan sessiz kuşak otoriteye sadıktır. Denge düzene itaat ederler ayrıca disipline önem verirler istikrar arayışı içindedirler. İş değiştirmeyi sevmez, ömür boyu aynı işte çalışmayı tercih ederler (Adıgüzel, vd., 2014: s. 171). Kuşakların yaşadıkları olaylar onların kişisel yapısındaki yönelmeler de birer etkendir. Bu kuşak tanık oldukları

olaylar karşısında sessiz kalması belki de özgüven eksikliğine ayrıca ekonomik anlamda kazanım sağlamasında işyerine bağlı birer çalışan olmasında etkili olmuştur (Yılmaz, 2020: s. 85). Ayrıca sessiz kuşak araştırmacılar tarafından uyumlu sıfatıyla tanımlanmaktadır (Ünal, 2017: s. 10).

1.1.2. Bebek Patlaması Kuşağı

Bebek patlaması kuşağı veya patlama kuşağı, 1946-1964 yılları arasında doğanların oluşturduğu kuşaktır (Pekala, 2001). Geçmiş nüfus sayımına oranla 17 milyon ekstra bebeğin doğması sebebiyle bu kuşağa “Bebek Patlaması” denmektedir (O'Bannon, 2001: s. 97). Y kuşağı ortaya çıkana kadar en büyük kuşak olarak anılmışlardır (Berk, 2013: s. 14). Bu kuşak soğuk savaş, dünyada insan hakları hareketlerine, TV ve radyonun ortaya çıkışına tanık olmuştur. Türkiye’de ise çok partili döneme ve ihtilallere tanıklık etmiştir.

Bebek patlaması kuşağı bu yüzyılın en şımartılmış çocukları olarak anılmıştır. Yoğun olarak çocuk odaklı toplulukların tadını çıkarmıştır. Ebeveynleri tarafından korunup kollanmışlardır. Çoğu orta sınıf genç hastalık ve suç görmeden yaşamıştır. Ardından ebeveynleri kadar yapıcı olmadıklarını öğrenen patlama kuşağı dünyayı etkisi altına alacak olan “bilinç devrimi” hareketini başlatmıştır. Bazı araştırmacılar bebek patlaması kuşağını narsist ve hoşgörüsüz olarak tanımlamaktadır fakat bebek patlaması kuşağı daima mükemmeliyetçi olmak için çaba göstermişlerdir (Howe ve Strauss, 1992).

Bebek patlaması kuşağı çoğunluğu işkoliktir ve rekabetçi özellikleri vardır (Delahoyde, 2009). Sadakat duyguları yüksek, kanaatkâr ve aynı zamanda bir yerde uzun süre çalışabilen bir yapıya sahiptirler. Teknolojinin kimine yakın, kimine göre ise uzak olduğu söylenebilir (Erkul, 2020). Kimi araştırmacılar bebek patlaması kuşağının teknolojinin gerisinde kaldığını ve değişime bilinçli olarak ayak uydurmadıklarını iddia etmektedir (Jurkiewicz ve Brown, 1998).

Bebek Patlaması kuşağı kabalık nüfusları, büyük egoları ve işkolik tavırları ile tarihe damgalarını vurmuşlardır (Aka, 2018: s. 121). Çoğunluk bir önceki kuşak gibi otoriteye sadık bireyler olarak yaşamışlardır, fakat içlerinden bazıları öğrenci

eylemlerine, kadın erkek eşitliğine ve bazı toplumsal eşitsizliklere tepki göstererek çeşitli eylemlerde bulunmuştur (Sezen, 2012). Bu kuşağın büyük bir kısmı işkolik olduğundan dolayı emekli olduktan sonrada çalışmayı sürdürmektedir. Bu bilim, teknoloji, tıptaki ilerlemeler ve beslenme alışkanlarındaki gelişmelere bağlanmaktadır. Artan yaşam kalitesi bu kuşağı iş hayatında tutmayı sağlamaktadır (Berk, 2013: s. 14). Ayrıca bebek patlaması kuşağı araştırmacılar tarafından kuralcı sıfatıyla tanımlanmaktadır (Ünal, 2017: s. 11).

1.1.3. X Kuşağı

X kuşağı veya 13. Kuşak, 1965-1980 yılları arasında dünyaya gelmiştir (Göksel ve Güneş, 2017: s. 812; Kapoor ve Solomon, 2011: s. 309). Çeşitli ekonomik ve sosyal sıkıntılar döneminde doğdukları için bu kuşak kayıp kuşak olarak da adlandırılmaktadır (Mücevher ve Erdem, 2018: s. 63). Dünyada rekabet MTV, AIDS, her altı ayda bir yeni teknolojik gelişme (O'Bannon, 2001: s. 98), petrol krizi ve 68 kuşağı olaylarını yaşamışlardır. Türkiye’de ise sağ-sol çatışmalarına tanık olmuşlardır. Bu olaylar X kuşağının yaşamının şekillendirmiştir (Adıgüzel, vd., 2014: s. 19).

X kuşağı terimi, Douglas Coupland’ın 20. yüzyılın sonunda gelecek olan nesil hakkında yazdığı “X kuşağı hızlandırılmış bir kültürün hikayeleri” adlı romanının yayınlanmasının ardından popüler sözlüğe yayılmıştır (Ashraf, 2018: s. 1; The Telegraph, 2014).

X kuşağı kendini topluma karşı zıt gören kendi stillerini yaratan farklı müzik türlerine ilgi gösteren ve kendi yaşayış biçimlerini oluşturan bir nesildir (Göksel ve Güneş, 2017: s. 812). Türkiye için bu kuşak ara kuşak anlamına gelen geçiş dönemi çocukları olarak adlandırılmıştır (Ayhün, 2013: s. 97). X kuşağı gençliğinde intihar, siyasal ilgisizlik ve nefret suçlarıyla ilgili haberlere oldukça fazla maruz kalmıştır. Çoğunluğu oy kullanmak istemez. Ebeveynlerin çalışmasından ve artan boşanma oranlarından sebep bozulan aile hayatlarından dolayı bu neslin çoğunluğu sürekli yalnız kaldıkları için özgürlüğüne düşkün bireyler olarak yetişmiştir (Howe ve Strauss, 1992). Dünya genelinde bu neslin %40’ı bozulan aile yaşantısından olumsuz

etkilenmiştir (O'Bannon, 2001: s. 98). Dünyada azalan doğum oranlarından dolayı küçük bir nesil olarak kalmışlardır.

Geçmiş kuşakların aksine siyasetten uzak durmuş ve apolitik bir nesil olarak yaşamışlardır. Ancak büyük bir çoğunluğu toplumsal olaylar karşısında daima duyarlı olmuşlardır. Toplumsal sorunlar göz ardı edilmemiştir. (Tuncer, 2016: s. 35). Kadın erkek eşitliği ve birçok konu hakkında ses çıkartmışlardır. Dünyada büyük değişimlere sebep olan 68 kuşağından dolayı olarak etkilenmişlerdir.

Sessiz kuşak ve bebek patlaması kuşağını aksine özgür ve bağımsızlıklarına düşkün bireyler olarak yetiştirilmişlerdir (Toruntay, 2011: s. 74). Bu olayda büyük bir etken aileleri tarafından ihmal edilmeleri ve yalnız başına büyümeleri olmuştur. Kalabalık olmayan ailelerde tek başlarına büyüyen bireyler aileden koparak bireyciliklerine önem vermişlerdir. Bozulan aile yapısı ve boşanma oranlarındaki artış bu olay da etkili bir konumda bulunmaktadır.

X kuşağının farklı araştırmacılar tarafından kabul edilmiş özellikleri şu şekilde sıralanabilir:

- Erken yaşta sorumluluklarla tanışmışlardır (Aydın ve Başol, 2014: s. 3).
- Geçmiş kuşaklara oranla daha girişimci bir ruha sahiptirler (Berk, 2013: s. 14).
- X kuşağı için saygın bir statüye sahip olmak, para kazanmak ve sosyalleşmek önemli ihtiyaçlardandır (Demirkaya, vd., 2015: s. 189).
- Kadınların iş hayatına katılmasıyla birlikte bu dönemde doğum oranlarında bir azalma olmuştur (Başol ve Aydın, 2014; Sezen, 2012).
- Önceki nesillere göre daha geç yaşta evlenmişlerdir (Zill, 1997 Aktaran O'Bannon, 2001: s. 98).
- Teknolojiyi zorunluluktan kullanmaya başlamışlar ve otoriteye saygılı olmuşlardır (Sezen, 2012).
- Güçlü bir aidiyet duygusuna sahip, güçlü, çalışkan, gerçekçi ve kanaatkarlardır (Yalçın, 2020: s. 112).
- Takım halinde çalışma yerine yalnız çalışmayı tercih etmektedirler ancak ekip çalışmalarına da yatkındırlar (Gürsoy, vd., 2008: s. 452).
- Kanaatkar ve sadıktırlar (Acılıoğlu, 2021: s. 26).

- Toplulukçuluktan uzaklaşıp bireyciliğe önem vermişlerdir (Sezen, 2012).
- Sıkıcı olmaktan kaçınırlar, sıradan çalışma saatlerini sevmezler çünkü kendilerini sıkışmış hissederler, kendilerini realist bireyler olarak görürler ve genel olarak idealleriyle gurur duyarlar (Coupland, 1989: s. 83).
- Aidiyet duygusu güçlü, değişime ayak uyduran, çalışma motivasyonu yüksek ve sadık bireyler olmaları belirgin özelliklerindedir (Tuncer, 2016: s. 35) bireyler işlerine sağdik olsalar dahi kariyer fırsatlarını değerlendirmekten çekinmemektedirler.

X kuşağı “cinsiyet eşitliği” ile tanışan ilk kuşaktır. Bu dönemde kadının çalışma hayatına katılımındaki artış cinsiyet eşitliğinde adımlardan birisidir. Bu yenilikler ailedeki görev dağılımlarını etkilenmiştir. Erkekler ev işleri ve çocuklarının bakımıyla daha çok ilgilenmiştir (Yılmaz, 2020: s. 91).

X kuşağı bir geçiş kuşağıdır. Bebek patlaması ve Y kuşağı nüfus olarak X kuşağından fazla olduğu için, X kuşağı geçiş kuşağı olarak adlandırılmaktadır. Günümüzde kullanılan teknolojik araçların birçoğu X kuşağı üyeleri tarafından geliştirilmiştir. Buna rağmen X kuşağı teknolojik araçları kullanımı konusunda Y ve Z kuşağının çok gerisinde kalmıştır (Toruntay, 2011: s. 74). X kuşağı bazı araştırmacılar tarafından rekabetçi olarak tanımlanmaktadır (Ünal, 2017: s. 11).

1.1.4. Y Kuşağı

Milenyum veya echo boomers olarak bilinen Y kuşağı 1980-1999 yılları arasında doğmuştur (Kapoor ve Solomon, 2011: s. 308). Y kuşağına patlama kuşağının yankısı (Lower, 2008) olarak birçok atıfta bulunulsa da Y kuşağı piercingler, dövmeleer ile fiziksel görüntüleri geçmiş kuşaklardan çok farklı görülmektedir (Shaw ve Fairhurst, 2008: s. 268). Y kuşağı terimi ilk olarak 1993'te gençlerin önceki kuşaklardan farklı olduğunu tanımlamak için ortaya çıkmıştır (Strauss ve Howe 1992 Aktaran Yüksekbilgili, 2013).

Y kuşağı terimi 1993'te AdAge (Advertising Age) dergisinde kullanılmıştır ardından literatüre yayılmıştır. Milenyum kuşağı terimi ise Neil Howe ve William

Strauss tarafından ortaya atılmıştır. Y kuşağı tüm hayatlarını çevrimiçi olarak paylaşmaktan çekinmezler bunun yanı sıra bencil ve kendine saygı duyan bir nesil olarak anılmaktadırlar (The Telegraph, 2014). Y kuşağının her şeyi sorguluyor olmaları onlara WHY (neden) denmesine sebep olmaktadır. Telaffuzu Y harfine benzediğinden dolayı Y kuşağı denmektedir (Kuru, 2014: s. 2). Y kuşağı araştırmacılar tarafından sorgulayıcı sıfatıyla anılmaktadır (Ünal, 2017: s. 12).

Y kuşağı üyeleri dünyada 11 Eylül saldırısı gibi gündemi çok uzun süre meşgul eden olaylara ayrıca SSCB'nin dağılışı ve Berlin duvarının yıkılması gibi dünyada politik ve sosyal dengeleri değiştiren olaylara şahit olmuştur (Toruntay, 2011: s. 76). Türkiye'de ise bu neslin etkilendiği önemli olaylar Körfez Savaşı, Irak Savaşı, internetin gelişip yaygınlaşması, küreselleşen dünya, cep telefonları ve cep telefonlarını gelişimiyle yaygınlaşan sosyal medya olmuştur (Çemberci, vd., 2014: s. 61).

Ekonomik olarak iyi bir dönemde dünyaya gelmiş olan Y kuşağı dünya savaşları ve küresel yoksullukları olmadığı bir dönemde yetişmiştir (Acılioğlu, 2021: s. 28). Y kuşağı internet ile birlikte büyümüş ve elektronik oyunlarla eğlendirilmiştir. Yaşamlarını örnek alarak değişimin sürekli devam edeceğine inanmaktadırlar. Dikkatleri çabuk dağılabilir ve kurallara pek sıcak bakmadıkları için otoriteye saygılı olmadıkları söylenebilir. Özgürlüklerine düşkünlerdir çalışma hayatında fırsatları değerlendirmekten çekinmezler bundan dolayı sık sık iş değiştirirler (Yalçın, 2020: s. 113). Y kuşağı iş güvencesine büyük önem verse de sıklıkla iş değiştirebilen ve iş yerinde mali kazanca önem veren bir kuşaktır ve gittiği işyerlerine pozitif enerjisini götürür ve yenilikler sunmaktadır (Yüksekbilgili, 2013: s. 344).

Y kuşağı sürekli teknolojik gelişmelerin yaşandığı bir dünyaya gözlerini açmıştır ve teknolojiyi yakından takip etmişlerdir. Özgürlüğüne düşkün bir kuşaktır. Özgürlüklerine düşkün oldukları için standart çalışma saatleri onlara sıkıcı gelmektedir. Otoriteyi reddeder ve otoriteye saldırgan bir tutum içinde davranmaktadırlar. Fakat buna rağmen sürdürülebilirlik, etik ve sosyal sorumluluk kavramlarına oldukça önem vermişlerdir (Göksel ve Güneş, 2017: s. 813).

Y kuşağının boşanmaların ve doğum oranlarının azaldığı bir dönemde ortaya çıkmasından dolayı ailesi tarafından sevilen ve şımartılan gençler olarak

büyütölmüşlerdir. Özgüveni yüksektir. Rekabetçilerdir fakat başarmak için iş birliğı yapmaktan çekinmezler. Rutini sevmez çabuk sıkılır ve sürekli değışimi isterler. Son olarak çalıştıkları kurumlara aidiyeti düşüktür (HayGroup Aktaran Çemberci vd., 2014: s. 62).

Y kuşağının birçoğı sorumluluk almaktan kaçınır ve kendilerinin sorumluluklarının çok fazla olduğunu düşünür, ayrıca evliliğın getirdiğı sorumlulukları almak istemedikleri için evliliklerini ertelerler ve evliliğe ihtiyaç hissetmemektedirler. Özgür olmayı ve seyahat etmeyi sevmektedirler (Yılmaz, 2020: s. 95).

Y kuşağı iyi eğitimli ve başarı odaklıdır. Teknolojiyle hayatlarının her alanında karşılaşmakta olan bir mobil teknoloji neslidir. Y kuşağının birçoğı teknoloji meraklısı olmasına rağmen ilişkilerini hem sanal ortamda hem de yüz yüze yaşamayı tercih ederler. Başarı odaklı oldukları için anında geribildirim almaktan hoşlanırlar ve verilen görevleri yerine getirip başarılı olmak için çaba gösterirler (Berk, 2013: s. 15).

Y kuşağının temel özellikler şu şekildedir (Yüksekbilgili, 2013: ss. 36-347):

- Teknolojiyi yakından takip ederler.
- Kendine güvenleri yüksektir.
- Aynı anda pek çok işi yapabilirler.
- Özgürlük bu kuşak için çok önemlidir.
- Kendisini öğrenmeye istekli olarak tanımlarlar.
- Sosyal bilince sahiptirler.
- Sabırsızdırlar.
- Rekabetçilerdir.
- Otoriteyi reddederler.
- Geleceğı düşünmektense anı yaşamaya odaklanırlar.
- Onlar için topluma yarar sağlayan işler yapmak çok kazanmaktan önemlidir, kazanca önem verseler dahi toplumsal yarar daha baskındır.
- Y kuşağı için dolu ve dengeli bir hayat yaşamak ve yaşamdan keyif almak çok para kazanmaktan daha önemlidir.
- İş yerinde kazanca önem verirler.

- Sıkıcı bir işten zoru bir işe tercih ederler.
- Aidiyet duyguları düşüktür.
- İş hayatında sık sık iş değiştirmekten çekinmezler.
- Takım çalışmasına önem verirler.
- İnternet üzerinden alışveriş yaparlar.
- Teknolojik becerileri çok gelişmiştir.
- Zaman ve emek yatırımı gerektiren uzun vadeli işleri sevmezler, kısa sürede tatmin elde edecekleri şeyleri ararlar.

X Kuşağı ben nesli olarak adlandırılabilirse, Y Kuşağı biraz daha ileri giderek bir neden ben tavrı geliştirmiştir. Her iki grup da teknolojik açıdan bilgili ancak kişilerarası becerilerden yoksun görünmektedirler (Crampton ve Hodge, 2009: s. 3). Sessiz kuşak hayatta kalma mücadelesi vermiştir. Patlama kuşağı büyük buhranın ve dünya savaşlarının izlerini onarmak için mücadele vermiştir. X kuşağı aileleri tarafından ihmal edilmiş. Ön plana çıkabilmek için yaşamak için çalışmıştır. Ancak Y kuşağı hayatın tadını çıkartmak için yaşamaktadır (Acıloğlu, 2021: s. 29).

1.1.5. Z Kuşağı

Z kuşağı kuşak sınıflandırmalarında ulusal ve uluslararası literatürde çok fazla yer almamaktadır. Z kuşağı literatürde son kuşak olarak adlandırıldığı için hakkında kısıtlı sayıda kaynak ve araştırma bulunmaktadır (Yılmaz, 2020: s. 97) Z kuşağı araştırmaları gün geçtikçe artmakta ve Z kuşağının literatürde daha sık yer almaya başladığı görülmektedir.

Z kuşağı milenyumun başlarında doğan bir nesildir (The Telegraph, 2014). 1990'ların sonlarında 2000'lerin başlarında doğan Z kuşağı (Ünal, 2017: s. 21) farklı araştırmacılar tarafından İnternet Kuşağı, Gelecek Kuşak, GenZ, İGeneration (Levickaite, 2010: s. 173), Kristal Nesil, Dijital Doğanlar, Google kuşağı, Ağ Kuşağı, Minecraft Kuşağı ve tepkilerini yoğun olarak çevrimiçi ağlara taşıdıkları için Sessiz Kuşak olarak da anılmaktadırlar (Sarioğlu, 2020: s. 26).

Z kuşağı en iyi eğitimi alan kuşaktır ayrıca “anında çevrimiçi” olarak adlandırılan tamamıyla teknoloji kullanıcılarını oluşturan bir neslidir (Levickaite, 2010: s. 173). 1990’ların sonunda 2000’lerin başında ortaya çıkan Z kuşağı küresel dünyanın ilk vatandaşları olarak anılmaktadırlar. Z kuşağı teknolojinin ortasına doğan ilk kuşaktır (Acılıoğlu, 2021: s. 31). Teknolojiye sorunsuz ve sınırsız ulaşım sağlamaları sayesinde dijital okuryazarlık konusunda dünya üzerindeki en gelişmiş kuşak olmaları beklenmektedir. Z kuşağı reklam faaliyetlerinden az etkilenmektedirler onlar için etkileyici unsur aile ve arkadaşları olmaktadır. (Sarıoğlu, 2020: s. 28). Z kuşağı teknolojik olarak doyum sağlamış ve resmi olarak en eğitilmiş nesildir (McCrindle, 2013). Z kuşağı terörizm, küresel kriz ve iklim değişikliğinin kriz döneminde doğmuştur. Gençliklerini ekonomik ve sosyal yenilenme için harcayacakları araştırmacılar tarafından öne sürülmektedir (McCrindle ve Wolfinger, 2010: s. 15). Z kuşağı araştırmacılar tarafından çoklu iş (multitasking) özelliklerinden dolayı M kuşağı olarak da adlandırılmaktadır Z kuşağı insanlık tarihinin kulak, göz, el ve ayakları kullanma açısından motor beceri senkronizasyonunu en iyi yöneten nesil olarak görülmektedir (Toruntay, 2011: s. 81). Ayrıca Z kuşağı hayat boyu öğrenmeyi sürdüreceği bir kuşak olarak görülmektedir. Çünkü öğrenmek onlar için kitapların veya okulların ötesindedir. Tüm soruların anında cevap alabilmektedirler (Acılıoğlu, 2021: s. 30).

Z kuşağı tamamıyla küresel ilk kuşaktır. Önceki nesiller gibi sadece filmler, müzikler ve ünlüler küresel değil yiyecekleri, eğlence anlayışları, sosyal eğilimleri ve iletişimleri küresel hale gelmiştir (McCrindle, 2013). Z kuşağı gençleri teknolojinin onlara sunduğu çeşitli olanaklarla birlikte yaşamalarını sürdürmektedir. Teknolojik aletler ile buldukları her yerden görsel veya işitsel olarak birbirlerine bağlanabilmektedirler. İletişimleri genel olarak teknoloji odaklı olduğu için yalnız yaşamaya alışacakları ve buna eğilimli olacakları tahmin edilmektedir (Toruntay, 2011: s. 81).

Z Kuşağı tamamen dijitaldir. İletişim ve sosyal etkileşim alışkanlıkları da dijital hale gelmiştir (Levickaite, 2010: s. 173). Teknoloji odaklı iletişimde sosyalleşmek için interneti kullanan bu nesil sosyal yaşam anlayışları ve sürekli değişen eğlence anlayışları ile önceki nesillerden çok farklı bir yerde konumlandırılmaktadırlar. Z kuşağı yaratıcı, haksızlığın karşısında hak arayan ve

farklı sosyolojik gruplarla ilişkiler konusunda diğer kuşaklardan daha başarılıdır (Aydın ve Başol, 2014: s. 4). Ayrıca doğal kaynakların hızla tüketildiği günümüzde dünyaya gelmiş olan bu neslin çevresel konulara hassasiyeti yüksektir (Kuran, 2021: s. 37). Özellikle küresel ısınma gibi dünyanın genelini etkileyen sorunlara dikkat çekme gayretindedirler ve bu konudaki hassasiyet ve çabalarıyla gündeme gelmektedirler. Z kuşağı gelecek kuşaklara daha yaşanılabilir bir dünya bırakmayı hedeflemektedir (Sarıoğlu, 2020: s. 52).

Hayat standartlarında meydana gelen değişim ve dönüşümler Z kuşağı bireylerinin diğer kuşaklara nazaran apayrı bir dünyada yetişmelerini beraberinde getirmiş, özellikle teknolojide meydana gelen ilerlemeler söz konusu kuşağın bireysel özelliklerinin diğer kuşaklardan ayrılmasına neden olmuştur (Ayhün, 2013: s. 102). Z kuşağı genellikle ailesi tarafından yalnız bırakılan ve ilgisiz olarak büyüyen X kuşağı tarafından yetiştirilmektedir. Z kuşağı ebeveynleri bu kuşağı aşırı korumacı yetiştirmiş ve aşırı derecede desteklemiştir. Bu etkenler iş tatminsizliği, sebat etme ve beklentilerin artması gibi birçok olumsuz sonuca sebep olmuştur (Sarıoğlu, 2020: s. 33).

Z kuşağı dünyada teknolojik gelişmelerin zirveye ulaştığı bir dönemde dünyaya gelmiş bu kuşak bilginin ve zamanın hızına kolaylıkla adapte olabilmektedir (Ünal, 2017: s. 22). Hızla ortaya çıkan bu teknolojik gelişmeler en çok Z kuşağını etkilemiştir ve bu gelişmeler onlara çeşitli olumlu yönler katmış olsa dahi bazı olumsuzlukları beraberinde getirmiştir. Tablo 1.3’de literatürde Z kuşağına atfedilen olumlu ve olumsuz özellikler yer almaktadır.

Tablo 1. 3. Z Kuşağının Olumlu Olumsuz Özellikleri

Olumlu Özellikler	Olumsuz Özellikler
Yaratıcılık	Aceleci
Toplumsal konulara duyarlı	Hazırcı
Sosyallik ve iletişime açıklık	Azimli ve hırslı olmama
Kendini rahatlıkla ifade edebilme	Kolay pes etme
İyi eğitilmiş	Teknolojiye bağımlı
Hak arama	Dikkat dağınıklığı
Girişimcilik	Tatminsiz

Dürüstlük	Sadakatsiz
Doğruyu çekinmeden söylerler	Konsantrasyon bozukluğu
(Çoklu İş) Multitasking	Kararsız

Kaynak: Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

Z Kuşağı toplumsal konulara duyarlı bireyler olmalarıyla bilinmektedir. Sosyal ve iletişime açık bir kuşaktır. Bunun en büyük etkeni iletişimin sanal ortamlara taşınması ve bireyleri bu ortamlarda kendilerini ifade etmekte zorlanmamalarıdır. Bilgiye ulaşma kolaylığı onları yeryüzündeki en eğitimli nesil olarak tanımlamaktadır. Ayrıca el ayak kullanma becerisi açısından en gelişmiş kuşaktır.

Z kuşağının en belirgin olumsuz özelliği teknolojiye bağımlı olmalarıdır. Birçoğu teknolojik aletleri vücutlarının bir uzvu olarak görmektedir. Teknolojinin hayatlarına sağladığı hızdan dolayı aceleci ve kolay pes eden bir yapıya sahiptirler. Bu sebepler onlarda dikkat dağınıklığı ve konsantrasyon bozukluğu gibi çeşitli olumsuz özelliklerin oluşmasına neden olmaktadır.

Teknolojikler gelişmelerin sosyal hayata etkileri sonucunda Z kuşağının bazı öncelikleri oluşmaktadır. Z kuşağı iyi bir eğitim, bireysellik, empati ve ifade özgürlüğü gibi kavramlara önem vermektedir. Önemsiz gördükleri kavramlar ise meslek, takım çalışması, aşırı zaman alan işler ve kuralcılıktır (Ünal, 2017: s. 28). 90'ların refah dönemlerini yaşamayan Z kuşağı birikim yapma konusunda temkinli bireyler haline gelmişlerdir. Z kuşağı günümüzde hayata geçmemiş kariyer olanaklarına doğru ilerleyecektir (Sarıoğlu, 2020: s. 34).

Z kuşağı teknolojik gelişmelerin zirve olduğu bir dönemde dünyaya gelmiştir. Sürekli olarak gelişen ve değişen teknolojik trendlere ayak uydurabilmektedirler. Hızlı değişimlere kolaylıkla uyum sağlayabilmektedir. Bu yetenek Z kuşağının en belirgin özelliği olarak anılabilir.

Teknolojiye bağımlı olan bu nesil günlük işlerinin birçoğunu internet aracılığıyla yapmaktadır. Ayrıca Z kuşağı sanal ortamı sosyal bir çevre oluşturmak ve sosyalleşmek gibi amaçlarla kullanmaktadır. Sanal ortamda iş kurmak, çalışmak veya meslek edinmek Z kuşağının yatkın olduğu faaliyetlerdir (Acıloğlu, 2021: s. 32).

Sanal ortamda çalışmak ve sosyalleşmek onlar için oldukça sıradan faaliyetler olarak yer almaktadır.

Küresel çevre sorunlarının olduğu bir dünyada meydana gelen Z kuşağı çevreci bir kuşaktır. Z kuşağının çevreci bir kuşak olmasında gençlik dönemlerinde sıklıkla gördükleri küresel ısınma, doğal tahribatı, nesli tükenen hayvanlar, orman yangınları ve çeşitli bozulmalar sonucunda ortaya çıkan doğal afetler oldukça etkili bir konumdadır. Bundan dolayı Z kuşağının hayatlarının büyük bir çoğunluğunu ekolojik yenilikler arayarak geçirecekleri düşünülmektedir.

Z kuşağı toplumsal olaylar konusunda duyarlı bireylerden oluşmaktadır. Adalet ve eşitlik kavramlarına önem vermektedirler. Teknolojik gelişmeler sonucunda haberleşmenin anlık ve küresel bir hal almasından dolayı bu kuşak dünya üzerinde yaşanan olaylara anlık olarak tepki verebilmektedir. Toplumsal olaylar konusunda tepki göstermek için birçok araca sahip olan Z kuşağı bu durum sayesinde rahatlıkla düşüncelerini dile getirebilmektedir.

Z kuşağı tüketime yatkın bireylerden oluşmaktadır. Teknolojik gelişmeler sonucunda ortaya çıkan tüketim kültürü her kuşağı etkilemiştir. Ancak interneti birçok alanda kullanan Z kuşağı bu kültürden diğer kuşaklara oranla daha yoğun olarak etkilenmektedir. Seçeneklerin fazlalığı bu kuşağı araştırma yapmaya sevk etmektedir. 90'ların refah dönemini yaşamamış olan Z kuşağı için fiyat genel olarak belirleyici konumdadır.

Z kuşağı dijital okuryazarlık konusunda eğitim almamasına rağmen bilgiyi bulma, anlama, analiz etme, üretme ve paylaşabilme açısından oldukça gelişmiştir. İnternetteki bilgi kirliliğinden dijital okuryazarlık önem kazanmaktadır. Ancak Z kuşağı bu bilgi kirliliğinde aradığını kolaylıkla bulabilmektedir. Z kuşağı ortalama olarak günlük 4 saatten fazlasını internetin başında geçirmektedir. Aradıkları tüm bilgilere internette ulaşabildiklerinden dolayı gelişimleri sürekli olarak devam etmektedir (Coşkun, 2019: s. 53).

Z kuşağı bireyleri günlük hayatlarında da yoğun olarak reklam ve türevlerine maruz kaldıklarından dolayı sürekli olarak bir bilgi kirliliğiyle mücadele etmektedir. Bundan dolayı genel olarak hafızaları görsel olarak hikayeleştirdikleri olayları

hatırlama açısından oldukça etkilidir. Bu değişim reklam ve pazarlama faaliyetleri başta olmak üzere, siyasal faaliyetler gibi birçok alanı değişime uğratmaktadır.

Z kuşağı dünyaya gelen en farklı kuşaktır. Dünyayı değiştirme ideali güderler. Ancak bunu yapmak için siyaseti doğru bir araç olarak görmemektedir. Bundan dolayı birçoğu kendisini bir partiye, adaya veya ideolojiye bağlı olarak görmemektedir. Z kuşağı sürekli olarak internette olduklarından dolayı bu mecradan haberlere kolaylıkla ulaşabilmektedirler. Ayrıca internet Z kuşağına kolay örgütlenebilme imkanı sağlamaktadır. Z kuşağı siyasi olarak potansiyellerinin çok üstünde bir kuşaktır (Bulur, 2020: s. 193).

Z kuşağı dünyayı değiştirme düşüncesine sahiptir. Bu nedenle gönüllü faaliyetlere en yoğun ilgi gösteren kuşaktır. Ancak bu ilginin nedenlerinde biride bu faaliyetleri internet üzerinden geniş kitlelere sunabilmesidir (Bulur, 2020: 193).

1.1.5.1. Z Kuşağının Diğer Kuşaklardan Farkları

Z kuşağını diğer kuşaklardan ayıran en önemli özellik teknolojik gelişmelerin zirvede olduğu bir dönemde dünyaya gelmeleridir. Bundan dolayı Z kuşağı “Dijital Yerliler” olarak da anılmaktadır. Teknolojinin içine doğmuş olan bu nesil teknolojinin getirdiği yenilikler sayesinde diğer kuşaklardan belirgin olarak ayrılmaktadır. Teknolojik gelişmelerle birlikte gelen yenilikler sosyal hayatta, siyasal hayatta ve iş hayatında birçok yeniliği beraberinde getirmiştir. Z kuşağı yeni teknolojilere kolayca adapte olabilmektedir. Diğer kuşaklar adaptasyonda sorun yaşayabilmektedir hatta hiç adapte olamayıp yeniliklerin gerisinde kaldıkları durumlar bulunmaktadır.

Z kuşağının diğer kuşaklardan en büyük farkı tümüyle küresel olan ilk kuşak olmasıdır. Öncelerde sadece filmler, aktörler, şarkılar ve şarkıcılar dünya üzerinde tanınmış ve popüler iken günümüzde her nesnenin bir popülerlik potansiyeli bulunmaktadır. Bundan dolayı Z kuşağının yaşamında dünyanın her tarafında giyim tarzı, yiyecekleri vb. benzer olan bireyler bulunmaktadır. Z kuşağı tamimiyle küresel olan kuşakların ilk temsilcisidir.

Z kuşağının diğer kuşaklardan diğer bir farkı ise, iletişimin dijitalleşmesi sonucunda geleneksel iletişim türlerini tercih etmemektedirler. Örneğin Z kuşağı telefonla konuşmaktan hoşlanmaz ve mesajlaşmayı buna tercih etmektedirler. Ayrıca yoğun internet kullanım sürelerinden dolayı sanal iletişimi yüz yüze iletişimden daha fazla kullanmaktadırlar. Bundan dolayı sanal iletişimi yüz yüze iletişime tercih etmektedirler. Çünkü sanal iletişim daha bireylerin kendini daha rahat ifade etmesini yardımcı olmaktadır. Sanal iletişim küresel olarak en hızlı iletişim türüdür.

Z kuşağı var olan diğer kuşaklara oranla otoriteden en bağımsız kuşaktır. İlk olarak Y kuşağı ile görülen otoriteyi reddetme davranışı, Z kuşağı döneminde gittikçe artmıştır. Otorite sadece siyasi olarak algılanmamaktadır. Z kuşağı öğretmenler müdürler veya patronlar gibi tüm otoritelere karşı bir zıtlık gütmektedir. Bunun nedeni Z kuşağının özgür olarak yetiştirilmesi ve özgür bireylerden oluşması olarak görülmektedir.

Z kuşağı özel hayatlarından önemli anları sosyal medya aracılığıyla çevresiyle paylaşmaktadır. Bu birçok kuşak tarafından onaylanmayacak bir davranıştır. Ancak teknolojik gelişmelerle birlikte mahremiyet önemini yitirmektedir. Z kuşağı için normal olan bir davranış diğer kuşaklar tarafından ayıplanabilmektedir.

Z kuşağı gelişen eğitim olanakları sayesinde diğer kuşaklardan daha iyi eğitim almıştır. Eğitim olanaklarının fazlalığı Z kuşağını en eğitimli nesil olarak bilinmesini sağlamıştır. Verilen eğitim sadece okulları kapsamamakta, Z kuşağı araştırmayı seven bir kuşak olduğu için internetin sağladığı olanaklar sonucunda da Z kuşağı istediği her şey hakkında bilgi sahibi olabilmektedir. Bu donanımlar Z kuşağını diğer kuşaklardan ayırmaktadır.

Sonuç olarak Z kuşağının diğer kuşaklara oranla farklılıklarının, en büyük etkisini teknolojik gelişmeler oluşturmaktadır. Z kuşağını etkileyen olayların tümü teknolojik gelişmelerden kaynaklanmaktadır. Bu gelişmeler Z kuşağını olumlu veya olumsuz olarak birçok yönden etkilemektedir.

Literatürde son kuşak olarak Z kuşağı yer alsa da kimi araştırmacılar, hızlı ve sürekli olarak değişen teknolojik ve sosyal olaylar sonucunda yeni kuşakların gelişiminin hızlanacağını savunmaktadır. Literatürde pek fazla yer almasa da Z kuşağının ardından gelen kuşak “Alpha Kuşağı” olarak anılmaya başlanmıştır.

1.1.5.2. Alpha Kuşığı

Alpha Kuşığı birçok araştırmacı tarafından Z kuşağına dahil edilmektedir. Z kuşağının devamı olarak sayılan bir kuşaktır. 2010 yılı ve sonrasında doğanların oluşturduğu kuşaktır. Bu kuşağa mensup bireyler Yunan alfabesini ilk harfi olan Alpha adı ile anılmaktadır. Bunun nedeni tüm araştırmacılar tarafından kabul edilen milenyumun ilk doğan nesli olmasıdır. Alpha kuşağı terimi ilk olarak Mark McCrindle tarafından kullanılmıştır. Ardından Alpha kuşağı terimi literatüre girmiştir.

Z kuşağı Latin alfabenin son harfi olarak bir dönemin bittiğine işaret etmektedir. Alpha kuşağı ise Yunan alfabesinin ilk harfi olarak yeni bir çağın habercisi olarak görülmektedir. Teknolojik gelişmelerin katlanarak artması sonucunda dünyada yeni bir çağ yaşanacağı düşünülmektedir.

Gelişen uzay teknolojileri sonucunda insanlığın dünyadaki son temsilcileri olarak anılmaktadırlar (Demirel, 2021). X ve Y kuşağının çocukları olarak anılan Alpha kuşağı eğitimlerini tamamlamalarını ardından tarihin en eğitilmiş unvanını Z kuşağının elinden alacaktır. Gelecekteki teknolojik gelişmeler ve bilgiye ulaşımın kolaylığı sayesinde en eğitilmiş nesil olacaklardır. İnternet, akıllı teknoloji ve sanal gerçekliğin en yoğun olduğu dönemde yetişmektedirler. Bundan dolayı diğer kuşaklarla anlaşmak onlar için kolay olmayacaktır (Tarcan, 2021).

Alpha kuşağı için literatürde kesin kanaatler bulunmamaktadır. Kuşaklar büyük oranda gençlik döneminde yaşanan olayların etkisinde kalmaktadır ve bu olaylar sonucunda şekillenmektedirler. Alpha kuşağının ekonomik ve sosyal hayatı için keskin ifadeler kullanmamak gerekmektedir. Nasıl bir kuşak olacaklarını gelecek şekillendirecektir. Ancak ortak görüş teknolojinin olmadığı dünyayı yakın zamanda unutacaklarıdır.

1.1.6. Kuşakların Siyasal Katılım Açısından Önemi

Kuşaklar toplumlarda büyük kitleleri oluşturmaktadır. Her kitlenin siyasete özgü farklı fikirleri ve farklı siyasal katılım biçimleri bulunmaktadır. Bu düşünceler kuşakların siyasal otoritelere karşı olan tutumlarını da belirlemektedir. Kuşakların siyasal katılım faaliyetlerine katılım imkanları arttıkça otoriteden uzaklaşmaktadırlar. Yapılan kuşak araştırmaları bu düşünceleri destekler niteliktedir. Ayrıca kuşakları siyasete bağlayan ve otoriteden uzaklaşmasına neden olan bir diğer durum ise teknolojik gelişmeler sayesinde kolaylıkla söz hakkı elde edebilmeleridir. Geçmişte kuşaklar bu olanaklara sahip olmadığından dolayı kısıtlı olarak siyasal katılım sağlamışlardır.

Kuşaklar 20 30 yıllık yaş gruplarını barındırdığı için bireylerin siyasal katılımına etki eden çevresinin büyük bir kısmını aynı yaş grubundaki aynı kuşağa dahil insanlar oluşturmaktadır. Genellikle kuşakların siyasi düşünce kalıpları bulunmaktadır. Bu kalıpların dışına çıkan azınlıklarda bulunmaktadır. Ancak çoğunlukla kuşakların siyaset hakkında, otorite hakkında ve katılım faaliyetlerine hakkında düşünceleri birlik olmaktadır.

Kuşakları gençlik çağlarında etkileyen olaylar tutum değer davranışlarını etkilemektedir. Yaşadıkları bu olaylar kuşakların siyasi düşüncelerinin oluşmasında da etkili olmaktadır. Bu dolaylı olarak siyasal katılımını etkilemektedir. Ayrıca bir kuşağın ilk sayılabilen üyeleri lokomotif görevi görerek diğer üyeler için örnek oluşturmaktadır. Ayrıca bireyler bu kişilere sosyal çevresinde maruz kalmaktadır ve etkilenmektedirler. Bundan dolayı bir kuşağı etkileyen olaylar sonucunda kuşağın siyaset hakkındaki davranışları şekillenmektedir. Bu etkiler genel olarak kuşakların siyasal katılımına etki etmektedir.

Kuşakların yetişkinliğe geçiş dönemine girdiklerinde siyaset hakkında bilgi birikimine sahip olmaktadır. Bu dönemlerde bireyler kendileri için bir siyasi bir temel oluşturmaktadır. Bu dönem gençlerin siyasi algısını ve siyasete katılımını, ne düzeyde bir siyasi katılımında bulunacağını belirlediği dönemdir. İlerleyen zamanlarda sosyal çevre, yaş, meslek ve gelir düzeyi gibi faktörler bu değişkenlerde farklılık yaratabilmektedir (Teke, 2016: s. 24). Ancak kuşağın siyasal katılım üzerine

bıraktığı ilk izlenim oldukça önemlidir. Diğer kuşak üyelerine ve gelecek kuşaklara örnek teşkil etmektedir.

Bebek patlaması kuşağının üniversite hareketi olarak başlattığı 1968 olayları küresel bir etkiye ulaşan olaylar zinciridir. Bu olaylar 68 olayları olarak adlandırılmaktadır. Bu olaylar 1966 ve 1971 yılları arasında yaşanmıştır. Ancak 1968 yılında yoğun olarak yaşandığı için bu isim verilmiştir. Bu dönem bebek patlaması kuşağının üniversitelerde başlayan siyasal ve toplumsal eylemler yapması sonucunda dünyaya yayılmıştır (Koca, 2018: s. 1). Bu olaylar gelecek kuşaklara örnek teşkil etmektedir. Dünyanın birçok yerinde bireyler siyasal katılım faaliyetlerine yoğun olarak katılım sağlamaktan çekinmemektedirler. 1968 olayları kuşakların siyasal katılım açısından önemine örnek bir olay olarak bilinmektedir.

Türkiye’de 1980 sonrasında yaşanan olayları sonrasında ortaya çıkan apolitik ortam, sonrasında gelen kuşakları uzun süre boyunca etkisinde bırakmıştır. Y ve Z kuşağında etkilediği öne sürülmektedir. Apolitik gençlik kavramı 1990’larda ortaya çıkmıştır. Gençlerin aile telkinleri ve maruz kaldıkları olaylar sonucunda kendilerini siyasetten soyutlamasına sebep olmuştur. Konrad Adenauer Vakfı’nın Türk Gençliği 98 raporuna göre, gençlerin sadece %3,7’sinin siyasal parti üyeliği bulunmaktadır. Apolitik gençliğin kırılma noktası olarak 2013 Gezi Parkı Olayları görülmektedir. Ancak bazı araştırmacılar tarafından bu apolitik havanın sürdüğü düşünülmektedir (Tanyas, 2015: ss. 26-29).

Türkiye açısından, 1968 yılında yaşanan siyasal ve toplumsal hareketler bir cesaret göstergesi olarak kalmıştır. Gelecek kuşaklara siyasal katılım ile ilgili olumlu bir örnek bırakmıştır. Ardından 1980 sonrasında yaşanan olaylar olumsuz bir etki bırakarak bu etki sonucunda gelecek kuşaklar için apolitik kavramı ortaya çıkmıştır. Bu apolitik hava 1990 ve 2000 sonrasındaki gençleri siyasi açıdan olumsuz etkilemiştir. Bu etki nispeten varlığını sürdürmektedir (Aksan, 2019: s.2771).

İKİNCİ BÖLÜM

2. SİYASAL İLETİŞİM VE SİYASAL KATILIM

2.1. Siyasal İletişim

Bu başlık altında siyasal iletişim kavramı, siyasal iletişimin tarihçesi, siyasal iletişimin özellikleri, siyasal iletişim fonksiyonları, siyasal iletişim araçları ve siyasal iletişim aktörleri incelenmektedir.

2.1.1. Siyasal İletişim Kavramı

Siyasal iletişim siyaset kadar eskidir. Latin ve Yunan retoriği bunun en köklü biçimleri olarak ortaya çıkar fakat bu iki kelimenin “siyasal” ve “iletişim” sözcüğünün ortaya çıkması çok yakın dönemlere denk gelmektedir. Geçmişte insanların siyasal iletişimi tanımlamak için çeşitli kelimeler türetmiş olsalar da bunun pek yararı olmamıştır. 20 yüzyılın başlarında Nazizm ve komünizm gibi siyasal hareketlerin sonucunda siyasal iletişim ve propaganda birbirine karıştırılmaya başlanmıştır (Wolton, 1991).

Siyaset sözcüğünün kökeni incelendiğinde, siyaset kavramının eski doğu uygarlıklarında devlet yönetimiyle ilgili kullanıldığı görülmektedir. Batı dillerindeki karşılığı olan politika terimi, Yunanca politeia, politica, politike gibi sözcüklerden türemiştir (Çatı ve Cengiz, 2019: s. 1702). Siyaset günlük yaşamın bir parçası haline gelmektedir. Günümüzde siyasi mesajların diğer toplumsal mesajlardan ayırt edilmesi pek mümkün görünmemektedir (Koçak, 2002: s. 96).

Siyaset, iktidarın ele gerilmesine yönelik olan faaliyetlerin tümü olarak tanımlanmaktadır. Siyasetin temel amacı siyasal partiler yoluyla iktidarı ele geçirmek veya iktidara ortak olmaktır (Mihçioğlu, 1987: s. 182 Aktaran Öztekin, 2001: s. 1). Siyasal iletişim ise bu amaçla yapılan tüm iletişim faaliyetlerini kapsamaktadır. Siyasal iletişimin bir olgu ve süreç olarak ortaya çıkması, bir öğreti olarak eğitim kurumlarında öğretilmesi ve hakkında araştırmalar yapılması son 50 yılın ürünüdür. Her disiplin gibi siyasal iletişim gelişimini tamamlamış ve zaman içerisinde kendine özgü terminolojisi, yöntemi oluşmuştur (Aziz, 2007: s. 1). Siyasal iletişim uygulamaları zamanla gelişerek ve değişim geçirerek bir birikim oluşturmuştur. Bütün bunlar siyasal iletişimin kendine özgü yaklaşımlar oluşturması ve kavram olarak gelişmesini sağlamıştır (Tokgöz, 2020: s. 21).

Siyasal iletişim, günümüzde yaygın kullanılan kavramlardan bir tanesidir. Siyaset bilimciler, iletişim araştırmacılar, politikacılar, gazeteciler, siyasal iletişimden ve siyasal iletişim ile ilgili disiplinler arası konulardan günlük hayatta sık sık söz etmektedirler. Siyaset bilimciler, siyasal iletişimin önemini vurgularken, iletişim alanında faaliyet gösterenler ise siyaset ile iletişim arasında ki yakın ilişki ve iletişimin siyasetteki rolüne değinmektedirler (Eraslan ve Durur, 2018: s. 195).

Siyasal iletişim disiplinler arası bir çalışma alanıdır. Bu disiplinler İletişim, Halkla İlişkiler, Felsefe, Sosyal Antropoloji, Sosyoloji, Sosyal Psikoloji, Psikoloji, Tarih ve Hukuk olarak sıralanabilir. Siyasal iletişimin bir disiplin olarak kabul edilmesinde teknolojik gelişmelerin rolü büyüktür. Siyasal iletişimin birden fazla tanımının olmasının “siyasal iletişim” kavramının karmaşık olmasında veya belirsizliğinden değil bu kavramın geniş kapsamlı olmasından kaynaklanmaktadır. Sözcük olarak “siyasal” kavramının tek bir tanımının olmaması ayrıca “iletişim” kavramının da tek bir tanıma sığdırılmaması sonucunda “siyasal iletişim” kavramının tek bir tanımının olması oldukça güçtür. Siyasal iletişim kavramı zaman içinde sürekli değişimler göstermesi tek bir tanımının oluşmasını zorlaştırmaktadır (Aziz, 2007). Siyasal iletişim kamuoyunun siyaset ile ilişkiye geçtiği siyasal aktörler tarafından yönetilen bir süreç tanımlanabilir (Kentel, 1991: s. 3).

Siyasal iletişim siyasal kampanya veya seçimlerle bağdaştırılmasına rağmen bununla sınırlı değildir. Siyasal iletişim seçim veya kampanya öncesi ve sonrası

dönemlerde de aktif olarak yapılan iletişim faaliyetlerini tanımlamaktadır (Damlapınar ve Balcı, 2014).

Aziz'e (2007) göre siyasal iletişim, siyasal aktörlerin belli ideolojik amaçlarını, belli guruplara, kitlelere, ülkelere ya da bloklara kabul ettirmek ve eyleme dönüştürmek üzere çeşitli iletişim tür ve tekniklerini kullanmalarındır.

Ekinci'ye (2016) göre ise siyasal iletişim, yöneten ve yönetilen kesimlerin aktörlerince, buldukları konumları gereği, var olan iktidarı, iç ve dış güç odaklarına karşı güçlendirmek ya da etkisini azaltmak veya ele geçirmek üzere yeni siyasal olgular yaratmak, var olanları değiştirmek amacıyla, siyasal alanda ortaya koydukları, sonuçta kimlikleri ve siyasal kültürü ortaya çıkaracak siyasal yapıyı biçimlendirecek olan, tanıtıma dönük her türlü eylem, strateji, teknik ve uygulamalar bütünüdür.

Siyasal iletişim, iktidarı ele geçirmek için siyasal parti ve adayların içinde buldukları toplumları etkilemesi amacıyla zaman ve konjonktür göz önüne alınarak ihtiyaçlar doğrultusunda pazarlama, reklam, propaganda ve halkla ilişkiler tekniklerinden yardım alarak yaptıkları çift veya tek yönlü iletişim çalışmaları olarak tanımlanabilir (Topuz, 1991 Aktaran Özkan, 2007: s. 23).

Siyasal iletişimi kısaca tanımlanacak olur ise ikna edici iletişim denebilmektedir. Başka bir tanıma göre siyasal iletişim, kamuoyunun istek, ihtiyaç ve sorunları değerlendirilerek buna uygun iletişim stratejilerinin geliştirilmesi, ardından ikna etme süreciyle seçmen tutumlarını siyasi amaçlara göre şekillendirmektir (Aktaş, 1996: s. 87).

Siyasal iletişim başlangıçta, hükümetlerin seçmen kitleleriyle kurduğu iletişim olarak tanımlanmaktaydı. Sonrasında iktidarda ki devlet adamları ile muhalif olan siyasetçiler arasındaki tartışmaları olarak tanımlandı. Bu tanımlar giderek genişledi ve kamuoyunun oluşturulmasında medyaların rolü olarak ve kamuoyu araştırmalarının siyasal yaşam üzerindeki etkilerini araştırmak olarak tanımlandı. Siyasal iletişim siyasal yaşamdaki rolü veya konusu siyaset olan her tür iletişim olarak tanımlanmaktadır (Wolton, 1991).

Toplumdaki iletişimin siyasal boyutu genellikle siyasal iletişim olarak algılanır. Siyasal iletişim çoğunlukla partilerin adaylara mesajlarını göndermesi, seçim propagandaları yapması ve oy vermelerini sağlamaya yönelik iletişim olarak incelenir. Bundan dolayı siyasal iletişim sadece seçim dönemlerine indirgenir. Siyasal iletişim seçim dönemleriyle sınırlı değildir, tersine toplum yaşamının büyük bir bölümünü kapsamaktadır. Bunlar ülke içi siyasal düzen, ekonomik alt yapının desteklenmesi, baskı grupları ve devletin çeşitli ideolojik aygıtları ile ilgili tüm faaliyetleri siyasal iletişim başlığı içerisinde ele alabiliriz (Erdoğan, 1997: s. 190).

21. yüzyılda teknolojik gelişmeler sonucunda iletişim kanallarının çeşitlenmesi ve değişimi siyasal iletişime de etki etmektedir. Bu gelişmeler sonucunda ortaya çıkan doğrudan ve etkileşimli iletişim kanalları siyasal iletişim süreçlerini şekillendirmektedir. Siyasal iletişim yeni iletişim ortamlarına taşınmıştır. Siyasal iletişimde en önemli dönemleri seçim dönemleri oluşturmaktadır. Bu dönemlerde siyasal aktörlerin, seçmen kitlesi tarafından gelen isteklere duyarlılığı ve bu isteklere göre ortaya koyduğu vaatleri sunmak durumundadır. Adaylar bu dönemde vaatlerini, projelerini, hangi partiden ne amaçla aday olduklarını seçmenlerine sürekli olarak duyurmak için faaliyetler yaparlar (Vural ve Bat, 2008: s. 2745).

2.1.2. Siyasal İletişimin Tarihçesi

Siyasal iletişim siyasal aktivitenin kendisi kadar eskidir. Siyasal iletişim modern toplumlarda olduğu gibi, Antik Yunan ve Roma'nın da bir parçasıdır. Dünya tarihinin her dönemde siyasi liderler kendini toplumdaki kitlelere anlatmış ve bunun sonucunda rakipleri karşısında halkın desteğini almak için çaba göstermiştir. Tarihsel sürecin önemli bir kısmında siyasal iletişimin yönü, liderlerden halkla doğru tek bir yönde gerçekleşmiştir (Lilleker, 2013: s. 15). Siyasal iletişim tarih boyunca retorik ve propaganda olarak tanımlanmıştır (Aktaş, 1996: ss. 38-40).

Siyasi söylemlerin temeli Antik Yunan şehirlerine dayanmaktadır. Antik Yunan'da yönetenler siyasal iletişim olarak adlandırmasalar dahi siyasal iletişim tekniklerini kullanmışlardır. Tarihsel süreç olarak siyasal iletişim farklı uygulamalar

barındırmaktadır. Bunlar toplumların büyüklüğüne, toplumların gelişmesine, teknolojik gelişmelere, siyasal söylemlerin farklılıklarına, kültür farklılıklarına ve siyasal aktörlerin çeşitliliğine kadar birçok neden siyasal iletişimi farklılaştırmıştır. Yöneten ve yönetilen kesim arasında ki farklılıklar kullanılan mesaj gönderilen kanal ve birçok neden siyasal iletişimi zamanla değişime uğratmıştır. Siyasal iletişim söylem bakımından Antik Yunan'daki yöntemlerden tamamen değişmiştir. Siyasal söylemler zaman içerisinde etik kurallardan uzaklaşmıştır. Bunun sebebi zaman içerisinde toplumların sayılarını artması ve siyasi söylemde bulunan kişilerin çoğalmasındır (Aziz, 2007: ss. 1-84).

Siyasal iletişim kavram olarak tanımlanmadan önce, siyasal iletişim faaliyetleri yapılmaktadır. Bazı araştırmacılar siyasal iletişimin başlangıcının insanların mağara duvarlarına çizdikleri resimler kadar eski olduğunu savunmaktadır. Siyasal iletişim için ilk büyük devrim yazının icadı ardından baskı makinelerinin icadı olarak görülmektedir. Bu gelişmeler sonucunda sözlü olarak yapılan siyasal iletişim somut bir değer kazanmıştır. Haber kâğıtlarının elle ardından matbaa ile çoğaltılmasından sonra 17. Yüzyılın başlarında gazetecilik gelişmiş. Telgraf, telefon, radyo ve televizyon gibi elektronik araçlar insan hayatında önemli bir yer edinmiştir. 1960'lı yıllarda uydu iletişimi ve 1970'lerde ortaya çıkan bilgisayar teknolojileri toplumlararasıdaki güç ve iktidar ilişkilerine yeni bir boyut kazandırmıştır. Siyasal iletişimin önemini gittikçe arttırmıştır (Tokgöz, 2020: ss. 45-47).

Teknolojinin gelişimi sonucunda gazete ve dergileri çoğalması televizyon, radyo ve internetin yaygınlaşması sonucunda siyasal iletişim yeni bir boyut kazanmıştır ve artan rekabet sonucunda siyasal partiler siyasal iletişime daha çok önem vermiştir (Tekin, 2015: s. 5).

Gelişmeler sonucunda siyasal iletişim yüz yüze ve kulaktan kulağa olmaktan çıkıp daha kitlesel bir hal almıştır bunun oluşmasında teknolojik gelişmeler sonucunda ortaya çıkan kitle iletişim araçlarının önemi büyüktür. Günümüzde ise politikacılar medyayı çok amaçlı bir siyasal iletişim aracı olarak kullanmaktadır (Lilleker, 2013: s. 21).

Türkiye'de ki siyasal iletişim çalışmalarına bakıldığında ise batı ülkelerine kıyasla siyasal iletişim, gerek siyasal düzenden dolayı gerekse teknolojik

gelişmelerin gecikmesinden dolayı literatüre geç girmiştir. Siyasal iletişimin Türk siyasetine kazandırılmasında 1950 seçimleri bir yeniden doğuş olarak kabul edilmektedir. Çünkü çok partili hayat beraberinde rekabeti getirmiştir ve teknolojik gelişmeler sonucunda bu rekabet tüm ulusta çeşitli siyasal iletişim çalışmaları yapılmasına neden olmuştur. Türkiye siyasal iletişim alanında ABD ve Avrupa ülkelerinin gerisinde kalmıştır. Tek partili dönemin bitmesiyle birlikte siyasal iletişim çalışmaları siyaset arenasında daima adından söz ettirmiştir (Eraslan ve Durur, 2018: ss. 195-196).

2.1.3. Siyasal İletişimin Özellikleri

Siyasal iletişim tür, yöntem ve teknikleri iletişim olgusunda olduğu gibi farklılık gösterebilir. Bu arada önemli nokta mesajı verecek olan siyasal aktörlerin konu, amaç ve mesajı göndereceği hedef kitleye hâkim olmasıdır. Siyasal iletişimde kullanılan yöntem genel olarak iletişimde var olan yöntemlerle aynıdır. Bu yöntem teknikleri nerede, ne zaman ve nasıl kullanacağını seçmen siyasal aktörlerin kararıdır. Siyasal iletişimin başarılı olup olmaması da verilecek karara bağlıdır. Siyasal iletişimin etkili olabilmesi için, gündelik iletişimden farklı olarak bazı özellikleri barındırması gerekmektedir. Bunlar Kaynağın güvenilir olması, mesajın uzman kadro tarafından hazırlanması, hazırlanan mesajın ikna yeteneğinin olması, hedef kitlesinin belirlenmesi ve mesajın doğru kanal ile iletilmesidir. Siyasal iletişimde siyasal aktörler, kaynak veya gönderici konumundadırlar. Siyasal aktörler toplumun genelini etkilemek ve onları bir düşünce etrafında toplamak için resmi ve gayri resmi kanallardan siyasal iletişim faaliyetleri yaparlar. Siyasal aktörler, kimi zaman devletin başkanı olmak üzere, hükümet, meclis, siyasal partiler, sivil toplum kuruluşları, baskı grupları, lobiler, sivil itaatsizlik grupları ve terör grupları olabilmektedir (Aziz, 2007: ss. 73-191).

Siyasal iletişim, iletişim kavramı gibi kaynak (taraf, gönderici), alıcı (hedef kitle, alıcı), mesaj (ileti, içerik), kanal (kitle iletişim araçları) gibi öğeleri barındırmaktadır. Siyasal iletişim bu öğelerin bir araya gelmesiyle başlamaktadır (Eraslan ve Durur, 2018: s. 196).

2.1.4. Siyasal İletişimin Fonksiyonları

Siyasal iletişimin, siyasal mesajların iletimi, mesajların etkililiğini ve kalıcılığını arttırmak, kamuoyu beklentilerini ölçmek, geri besleme kanalları oluşturmak, kanaat önderlerini etkilemek, gündem oluşturmak ve rakiplere karşı avantaj sağlamak gibi çeşitli fonksiyonları bulunmaktadır. Ayrıca siyasal iletişimin ikna etme, anlama ve anlatma fonksiyonları demokratik sistemler için oldukça önemlidir (Özkan, 2007: s. 25).

Siyasal iletişimin birden fazla fonksiyonu bulunmaktadır. Ayrıca bu fonksiyonlar siyasal iletişimi yapan kişi, topluluk veya kurumların amaçlarına göre şekillenmektedir. Siyasal iletişimin en temel fonksiyonu seçimlerde aday olanların seçmeni etkileyip sempati duymasını ve lehine oy kullanmasını sağlamaktır. Siyasal partiler siyasal iletişimin bu fonksiyonundan daha çok yararlanırken, bir amaç uğruna bir araya gelen topluluklar ve aktivistler bir konuya dikkat çekmek için siyasal iletişim yaparlar. Diktatörler kendilerini iyi göstermek ve halkın sevgisini kazanmak için siyasal iletişim çalışmaları yaparken, halk tarafından yapılanlar ise seslerini duyurmak amacıyla yapılmaktadır (Lilleker, 2013: s. 21) Kimi zaman devletler kendilerini diğer devletlerden üstün konumlandırmak, onlarla iş birliği yapmak ve gözdağı vermek amacıyla bile siyasal iletişim çalışmaları yaparlar. Siyasi kişi ve kurumlar tarafından uluslararası veya ulusal olarak bir imaj çalışması yapmak için siyasal iletişim tercih edilir. Uluslararası örgütler hükümetlere baskı yapmak ve çeşitli ticaret anlaşmalarına varmak için siyasal iletişim çalışmaları yapmaktadırlar.

Siyasal iletişimin fonksiyonları en geniş hali ile altı başlık altında incelenebilmektedir. Bunlar: siyasal toplumsallaşmayı sağlama, siyasal kültür oluşturma, siyasal kimlik oluşturma, kamuoyu oluşturma, siyasal iktidarı ele geçirmek, topluma yön verme ve etkilemektir.

Siyasal toplumsallaşma genel toplumsallaşma sürecinin bir parçasıdır. Siyasal toplumsallaşma bireylerin siyasal sisteme neden ve nasıl dahil olduğu sorusunun cevabıdır (Akin, 2009: s. 153-159). Bireylerin siyasal sistemi algılamasını ve bütünleşmesini anlatan bir süreçtir (Yolcu, 2017: s. 41). Siyasal kültür bireylerin siyasal düşüncelerinin oluşmasına yardımcı olan siyasal sistem eğilimleridir

(Dursunoğlu, 2019: s. 196). Siyasal liderlerin üslubundan geleneklere kadar birçok faktör siyasal kültürü etkilemektedir (Damlapınar ve Balcı, 2014: s. 62). Siyasal kimlik siyasal partiler üzerinden şekillenmektedir. Siyasal kimlik siyasal tercihlere önemli etkisi bulunmaktadır. Kişinin siyasal görüşünü tanımlamaktadır (Doğan ve Batar, 2019: s. 931). Kamuoyu oluşturma toplumda hakim bir görüş oluşturmaktır. Siyasal iletişimde toplumdaki hakim görüşü bilmek ve bunu etkilemek önemlidir. Siyasal iktidarı ele geçirmek siyasal iletişimin en temel ve vazgeçilmez fonksiyonudur. Topluma yön vermek toplumu belirli düşünceler etrafından toplamak onları toplumun bu düşünceye yönelmesi için onları etkilemek siyasal iletişimin sonuncu fonksiyonu olarak görülmektedir.

2.1.5. Siyasal İletişim Araçları

İletişim teknolojilerinin gelişmesi siyasal alanı da yeniliklere göre şekillendirmiştir. Teknolojik gelişmeler sonrasında değişime uğrayan alanlardan biri de siyasal iletişim alanıdır. Yeni gelişmeler sonucunda siyasal iletişimde medya aktifleşmiş ve siyasal iletişim çalışmalarının medya merkezli yürütüldüğü bir hal almıştır. Bu gelişmeler sonucunda siyasal aktörler medyaya daha fazla katılım sağlamakta ve medyanın ihtiyaçlarına göre davranışlarını şekillendirmektedir. Buna siyasetin medyatikleşmesi denmektedir. Özetle teknolojik gelişmeler sonucunda yönetenler ve yönetilenler, kitle iletişim araçlarına bağımlı hale dönüşmüştür. Geçmişte siyasal kampanyaların destekçisi olarak anılan medya, artık siyasal kampanyaların merkezi halini almıştır (Güven, 2017: s. 181).

Siyasal iletişimde siyasal aktörlerin en çok dikkat etmesi gereken konu medya ile ilgili durumdur. Medya ya da kitle iletişim araçları olarak adlandırılan televizyon, gazete, radyo ve internet siyasal iletişimin hem yaratıcıları hem de mesaj çoğaltıcılarıdır. Bu yönüyle teknolojik gelişmeler 21. yüzyıla siyasal iletişim açısından da damgasını vurmuştur (Aziz, 2007: s. 192). Çok partili siyasal yaşamlar yalnızca partilerin çoğunluk olmasıyla değil iletişim araçlarının da çokluğuyla ölçülmektedir. Demokrasinin işlemediği açısından siyasal iletişim araçlarının çokluğu ve tekelleşmemesi oldukça önemlidir (Kışlalı, 1991: s. 20).

Geleneksel medya ortaya çıktığı günden beri sürekli olarak gelişimini sürdürmüştür. Ancak günümüzde aydınlatıcı ve bilgi verici niteliğini kaybetmeye yüz tutmuştur. Ayrıca tek taraflı erişim imkanına sahip olması bir dezavantaj olarak sayılmaktadır (Yılmaz, vd. 2020: s. 229). Yapılan araştırmalar sonucunda, siyasal iletişim alanında her yeni iletişim aracının siyasal iletişim süreci hızlı veya yavaş olarak bir dönüşüm sürecine soktuğu ve bu durumun doğrudan veya dolaylı olarak siyasal katılımı etkilediği görülmektedir (Güven, 2017: s. 188). Siyasal aktörler tüm dönemlerde siyasal iletişim çalışmalarını yapmak için çeşitli araçlar kullanmaktadır (Karlı ve Demircioğlu, 2011: s. 145).

- *Basılı Medya*

Basılı medya günlük, haftalık ve aylık yayımlanan gazete ve dergileri kapsamaktadır. 15. Yüzyıldan başlayarak gazete basım olanaklarının gelişmesi, okuma yazma oranlarının artması; gazetelerin okuyucu kitlelerini büyütmüş ve gazeteyi popüler hale getirmiştir. Bunun sonucunda gazetecilik ve basılı medya önem kazanmıştır. Ortaya çıktığı yıllarda gazeteler siyasal iktidarların ve kilisenin ilgisini çekmiş ardından otoriter rejimlerin olduğu ülkelerde gazete otoritenin emrine girmiş veya onun kontrolünde yayım yapmaya devam etmiştir. Basılı medya organları olan gazete ve dergilerin genel sahipliği özel girişimlerin elinde bulunduğu için bunların siyasal amaçlara hizmet etmesi zordur. Okuyucu kitleleri çeşitlilik gösterdiğinden dolayı onlarla fikir ayrılığı yaşamaktan kaçınırlar. Gazete ve dergilerde yayımlanan siyasal iletişim çalışmaları genellikle haber, röportaj, makale, köşe yazıları ve seçim dönemlerinde yayımlanan siyasal reklam çalışmalarıdır (Aziz, 2007: ss. 54-56). Günümüzde direkt olarak siyasal amaçlarla kurulmuş. Kendi siyasal kitlesine ulaşmayı amaçlayan ve onlara mesajlarını ileten gazete ve dergiler bulunmaktadır.

- *Radyo*

Radyo ortaya çıktığı dönemdeki kitle iletişim araçlarına kıyasla daha hızlı ve kapsamlı bir iletişim sağladığından dolayı kısa sürede popüler hale gelmiştir (Kılıç, 2014: s. 63). Bu kadar kısa sürede büyük kitlelere ulaşmasından dolayı radyo kısa sürede siyasal iletişimcilerin ilgisini çekmiştir. Ardından siyasal iletişim faaliyetleri dahilinde kullanılmaya başlanmıştır. Radyo kısa sürede öneminin kanıtlanmıştır. ABD seçimlerine bakıldığı zaman General Eisenhower'ın radyoyu ilk kullanan ve

radyonun etkisiyle başkan olduğu bilinmektedir (Vural ve Bat, 2009: s. 2758). Radyo dünyada kullanılması ardından 30 sene sonra Türkiye'ye gelmiştir. 1927 yılında ilk yayınları yapılmıştır. Ardından 1964 yılında TRT kurulana kadar devlet kontrolünde varlığını sürdürmüş. 1964 yılında TRT'nin kurulmasıyla birlikte 1990'lara kadar TRT tekel olarak yayın hayatını sürdürmüştür. Türkiye'de radyo uzun süre boyunca dönemlerinin iktidarları tarafından bir propaganda aracı olarak kullanılmıştır (Kuruoğlu, 2008: s. 252).

- *Televizyon*

Televizyon ortaya çıktığı ilk yıllarda seçmenler tarafından hayranlıkla seyredildiğinden döneminin en güvenilir araçlarından biri haline gelmiştir. Konuya oy vermeyi arttırdığından diğer iletişim araçlarına göre daha etkili olabilmektedir. Televizyon kısa vadede fikir ve düşünceleri etkilemekte etkili olmasa dahi uzun vadede kararları etkilemektedir fakat televizyonun önem ve etkililiği; kişinin partisine olan bağlılığı, bilgi edindiği kaynaklara, kitle iletişim araçlarına güvenine ve demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir (Güven, 2017: s. 180).

ABD'de Jhon F. Kennedy'nin Richard Nixon ile birlikte katıldığı televizyon programında adeta başkanlığı garantilediği bilinmektedir. Kennedy'nin bu çalışması siyasal iletişim için televizyonun önemini kanıtlar niteliktedir. Ülkemizde ise televizyonun siyasal iletişim için geç olgunlaşmıştır. 1964 yılında TRT Yasası'nın yürürlüğe girmesiyle birlikte TRT'nin tekel olarak faaliyetlerine devam etmiştir. 1990 yılında yasalara aykırı olarak özel televizyon ve kısa sürede özel radyolar yurt içinde ve yurt dışında yayına başlamıştı(Aziz, 2007: s. 63). Gelişmeler sonucunda televizyonlar Türkiye'de siyasal hayata etki etmeye başlamıştır.

- *İnternet*

Günümüzde internet küresel olanaklara sahiptir. Eşzamanlı, kolay ulaşılabilir, düşük maliyetli ve çift yönlü iletişime sahip bir mecra olması internetin küresel iletişiminde benzersiz olmasını sağlamaktadır (Hülür, 2006: s. 190). İnternet siyasal iletişimde önemli rol oynamaktadır. İnternetin ift yönlü iletişim sağlaması ve kullanıcı sayılarının aşırılığı sonucunda kitleleri bir araya toplama potansiyeliyle internet siyasal iletişimin güçlü bir kanalını oluşurmaktadır (Bayraktutan vd., 2014:

s. 63). İnternette siyasal katılım ve siyasal iletişim çalışmalarının yaygınlaşması için faaliyetler yapılmaktadır. İnternet uluslararası alanda anında iletişim kurmayı ve bu sayede küresellik kavramını siyasal iletişime kazandırmıştır (Karaçor, 2009: s. 124).

İnternetin varlığı siyasal katılımı pekiştirmekte ve arttırmaktadır. Bunun sebebi siyasal aktörlerin internet ve sosyal medyada mesaj gönderiminin sıklığından dolayı ve internet kullanıcısının sürekli siyasal haberlerle karşılaşması onu siyasal düşünceye ardından siyasal katılıma sürüklemektedir. İnternet ve sosyal medya siyasal iletişimin daha etkili olmasını sağlamaktadır ve siyasal iletişimin önünü açmaktadır. Ayrıca siyasal iletişim çalışmaları sonucunda artan siyasal katılım sonucu olarak demokrasiyi geliştirmektedir. İnternet ve sosyal medya gibi yeni medya araçlarında yapılan siyasal iletişim çalışmaları, seçmenlerin oy kullanma davranışlarında daha rahat hareket etmelerini seçimlerden önce destekleyecek bir aday bulmalarını kolaylaştırmaktadır. Seçimler haricinde tüm zamanlarda yapılan siyasal iletişim çalışmalarına maruz kalan bireylerin siyasal katılımları artmaktadır. İnternet ve sosyal medyada farklı kültürlerin yer alması ve bu kişilerle olan etkileşim ve bu sistemin sağladığı düşünce özgürlüğü anlayışı siyaseti hiç duymamış veya duysa dahi ilgisiz bireylerin bile ilgi duymasını ve siyasal katılımını sağlamaktadır (Karaçor, 2009: ss. 125-130). Ayrıca internet geleneksel medya için yapılmış çalışmaların ve açık havada dağıtılmak üzere hazırlanmış afiş, broşürlerin dahi hedef kitleye ulaştırılacağı geniş kapsamlı bir siyasal iletişim aracıdır (Uztuğ, 2004: s. 348).

Siyasal aktörler internetten iki farklı amaçla yararlanmaktadır. İlk amaçları kendiler hakkında bilgi vermek, kendilerini seçmenlerine tanıtmak, faaliyetleri ve projeleri hakkında bilgi vermektir. İkinci amaçları ise benzer kendilerine rakip gördükleri siyasal aktörler hakkında bilgi almak ve onların faaliyetlerini takip etmektir. Siyasi partilerin interneti kullanma amaçları seçim zamanlarında seçmeleri etkilemek için yapılan kampanyaları kapsarken seçim zamanlarının dışında ise geleneksel medyada sahip oldukları imajı güçlendirmek ve pekiştirmek için faaliyetler yaparlar(Aziz, 2007: s. 67).

Siyasal iletişim alanında kullanılan yeni iletişim teknolojilerinin siyasete hesap verilebilirlik getirdiği ve siyasal aktörlerin siyasal kampanyalarına olumlu olumsuz cevapları öğrenme imkanı sunması nedeniyle günümüzde oldukça sık

kullanılmaktadırlar. Geleneksel medyada yaşanan zorlukların yeni iletişim alanlarında yaşanmaması, bu medyaların siyasal kampanyaların merkezi olarak konumlandırılmasına yol açarken geleneksel medyada bu kampanyaları destekler nitelikte çalışmalar yapılmaya başlanmaktadır (Güven, 2017: s. 188).

- *Sosyal Medya*

Günümüzde siyasal tartışmalar, olaylar ve konular sosyal medyanın gündeminin büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Medya ve siyaset ilişkisine hızla dahil olan internet ve sosyal medya, siyasi konuların gündeme gelmesi açısından geleneksel medyayı geride bırakmıştır. Sosyal medya siyasal haberler konumunda tüketici konumundan yeni tartışmaları ve haberler oluşturarak üretici konuma geçmiştir. Sosyal medya siyasetin gündemini belirlemektedir (Bostancı, 2014: s. 84). Sosyal medya kullanıcıları tarafından üretilen içeriğin değiş tokuş yoluyla dağılımını sağlayan kolektif ya da bireysel iletişimi kolaylaştıran ağlardır ayrıca sosyal medya kitle iletişimi ile kişisel iletişimi birbirine bağlamaktadır (Hague ve Harrop, 2016: s. 135).

Teknolojik gelişmeler sonucunda ortaya çıkan sosyal medya kısa sürede siyasal iletişim için en etkili araçlar içerisinde girmiştir. Sosyal medya yoğun olarak siyasal aktörler tarafından kendini ifade etmek amacıyla kullanılmaktadır (Dondurucu ve Uluçay, 2016: s. 441). Sosyal medya siyasal duygu, düşünce ve mesajları yinelemek ve pekiştirmek için siyasal aktörler tarafından sıklıkla kullanılan bir araç haline gelmektedir. Bu duruma sosyal medyanın çok katmanlı olması, ulaştığı kitlelerin sayısını artması ve kitle ile çift taraflı bir iletişim sağlaması neden olmaktadır (Bayraktutan vd., 2014: s. 60).

Web 2.0 ortaya çıkmasıyla birlikte eş zamanlı ve çift taraflı bilgi akışının sağlandığı bu medya sistemleri kısa süre içinde siyasal aktörlerin ilgisini çekmiştir. Siyasal aktörler özellikle gençlere ulaşmak için sosyal medya platformlarını kullanmaktadır (Aziz, 2007: s. 67). Siyasal aktörlerin büyük bir seçmelere ulaşmak için birçok geleneksel yöntemi geride bırakmaktadır. Artık siyasal aktörler meydanlarda faaliyetler yapmak yerine sosyal medyada yapmayı tercih etmektedirler. 2008 ABD başkanlık seçimlerinde sosyal medyanın siyasal iletişim için ne kadar etkili olduğunu kanıtı niteliğindedir. 2008 yılında ABD başkanlık yarışında

Obama'nın sosyal medyayı kullanışı adeta tüm siyasal aktörlere örnek temsil etmektedir. Bu olay sonrasında siyasal iletişim çalışmaları büyük oranda sosyal medyaya yönelmeye başlamaktadır (Bostancı, 2014: s. 86). Barrack Obama'nın siyasal iletişimde adeta dijital devrim başlattığı söylenmektedir. Genç kuşağı seyirci olmaktan çıkartıp onları kampanyasına dahil etti. Seçimlerde asıl ögenin seçmenler olduğunu ve onların bunu anlamasını sağladı (Vural ve Bat, 2009: s. 2759).

İnternet ve sosyal medyanın birliktelik ilişkisinden dolayı olumlu ve olumsuz yönlerinden tek başlık altında bahsedilecektir. İnternet ve sosyal medyanın siyasal aktörler tarafından kısa sürede benimsenmesinin sebebi geleneksel medyadan tamamen farklı olması ve hedef kitle ile çift yönlü bir iletişim sağlayabilmesi başta gelmektedir.

İnternet ve sosyal medyanın siyasal aktörlere sağladığı en önemli artışı seçmenleriyle çift yönlü iletişim olanağı sağlamasıdır. Gerek sosyal medya hesaplarında ki yorum yazma özelliğiyle gerekse yazılan e mail ve mesajlarla seçmenin isteklerini ve şikayetlerini kolayca öğrenebilmektedirler. Tüm iletişim kanallarıyla birlikte işlemektedir. İnternet ve sosyal medya siyasal aktörlere ses, yazı ve görüntü gibi birçok imkan sunmaktadır (Aziz, 2007: s. 69). Büyük medya kuruluşlarının dijitalleşmesi sonucunda birçok gazete, radyo ve televizyon programını online ortamda bulunmaktadır. Bu seçmenlere ve siyasal aktörlere medya organlarına tek bir kanaldan ulaşma kolaylığını sağlamaktadır. Geleneksel medyadan hızlıdır yaşanan gelişmeler anlık gecikmelerle internet ve sosyal medya ortamlarına aktarılabilmektedir. Siyasal aktörlerin mali yükünü hafifletmektedir. Geleneksel medyadan daha cüzi fiyatlarla kendi reklamlarını yapmaktadırlar, kendilerini hedef kitlelerine anlatma fırsatı bulmaktadırlar. Özellikle reklam bütçeleri kısıtlı olan yerel partiler için internet ve sosyal medya oldukça önemlidir. Sosyal medya kullanıcı sayıları oldukça fazla olduğundan dolayı ulaştıkları kitleler daha büyüktür. Ayrıca çekimser kişiler sosyal medyanın ve internetin varlığı sonucunda siyasal yaşam adım atmaktadır. Siyasal olaylara tepki verme ve görüşlerini belirtmek için sosyal medyanın yardımını alan birçok seçmen bulunmaktadır (Göksu, 2015: s.317).

İnternet ve sosyal medyanın olumsuz yönleri de bulunmaktadır. Siber saldırılara açık olduğu için internet ve sosyal medyanın güvenlik sorunu bulunmaktadır (Aziz, 2007: s. 71). Gündem çok hızlı değişmektedir. Gönderilen

mesajlar çok farklı kitlelere ulaşabilmektedir ve yanlış anlaşılmalara veya kimi zaman sabotajlara sebep olmaktadır.

- *Diğer Siyasal İletişim Araçları*

Sinema, yönetmenler siyasal olayları beyaz perdeye aktararak sinemayı bir siyasal iletişim aracı olarak kullanmaktadırlar, buna siyasal sinema adı verilir. Bu sinema türünün çeşitleri tarihsel sinema, ideolojik sinema ve belgesel sinemadır. Ayrıca diğer siyasal iletişim araçlarına dedikodu/fısıltı, tiyatro, kitap, karikatür, siyasal reklam kampanyaları, bayram/tören ve eylem/gösteri örnek verilebilir.

Sinemanın 1895 yılında Lumiere kardeşler tarafından icat edilmiştir. Bu gelişme sonucunda görsel sanatlar, edebiyat, siyaset ve birçok disiplini etkilemiştir (Göğercin, 2001: s.87). Görsel ve kurgusal bir dil kullanan sinemanın mesajları diğer yöntemlere göre daha etkili olmuştur, bunun sonucunda siyasal iletişim alanına girmiştir. Sinema Avrupa ABD ve SSCB gibi ülkelerde yaygınlaşmaya başlamıştır. Kimi zaman siyasal konulara değinen yapımlardan direkt olarak siyasal yaşamı konu alan yapımlar ortaya çıkmıştır. Siyasal sinema olarak adlandırılan bu türün en önemli örnekleri 2. Dünya Savaşı'nı konu alan ve genellikle Nazi Almanya'sını eleştiren filmlerdir (Aziz, 2007: s. 65).

Tarihsel sinema zaman içinde yolculuğa çıkarak günümüzden uzak bir dönemde ki olayları anlatan sinema türüdür. Tarihsel sinema belirli bir siyasal olaya dikkat çekmek için hazırlanmaktadır. Tarihsel sinema siyasal söylem ve siyasal anlatımı filmi geneline yayarak seyirciyi bir konu üstünde düşünmeye itmektedir. Tarihsel sinema, filmin konusu ve siyasal anlatım içinde izleyici ile siyasal düşüncüyü karşı karşıya getirip özdeşleştirmekte bu şekilde onlara siyasal bir bilinç aşılacaktır. Bu türe William Wyler'ın 1959 yılında yönettiği Hristiyan Yahudi çatışmasını konu alan "Ben Hur" filmi örnek olarak gösterilebilir (Ekinci, 2016: s. 235).

İdeolojik sinema kullandığı temsiller ile egemen ideolojiyi yüceltmek ve aşılacak amacıyla yapılmaktadır. Siyasal mücadelelerin desteklenmesi açısından oldukça önemli bir konumdadır (Işıkman, 2009: s. 175). İdeolojik sinemada 3 çeşit siyasal kimlik bulunmaktadır. Bunlar; yapımcının siyasal kimliği, filmdeki kahramanların siyasal kimliği ve seyircilerin siyasal kimliğidir (Ekinci, 2016: s. 236).

Belgesel sinema yaşanan çağın zorluklarını, ekonomisini ve toplumunu anlatan sinema türüdür. Olumsuz özellikler dışında olumlu özellikleri de beyaz perdeye yansıtmak için çekilmektedir. Bu türün dünyada başlangıç eseri Robert Flaherty'nin 1922 yapımı "Nanook of the North - Kuzeyli Nanook" filmi olarak bilinmektedir (Gider, 2007: s. 135). Belgesel sinemanın en belirgin özelliği belgeleri kullanıyor oluşudur ancak teknolojik gelişmeler sonucunda sinemanın uğradığı değişimler sonucunda bu işlevinden uzaklaşmıştır. Belgesel sinem yaygın olarak fark edilemeyen sıra dışı hikayeleri filmleştirmesidir (Torun, 2019: s. 145).

Tiyatro okuma oranlarının düşük olduğu bir dönemde ortaya çıkmıştır. Bu nedenle kitleler tarafından yoğun ilgi görmektedir. Tiyatro ortaya çıktığı dönemde gazete dergi ve diğer araçlara kıyasla kitlelere ulaşmak konusunda üstün bir konumdaydı. Bu sebeple toplumun ileri gelenleri tiyatroya bir araç gözüyle bakmaya başlamışlardır. Tiyatroyu edebi olarak değil siyasi olarak değerlendirmeye başlamışlardır. Böylelikle politik tiyatro eserleri ortaya çıkmaya başlamıştır (Seçkin, 2008: s. 265). Politik tiyatronun kurucusu Erwin Piscator'dur. Dünyada önemli temsilcisi Bertold Brecht'dir. Türkiye'de ise Haldun Taner politik tiyatro tarzında eserler vermektedir (Doğan, 2009: s. 409).

Geleneksel yöntemler olarak anılan en eski siyasal iletişim yöntemlerinden olan yüz yüze, kulaktan kulağa ve dedikodu iletişimini sağlayan kanallar tüm kanallar diğer siyasal iletişim araçlarına örnek verilebilir.

Bayramlar, törenler ve gösteriler toplumu ortak bir düşüncede toplamayı amaçlar bu tür etkinlikler bir ülkede toplumun siyasal bağlılığını ortaya koyar. Tören ve bayramların ortak kimlik duygusunun oluşturulmasında en etkili araçlar olduğu bilinmektedir (Ekinci, 2016: s. 240). Eylem ve gösteriler genel olarak eleştirel olarak yapılır. Hedef kitleyi bir düşünceye karşıt konumda birleştirmeyi amaçlamaktadırlar.

Kitaplar geçmişten beri siyasal mesajlar vermek için kullanılmaktadır. Bundan dolayı matbaanın ilk ortaya çıktığı yıllarda matbaalar kilise ve siyasal otoriteler aleyhine yayın yapmaması için sürekli denetim altında tutulmaktaydı. Siyasal romanlar ve siyasal şiirler çoğu zaman siyasal iletişim için bir araç olarak kullanılmıştır. Günümüzde bir ideolojiyi, partiyi veya siyasal kişiyi ana karakter olarak ele alan birçok kitap bulunmaktadır. Bu kitaplar savundukları düşünceye

taraf tar toplamak insan ların bu düşünceyi kabul etmesini ve desteklemesini sağlamak amacıyla yazılmaktadır. Şiirler bu düşünceleri daha epik tarzda anlattıkları için siyasal bir düşünceyi empoze etmekte daha sık tercih edilmektedirler.

Karikatür, kısa ve öz olarak, güldürmek, düşündürmek aynı zamanda iğnelemek amacıyla çizilen konusunu abartarak anlatan bir resim türüdür. Sade ve kolay anlaşılır olması nedeniyle geniş kitlelere ulaşabilmektedir. Karikatürler geniş kitlelere bir düşünceyi benimsetebilmektedir (Şahin, 2019: s. 2208). Karikatürler günümüzde insanlara bir düşünceyi onaylatmak için değil bir düşünceyi eleştirmek amaçlı kullanılmaktadır. Siyasal iletişimde ki temel kullanım amacı karşıt düşünceyi eleştirmektir.

Siyasal kampanyalar tek bir mecra üzerinden yürütülmez. Televizyon, gazete, radyo ve sinema reklamları; araç giydirmeler, seçim araçlarından yapılan anonslar; halk ile buluşma, mitingler seçmenleri ikna etmek için yapılan siyasal iletişim çalışmalarından bazılarıdır. Tek bir araç değil birçok araç üzerinden yürütülen kampanyalardır.

Siyasal partiler ülke yönetiminde söz sahibi olmak için kitleler kazanmak için ve kendilerini tanıtmak için sürekli olarak mesaj aktarımında bulunurlar. Bu daha çok siyasal reklam kampanyası olarak yürütülür. Ülkelerin kanunlarına göre belirlenen bu siyasal iletişim türünde iletişimde kullanılan tüm araç, yöntem ve teknikler kullanılmaktadır (Aziz, 2007: s. 192).

2.1.6. Siyasal İletişim Aktörleri

Siyasal alma süreçlerine etki eden pek çok aktör bulunmaktadır (Daban, 2001: s. 27). Siyasal aktörler türlü amaçlarla siyasal iletişim süreçlerine müdahale edebilen topluluklar, bireyler ve eylemler olarak kısaca tanımlanabilmektedir. Aziz (2007) siyasal iletişim aktörlerini devlet başkanı, hükümet, siyasal partiler, yerel yönetimler, ordu, sivil toplum örgütleri, baskı grupları, lobcilik, sivil itaatsizlik ve terör grupları olarak sıralamıştır.

Ekinci (2016) ise siyasal aktörleri 3 başlık altında incelemektedir. Bunlar: yönetenler cephesinin aktörleri, yönetilenler cephesini aktörleri ve uluslararası siyasal aktörlerdir.

Yönetenler cephesinin siyasal aktörleri şunlardır: Devlet başkanlığı, devlet başkanı bu konumda bulunan kişiler siyasal sistem içerisindeki siyasal aktörler içerisinde en üst konumda yer almaktadır (Ekinci 2016). Hükümet, devlet adına siyasal iktidarı ve otoriteyi kullanan somut bir varlıktır (Öztekin, 2001: s. 30). Genellikle hükümetler partilere bağlı olarak yönetimde rol oynar (Aziz, 2007). Yerel yönetimler, siyasal partilerle doğrudan bağlantılı, merkez yönetime bağımlı anayasaya uygun bir biçimde buldukları yerel bölgeyi yönetme yetkisine sahip siyasal aktörlerdir (Ekinci, 2016: s. 90). Ordu, dünyanın çeşitli ülkelerinde siyasal kararlara doğrudan veya dolaylı olarak müdahale etmektedir. Ancak darbe ve devlet düzenine el koyma davranışları doğrudan askeri bir diktatörlük oluşturduğu için bu gibi faaliyetlerde ordudan, bir siyasal aktör olarak söz edilmemektedir (Kapani, 2020: s. 217).

Yönetilenler cephesinin siyasal aktörleri şunlardır: Siyasal partiler, ilk anlamı iktidar yarışına katılmak için oluşturulan örgüttür. Buradan yapılan çıkarım ile siyasal partinin ilk önceliğinin iktidara geçmek olduğunu ve bunu yapabilmek amacıyla bir örgüt kurduğu düşünülebilmektedir (Çam 1977: s. 166). Seçmenler, siyasal kararları alacak aktörleri oy kullanarak seçmeleri açısından en önemli siyasal aktördür (Ekinci, 2016: s. 104). Demokratik yönetimlerde yasal olmayan, siyasal güçlerini kabul ettirmek amacıyla siyasal süreçlere dahil olan kişi ve kurumlar siyasal aktör olarak kabul edilmektedir (Özkan, 2007: s. 27). Baskı ve çıkar grupları, siyasal partiler gibi siyasal bir güç olarak kabul edilmektedirler ancak siyasal partilerin aksine iktidar olma amacı olmayan örgütlerdir. İktidar olmak için faaliyetler yaptıkları anda baskı ve çıkar grubu niteliklerini yitirmektedirler (Çam, 1977: s. 200). Sivil toplum örgütleri, bireylerin herhangi bir kurumsal veya toplumsal baskı olmaksızın diledikleri şekilde siyasal faaliyetlere katılımlarının sağlanmasını öngören bir örgütü inşa etmektedir (Lilleker, 2013: s. 75). Sivil itaatsizlik, yasadışı ancak meşru eylem biçimidir. Haksızlığa uğrayan bireylerin tüm yasal yolları denedikten sonra son olarak başvurdukları yasadışı eylemleri kapsamaktadır. Yapılan

faaliyetler baskı gruplarına benzetilmektedir. Ancak eylemler biçim ve içerik bakımından baskı gruplarından farklılaşmaktadır (Ekinci, 2016: s. 116).

Uluslararası siyasal aktörler ise lobiler ve terör gruplarıdır. Lobiler, lobiler, çıkar ve baskı grupları veya lobi şirketleri tarafından yoğun olarak yasama faaliyetlerinde karar alma sürecine etki etmek için yapılan faaliyetlerdir (Ekinci, 2016: s. 140). Lobicilik Türkçede kulisçilik olarak adlandırılmaktadır. Bir grubun siyasal sistemde kendileri lehine kara alınmasını ve grubun menfaatleriyle çelişen kararları engellemek amacıyla giriştikleri faaliyetlerdir (Dursun, 2002: s. 289). Terör grupları, genel olarak tek taraflı olarak güç gösterisine dayanan, siyasal gündem üzerinde bir korku iklimi yaratarak oluşturulan baskı faaliyetidir (Lilleker, 2013: s. 273)

2.2. Siyasal Katılım

Bu başlık altında siyasal katılımın tanımı, siyasal katılım düzeyleri, siyasal katılım biçimleri ve siyasal katılıma etki eden faktörler incelenmektedir. Siyasal katılıma etki eden faktörler 4'e ayrılmaktadır. Bunlar siyasal katılımı etkileyen sosyo-ekonomik faktörler, siyasal katılımı etkileyen psikolojik faktörler, siyasal katılımı etkileyen siyasi-hukuki faktörler ve siyasal katılımı etkileyen iletişim faaliyetleridir.

2.2.1 Siyasal Katılım Tanımı

Siyasal haklar ve oy kullanma hakkının kazanılması uzun bir sürece dayanmaktadır. Sürecin başlangıcı olarak sanayi devrimi gösterilmektedir. Sanayi devrimi sonrası yönetilenlerin yönetimde ve karar alma sürecine katılma istekleri birçok toplumda tartışmalara ve çatışmalara sebep olmuştur. Ancak bu sürecin sonunda tüm yönetilenlerin siyasal süreçlere katılma hakkını elde ettiği görülmektedir (Turan, 1986: s. 67).

18. yüzyılda kısmi olarak ortaya çıkan genel oy kullanma hakları ve yönetim şekillerinin değişmesi sonucunda, iktidarlar seçimlerle belirlenmeye başlamıştır. Her demokratik yönetim kendi imkanları dahilinde çeşitli siyasal iletişim kampanyaları yürütmüşlerdir. Bu gelişmeler sonucunda halk siyasal katılım kavramıyla tanışmış ve siyaset iletişim süreci günümüzde ki halini almaya başlamıştır (Güven, 2017: s. 176). Siyasal katılma siyasal ve toplumsal bir sürecin sonunda oluşan çağdaş demokratik bir kurumdur (Çukurçayır, 2000: s. 28). Siyasal katılım çağdaş devletlerin ayırt edici özelliğidir (Koçak, 2002: s. 97). Siyasal sistemler içerisinde yer alan tüm seçmenlerin siyasete olan ilgileri aynı düzeyde değildir (Baykal 1970: s. 27).

Demokratik yönetimlerin varoluşlarının en önemli amacı halkın siyasete katılmasıdır. Ancak siyasal katılım konusunda ortak bir kuram ve tanım bulunmamaktadır. Bunun nedeni siyasal katılım sürekli olarak gelişmektedir. Diğer bir nedeni ise siyasal katılım daha çok uygulamaya yönelik olmasıdır. Ayrıca ulusal, yerel yönetimlere, farklı ortam ve düzeylere özgü olarak farklı tanımlar bulunmaktadır (Uysal, 1984: s. 109).

Siyasal katılım günümüzde siyasal bilimler ve sosyal bilimler alanında sık sık kullanılan bir kavram olmaktadır. Siyasal katılım hakkında literatürde çok fazla tanım bulunmaktadır. Genel olarak tanımlar belirli bir temel üzerine kurulmuştur. Ancak literatürde bu temelden farklı tanımlar da bulunmaktadır (Dilber, 2020: s. 5). Toplumların sosyo-ekonomik gelişmelerinin birbirlerinde farklı olması demokrasinin uygulanması alanında da farklılık yaratmaktadır (Topbaş, 2010: s. 90). Ayrıca disiplinler arası bir araştırma alanı olan siyasal katılım farklı disiplinler tarafından farklı olarak tanımlanmaktadır. Bundan dolayı literatürde birçok tanımla bulunmaktadır.

Günümüzde insanlar siyasete ilgi duysun veya duymasın siyasetten etkilenmektedirler. Bu etkilere maruz kalan kimi bireyler, etkileri kendi lehlerine çevirmek için çeşitli eylemlere başvurmaktadır ya da bu etkiler karşısında pasif konuma geçmektedirler. Bireylerin gördükleri etkiler karşısında yaptıkları eylem veya eylemsizlikler onların siyasal katılımını oluşturmaktadır (İşliyen, 2018: s. 63). Siyasal katılımın nihai amacı siyasal aktörlerin karar alma süreçlerine müdahale etmektir (Dursun, 2013: s. 103). Siyasal katılım demokratik yönetimlerde bireyleri söz sahibi yapmaktadır (Atabey ve Hasta, 2018: s. 505).

Yöneten ve yönetilenlerin bulunduğu siyasal alanda, yöneticiler faaliyetlerini yönetilenlerin ilgisi çekmeye ve sevgisini kazanmaya harcarken, yönetilen kesim ise yönetimi etkileyecek çeşitli eylemlerde bulunarak kendi lehlerine olacak şekilde yönetim politikalarına yön vermeyi amaçlamaktadırlar. Yönetilenler yönetenleri etkileyip politikalarına yön vermek için siyasal katılıma başvururlar (İşliyen, 2018: s. 64). Siyasal katılım en yoğun olarak seçim öncesi dönemlerde varlığını hissettirmektedir (Arıbaş ve Şimşek, 2014: s. 224).

Katılım günlük dilde oldukça sık kullanılan ancak anlamı belirsiz bir kavramdır (Çukurçayır, 2000: s. 29). Öncelikle katılım kavramının tanımına bakacak olursak TDK sözlüğünde katılım, iletişimi kullanarak veya ortak davranışlarda bulunarak belirli bir toplumsal duruma girme sürecidir. Duran'a (2005: s. 148) göre katılım bireyin kendi istekleri ve eylemleriyle yönetsel kararları etkilemek için hareket geçmesidir. Sosyal bilimlerin birçok alanında görülen bir kavram üzerine ortak bir tanımın kabul görmemesi durumu siyasal katılım kavramı içinde geçerli olmaktadır

Siyasal katılım, yönetilenlerin yönetenler karşısında ki durum, tutum ve davranışlarını belirleyen bir etkidir. Siyasal katılım yalnızca seçimlerde oy kullanmak değildir. Siyasal katılım, siyasete olan merak ile başlayıp ardından siyasal ilgi ve siyasal eylemlere kadar uzanan geniş bir alanı kapsamaktadır (Tokgöz, 2020: s. 145). Demokratik yönetimlerde bireyler siyasal eylemlere katılım sağlar. Siyasal mekanizmayı etkiler ve siyasal sistemin etkisi altında kalırlar (Duran, 2005: s. 1).

Dursun (2013: s. 103) siyasal katılımı, bireylerin yerel veya ulusal yöneticilerin kendi istek ve yararı doğrultusunda siyasal aktörleri etkilemek ve karar alma süreçlerine müdahale etmek için başvurdukları her türlü davranış ve eylem olarak ifade etmektedir. Siyasal katılım kamu işlerinde görev alan ve mesleği olduğundan dolayı bu işlerle uğraşan bireylerin faaliyetlerini kapsamamaktadır. Siyasal katılım sivil vatandaşların alınacak kararları etkilemek için yaptıkları faaliyetleri ifade etmektedir (Dursun, 2002: s. 230).

Kapani (2020: s. 144) ise, siyasal katılımı toplum üyesi bireylerin siyasal sistem karşısında takındıkları tutum ve davranışlar olarak tanımlamaktadır. Siyasal katılım sadece seçimlerde oy kullanmak değildir. Siyasal katılım siyasal meraktan

yoğun siyasal eylemlere kadar uzanan bir katılmayı temsil etmektedir. Toplumun her kesiminde siyasete olan katılım aynı değildir farklılık göstermektedir. Kimi birey sadece oy kullanmakla yetinirken, kimi bireyler ise yasal olsun olmasın siyasal eylem, gösteri ve protestolara katılmaktadır.

Kalaycıoğlu (2013: s. 1) ise, siyasal katılımı siyasal otoritenin kararlarını etkilemek, kararların alınışına müdahalede bulunmak ve alınan kararların yürürlüğe girmesini ertelemek, engellemek gibi amaçlarla bireylerin kendi özgür iradeleri tarafından yaptıkları eylem ve davranışlar olarak tanımlamaktadır.

İşleyen (2018: s. 68) ise, siyasal katılımı, toplumun, kendilerini yönetecek kişileri seçmesini, onları kendi yararlarına olacak şekilde etkilemesini ve yöneticileri denetlemesini kapsayan tüm eylem ve davranış biçimleri olarak tanımlamaktadır. Dilber (2020: s. 8) siyasal katılımı, yönetilenlerin, siyasal iktidarın herhangi bir kurumundaki yöneticilerin alacağı kararları etkilemek için, legal veya illegal yollara başvurarak, başarılı ve başarısız olmasına bakılmaksızın yapılan tüm eylem, faaliyet ve tepkilerin tümü olarak tanımlamaktadır.

Öztekin (2001) ise, siyasal katılımı, toplumu oluşturan tüm bireylerin siyasal, ekonomik ve toplumsal konularda alınacak kararlara etki etmek amacıyla gösterdikleri tepkiler ve yaptıkları eylemler olarak tanımlamaktadır. Gösterilen tepkilerin ve yapılan eylemlerin siyasal davranış sınırları içerisinde bulunması zorunluluğu bulunmamaktadır.

Demirkıran (2019) ise, siyasal katılımın, minimum siyasal haberlere olan ilgiden, aktif siyasete katılarak yüksek siyasi makamlara sahip olmaya kadar geniş bir eylem grubunu içerdiğini ifade etmektedir. Uysal (1981: s. 62) siyasal katılmayı hiyerarşik olarak üstün konumda olanları kararlarını etkilemek amacıyla yapılan faaliyetler olarak tanımlamaktadır.

Geniş bir anlamda bakılırsa siyasal katılımı siyasal aktörlerin karar alma süreçlerine müdahale eden her türlü yasal veya yasal olmayan, barışçıl veya şiddete dayalı yolların kullanıldığı eylem ve davranışları kapsamaktadır. Siyasal katılım iki benzer tür olarak ortaya çıkmaktadır. Birincisi yerel ve ulusal yöneticilerin siyasal karar alma süreçlerine müdahale etmek diğeri ise siyasal yöneticilerin seçimidir (Dursun, 2013: s. 103).

Siyasal katılım toplumun her kesimine temsil olanağı sağlamaktadır. Bu toplumda bir denge ve uzlaşmanın oluşumuna yardım olur. Katılım olanaklarının artması ve çeşitlenmesi hem demokrasinin bir gereksinimidir hem de siyasi istikrarı arttırmaktadır. Ayrıca siyasi katılım sistemin devamlı olarak barışçıl yollarla el değiştirmesini sağlayarak rekabeti güçlendirmekte bu rekabet ile birlikte siyasi sistemler de güçlenmektedir (Kışlalı, 1991: s. 155).

Yeni medyada yapılan siyasi paylaşımlar, siyasi olayların seçmenler arasında gündem olmasını kolaylaştırmaktadır. Seçmenler yeni iletişim kanalları sayesinde adaylar ve partiler hakkında daha fazla bilgi edinmektedir (Göksu, 2015: s. 313). Yeni medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte siyasi olarak organize olmanın kolaylaşması, siyasi aktörlerin seçmenleriyle olan iletişimini arttırabilmeleri ve anlık tepki verebilme özelliğiyle yeni medya siyasi aktörlerin ve seçmenlerin ilgi odağı haline dönüşmüştür. Bu yenilikler siyasi alanda özgürlüğü, şeffaflaşmayı, sivil örgütlenmeyi ve en önemlisi siyasi katılımı arttırmıştır (Güven, 2017: s. 186). Bireylerin yaşamlarıyla ilgili kararlarda belirleyici olabilmeleri için politize olmaları gerekmektedir (Çukurçayır, 2000: s. 75).

Bireylerin siyasi karar alma süreçlerini etkilemek amacıyla çeşitli davranışlar ve eylemlere başvurmaktadır. Ancak tüm bireyler aynı düzeyde bu eylemlere katılım sağlayamamaktadır. Siyasi katılımın başarılı olmasında bireylerin özellikleri ve eylemin özellikleri önemli bir faktördür (Koçak, 2002: s. 102) Bireylerin siyasi katılımları siyasi sistemlerin gelişimi ve modernleşmesi açısından önemlidir (Karakartal, 1984: s. 161).

Siyasal katılım, siyasi sistemin bütün vatandaşlar için aynı önem düzeyine sahip değildir. Bilinen en temel siyasi katılım faaliyeti oy vermektir. Ancak oy vermenin dışında, lobicilik, örgütsel çabalar, şiddet eylemleri ve siyasi kampanyalar gibi birçok siyasi katılım eylemi bulunmaktadır. Bu eylemlere katılımlar toplumlar ve kişiler arasında farklılık göstermektedir. Farklılık göstermesinin sebebi kişilerin yaş, cinsiyet, eğitim vb. gibi birçok durumdan etkilenmeleridir (Dursun, 2013: s. 104). Bireyler siyasi katılım faaliyetleri sonucunda kendi gelecekleri üzerinde etkili olabilmektedir. Ancak yapılan siyasi katılım faaliyetleri siyasi karar alma süreçlerine bir etki etmiyor ise bireylerin bu faaliyetlere daha fazla katılımı beklenemez (Dursun, 2002: s. 229).

2.2.2. Siyasal Katılım Düzeyleri

Siyasal olaylara katılım bireyler arasında farklılık gösterebilmektedir. Toplumu oluşturan tüm bireylerin siyasal katılım düzeyleri farklılık göstermektedir (Dilber, 2020: s. 21). Parsons, Dahl ve Aron gibi siyaset bilimciler toplumun tüm kesimlerinin siyasete ilgi duymasının olanaksız olduğu görüşünde hem fikir olmaktadır (Çam, 1977: s. 328).

Toplumdaki bireylerin siyasal katılım faaliyetlerine ilgisi aynı değildir. Bireyler bu faaliyetlerde isterse izleyici isterse de aktif olarak görev alabilmektedir. Her siyasal katılım faaliyeti farklı düzeyde enerji ve zaman gerektirmektedir. Bu değişkenler göz önüne alınarak çeşitli araştırmacılar tarafından siyasal katılım düzeyleri belirlenmiştir.

Dahl siyasal katılımın boyutlarını merak, ilgi, bilgi ve eylem olarak dört grupta incelemektedir. Bu dört grup siyasal katılımı birbirinden bağımsız olarak kabul edilir. Her boyut farklı yoğunlukta siyasal katılım düzeyi barındırmaktadır. Siyasete olan yoğun ilgi veya ilgisizlik siyasal konularda aşırı bilgili olanlar veya bilgisiz olanlar olarak yorumlanabilir. Ancak bu boyutlar siyasal katılım düzeyleri hakkında güvenilir bir sonuç vermemektedir. Çünkü siyasal katılımı ilgi ve bilgiyi aynı anda talep eden birçok düzey bulunmaktadır (Baykal, 1970: s. 32).

Kapani (2020: ss. 144-145)'ye göre mitinglerde izleyici olmak ve siyasal tartışmalara katılmak siyasal katılımın en alt kademesini oluşturmaktadır. Orta kademe ise, siyasal istek, şikâyet ve tavsiyelerini dile getirmek için çeşitli eylemlerde bulunmak bunlar gazetelerde yazı yazmak, radyolarda bu konuları konuşmak ve parti veya adaylara para yardımı yapmaktır. Son olarak siyasal katılımın en yoğun olan kademesi doğrudan siyasal olayların içinde rol alınan eylemleri kapsamaktadır.

Çam (1977: s. 327) siyasal katılmayı üç düzeyde ele almaktadır. Bunlar:

- Siyasete katılmamak, oy kullanmamak ve siyasete ilgi duymamak
- Yalnızca seçimlerde oy kullanmak
- Seçim dışında siyasal olaylara ilgi duymaktır.

Bu üç düzeyden en kapsamlısı sonucu seçim dışında siyasal olaylara ilgi duymaktır. Çünkü siyasal olaylara ilgi duymanın derecelendirilme imkânı bulunmaktadır. Bu ilgi siyasal olayları izlemek, siyasal tartışmalar yapmak ve siyasal eylemlere katılmak gibi farklı katılım düzeylerine sahiptir (Çam, 1977: s. 327).

ABD’de yapılan bir araştırma sonucunda siyasal katılım düzeylerini altı gruba ayrılmaktadır (Verba ve Nie 1972 Aktaran Turan, 1986: s. 74). Bunlar:

- Siyasal katılıma hiç katılmayanlar, seçimlerde oy kullanmayan kesimdir. Bu düzeyin özelliği onları siyasal katılıma sevk edecek davranışlardan dahi kaçınmalarıdır.
- Salt oy kullananlar, siyasal katılmaya sadece oy kullanma ile dahil olanlar. Birçok toplumda, en çok kitlesi bulunan siyasal katılımı grubudur.
- Kişisel sınırlı katılımcılar, oy kullanmaya ek olarak kendi kişisel sorunlarına çözüm bulmak için siyasal aktörlerle iletişim kuran kişilerin oluşturduğu gruptur.
- Topluluk düzeyinde katılımcılar, bu grupta bireyler toplumsal sorunları çözümü için kimi zaman yalnız başlarına fakat genellikle örgütler ve siyasal topluluklar aracılığıyla siyasal karar alma süreçlerini etkilemeye çalışırlar.
- Kampanyacılar, seçim kampanyaların aktif görev alan kişileri düzeyidir.
- Siyasal partilerde görev alanlar, en kapsamlı seçenek, kişiler siyasal partilerde görev alması sonucundan diğer tüm katılım türlerinde de görev almaktadırlar.

Lester Milbrath (1965) siyasal katılım düzeylerinin incelenmesinin mümkün olduğunu belirtmektedir (Dilber, 2020: s. 21). Bu inceleme için 3 farklı sınıflandırma sunmaktadır. Bu sınıflandırmalar yapılırken siyasal katılım için yapılan faaliyetlerin harcadıkları zaman ve enerji ön planda tutulmaktadır. Her faaliyet farklı derecede zaman ve enerji tüketmektedir. Milbrath bu faaliyetleri 3 farklı düzeyde ele almaktadır.

İzleyici faaliyetler, siyasal katılımın en kolay faaliyetlerini kapsayan katılım türüdür. İzleyici faaliyetler en az enerji ve zaman isteyen faaliyetlerdir. İzleyici faaliyetler çoğu zaman günlük hayatta bir parçası olarak bir parçası olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kategoriye dahil bireyleri Baykal kısaca siyasal haber tüketicileri

olarak tanımlamaktadır. İzleyici faaliyetler siyasal uyarılara karşı açık olmak, oy vermek, siyasal partiye taraftar kazandırmak için insanları ikna etmeye çalışmak, siyasal parti veya adayların rozet ve amblemini taşımak olarak tanımlanmaktadır. İzleyici faaliyetler kısaca siyasete minimum düzeyde ilgi duymaktır (Çam 1977: s. 331).

Geçiş faaliyetleri, siyasal katılımın orta derece zorluğa sahip faaliyetleri kapsayan siyasal katılım türüdür. İzleyici faaliyetlere oranla daha yoğun enerji ve zaman gerektirmektedirler. İzleyici faaliyetler ve Gladyatör faaliyetler arasında bir köprü görevi görmektedir. Bundan dolayı geçiş faaliyetleri olarak adlandırılmaktadır. Geçiş faaliyetlerinde birey siyasal olaylar ve siyasal sorunlar karşısında eyleme geçmektedir (Kapani, 2020: s. 145). Geçiş faaliyetleri, bir siyasal parti veya adaya maddi yardımı yapmak, mitinglere katılmak ve siyasal bir lider ya da kamu görevlisiyle temasta bulunmak geçiş faaliyetlerine örnek verilebilir (Çukurçayır, 2000: s. 58).

Gladyatör faaliyetler, ise en zor ve en yoğun faaliyetleri kapsayan siyasal katılım türüdür. Gladyatör faaliyetler doğrudan doğruya olayların içine karışarak ve aktif rol oynayarak girişilen faaliyetleri kapsamaktadır (Kapani, 2020: s.145). Siyasal yaşamla ilgili aktif faaliyetlerde bulunan bireyler bu sınıflandırma içine dahil olmaktadır (Çukurçayır, 2000: s. 58). Gladyatör faaliyetler aktif siyasete katılmak, siyasal amaçlı para toplamak, siyasal parti üyeliği, seçim kampanyalarında aktif çalışmak, siyasal bir mevki sahibi olmak ve siyasal bir mevki için aday olmak gibi faaliyetleri kapsamaktadır (Çam 1977: s. 332).

Bu üç eylem siyasal olayları izleme onlara karşı bir tutum geliştirme ve harekete geçme olarak görülmektedir. Bireylerin siyasete ilgi duyması izleyici faaliyetler olarak adlandırılmaktadır. Birey için yaptığı izleyici faaliyetler yetersiz geldiği zaman daha fazla enerji ve zaman harcayarak geçiş faaliyetlerine yönelmektedirler. Geçiş faaliyetleri gladyatör faaliyetlere geçişte bir köprü görevi görmektedir. Son olarak birey siyasal katılım adına yapılacak en yoğun faaliyetleri yapmaya başlamaktadır. Bireyler bir olay karşısında tavır alır ve bunu etkilemek için siyasal katılım faaliyetlerinde çeşitli değişimlere başvururlar (Çukurçayır, 2000: s. 58).

Siyasal katılım düzeylerini çeşitli ve ayrıntılı olarak sınıflandırmak mevcuttur. Ancak tüm sınıflandırmaların ilk aşamasında her zaman siyasal ilgisizlik bulunmaktadır. Siyasete ilgisiz bireyler karar alma süreçlerine katılmamaktadır. Siyasal aktörler tarafından alınan kararları etkileme amacı gütmemektedirler. Toplumda siyasete ilgisiz bireylerin yoğun olması siyasal sistemi olumsuz etkilemektedir. Bunun nedeni olarak cehalet veya umutsuzluk olduğu öne sürülmektedir. Bunun engellemesi için oy kullanma zorunluluğun olduğu kanunlar ortaya çıkmaktadır. Ancak bu faaliyet sağlıksız sonuçlar doğurmaktadır (Kışlalı, 1991: s.156).

2.2.3. Siyasal Katılım Biçimleri

Almond (1974) siyasal katılma biçimlerini kolaylaştırmak açısından 2 ana grupta kategorize ediyor. İlkini olağan siyasal katılım (alışlagelmiş) ikincini ise, olağandışı siyasal katılım olarak belirliyor (Turan, 1986: s. 69).

- *Olağan Siyasal Katılım*

Bireylerin siyasal aktörleri etkileyip kendi lehlerine karar almalarını sağlayacak yasal olan her türlü eylem olağan siyasal katılım olarak adlandırılmaktadır (Dursun, 2013: s. 106). Olağan siyasal katılımı ilk akla gelen eylem oy kullanmaktır. Siyasal demokrasilerde oy kullanmak kimin seçileceğinden ötede kimlerin yöneteceği ve bu yöneticilerin kişisel görüşlerine göre beklentiler belirlenebilir. Diğer olağan siyasal katılım biçimleri, siyasete ilgi duymak ve siyasal konular hakkında tartışmalar yapmak, siyasal parti üyesi olmak, sendika üyesi olmak, bazı örnekleri ise seçim dönemlerine bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Siyasal aktörlerin mitinglerine ve toplantılarına katılmak, kampanyalara maddi ve manevi yardımlarda bulunmaktır. Olağan siyasal katılım türleri siyasete ilgi duymaktan siyasal örgütlerde etkin rol almaya kadar geniş bir alanı kapsamaktadır (Turan, 1986: ss. 70-71).

- *Olağandışı Siyasal Katılım*

Olağandışı siyasal katılım, olağan siyasal katılım biçimlerinin yetersiz olduğu düşünüldüğünde kullanılmaktadır. Olağandışı siyasal katılım biçimlerine bildiri yayınlamak, gösteriler yürüyüşler yapmak, eylem yapmak, mitingler düzenlemek, ileri seviyede ise çete savaşları ve darbe girişimleri örnek verilebilir (Turan, 1986: s. 72). Dilber'e (2020: s. 26) göre olağandışı siyasal katılımı, toplumun itaatsizlik eylemleri olarak ifade etmektedir. Boykot ve grevin bu kapsam olduğunu söylemektedir. Terör eylemleri de olağandışı bir siyasal katılma biçimi olarak sayılabilir. Olağandışı siyasal katılım biçimi genellikle rejimlerin katılımı ve baskılardan dolayı kaynaklanmaktadır. Belirli düşünce gruplarının toplumda destek görmemesi veya yasal yollarla etkili olamamaları sonucunda başvurdukları bir siyasal katılım biçimleridir (Kışlalı, 1991: s. 157).

2.2.4. Siyasal Katılıma Etki Eden Faktörler

Bireyler siyasal katılımında eylem ve davranışları açısından bilinçli ya da bilinçsiz olarak bazı faktörlerin etkisinde kalarak hareket etmektedirler. Yapılan çeşitli çalışmalar bu etkiyi kanıtlamaktadır. Siyasal katılım düzeyi, en düşük seviye olan siyasete olan ilgiden, en yüksek seviye olan yoğun eylem faaliyetlerine katılan, tüm bireyler çeşitli faktörlerin etkisi altında kalmaktadır (Dursun, 2013: s. 107).

Bireylerin siyasal katılıma ilişkin tutumlarına etki eden faktörler 3 alanda toplanmaktadır. Bunlar sosyo-ekonomik faktörler, psikolojik faktörler ve siyasi-hukuki faktörler olmak üzere 3 ana başlıkta incelenmektedir (Turan, 1986: s. 75).

2.2.4.1. Siyasal Katılımı Etkileyen Sosyo-Ekonomik Faktörler

Eğitim düzeyi, gelir, cinsiyet, meslek, aile ve kişilik yapısı gibi değişkenler siyasal katılımı birinci derecede etkilemektedir (Çam 1977: s. 329). Sosyo-ekonomik faktörler siyasal olaylara karşı tavır almada ve siyasal olayların algılanmasında

önemli rol oynamaktadır (Baykal, 1970: s. 37). Siyasal katılım alanında yapılmış ampirik çalışmalar göstermektedir ki bu faktörlerin her biri siyasal katılımı önemli bir role sahiptir. Hatta bazı genellemelere dahi konu olmaktadır. Örneğin eğitim ve gelir seviyesinin yüksek olan kişiler yoğun çaba gerektiren siyasal katılım faaliyetlerine daha çok katılmaktadırlar (Kapani, 2020: s. 146). Geri kalmış toplumlara oranla gelişmiş toplumlarda siyasal katılım oranları daha yüksektir. Bunun nedeni gelişmiş toplumlarda ki imkan ve yöntem fazlalığıdır. Ekonomik olarak gelişmiş, refah düzeyleri yüksek ve kentleşmesini tamamlamış ülkelerde vatandaşların siyasal katılma yönündeki arzu ve istekleri artmaktadır (Dursun, 2013: s. 107). Kısaca sosyo-ekonomik tüm faktörler kişinin siyasal katılımına dolaylı veya dolaysız olarak etki etmektedir (Özdemir, 2019: s. 258).

- *Aile ve Siyasal Katılım*

Aile, kişinin siyasal olarak bilgi edindiği ilk kurumdur. Edindiği bilgiler ilerleyen yaşamında siyasal katılımını doğrudan etkilediği için aile unsurları içinde önemli faktörlerden biri olarak görülmektedir (Dilber, 2020: s. 41). Aile hem seçim hem de siyasal davranış eğilimlerinin temelinde etkide bulunan bir faktör olarak sosyo-politik bir önem taşımaktadır (Uysal, 1984: s. 116). Aile bireylerin siyasal ve toplumsal bir model oluşturması açısından oldukça önemlidir. Çevre faktörlerinin etkililiğine göre ilerleyen yaşlarda ailenin bireyler üzerindeki etkisinde bir azalma görülebilmektedir (Akıncı, 2014: s. 307).

Bazı aileler belirli kültür ve değerleri bilerek ve isteyerek çocuklarına benimsetmek istemektedir. Bunun yanı sıra bazı aileler ise çocuklarına siyasal kültür öğelerini öğretmemekte hatta yanlarında siyasal tartışmaları dahi yapmaktan çekinmektedirler. Tipik olarak kabul gören, çocuğun ev ortamında kendiliğinden bunları öğrenmesini beklemektir. Ayrıca çocukların aileleriyle aynı görüşe sahip olacakları gibi bir yanılgı bulunmaktadır. Bu konu birçok değişkene bağlıdır ancak ailenin, siyasal hayattaki etkisi ilerleyen yaşla birlikte aynı kalmamaktadır (Turan, 1986: s. 57-58). Siyasal ilgi düzeyinin yüksek olan ailelerin çocuklarının siyasal katılım düzeylerine daha yoğun ilgi göstermesi normaldir. Ancak tersi durumlarda bulunabilmektedir. Birçok araştırmacının ortak görüşüne göre ailenin siyasal katılım düzeylerine etkisi ilerleyen yaş ile birlikte azalmaktadır (Kışlalı, 1991: s. 158).

- *Arkadaş Çevresi ve Siyasal Katılım*

Arkadaş çevresinin siyasal katılımı önemi oldukça fazladır. Aileler çocuklarını siyasal düşüncelerinin oluşmasını büyük oranda etkilemektedir. Bireyin ailesiyle arkadaş çevresi aynı siyasi yönelime sahipse etki derecesi o denli artmaktadır. Ancak aile ve arkadaş çevresi farklı siyasal görüşlere sahip ise birey arkadaş çevresinin etkisinde kalarak ailesinin sahip olduğu görüşten uzaklaşmaktadır (Çam, 1977: s. 338).

Arkadaş çevresi bireylerin aileden sonra tanıştığı ilk sosyalleştiği ilk gruptur. Bu nedenle siyasal katılımı etkilerinden oldukça önemli bir konuma sahiplerdir. Bireyler ailesiyle aynı görüşe sahip arkadaşlara sahip olduğu zaman var olan düşünceleri gittikçe pekişmektedir. Ancak aile ve arkadaşlar arasında görüş ayrılıkları varsa istisnai durumlar dışında birey ilk kez başka bir görüş ile tanışmakta ve düşüncesini sorgulamaya başlamaktadır. Bu sorgulama sonucunda genellikle arkadaş çevresinin etkisinde kaldığı araştırmacılar tarafından söylenmektedir. Ancak bu bireylerin arkadaş çevreleri sıklıkla değişmektedir. İş, okul, askerlik ve evlilik gibi durumlarda bireylerin çevresindeki insanların çeşitlenmesi sonucunda arkadaş çevresinin siyasal etkisi güçlenmektedir. Aileden ayrı olan bireylerin siyasal bağlılıkları zayıflamaya başlayınca arkadaşların etkisi devreye girmektedir.

- *Cinsiyet ve Siyasal Katılım*

Cinsiyet siyasal katılımı etkileyen önemli unsurlardan birisidir. Toplumlar arasında cinsiyetten kaynaklı bir rol farklılaşması bulunmaktadır. Bu farklılaşma siyasal katılımı etkilemektedir. Hukuksal olarak kadın erkek arasında bir fark bulunmadığı görülürken sosyolojik açıdan bakıldığında erkeklerin kadınlara göre siyasal katılım faaliyetlerine daha fazla olanak bulduğu söylenebilmektedir (Dursun, 2013: s. 110). Cinsiyet göz önüne alındığında kadınların oy kullanmaktan kaçındıkları ve siyasete ilgi duymadıkları söylenebilir. Farklı değişkenlerle değişim olmaktadır ancak araştırmalar sonucunda ki ortak görüş kadınların siyasete erkeklere oranla daha az katıldığıdır (Çam 1997: s. 328). Çukurçayır (2000: s. 78) cinsiyet ve siyasal katılım ilişkisinin, geleneksel toplumlara özgü olan kadının siyasetten uzak durması anlayışı çağdaşlaşmayla birlikte değişeceği savunmaktadır. Ayrıca kadının iş hayatına

girmesiyle birlikte toplumsal rollerin değişeceği ve kadınların siyasal hayatta daha aktif rol alacağını ön görmektedir.

Ülke meclislerinin kadın erkek dağılımlarına bakmak siyasal katılım ve cinsiyet arasındaki farkı göstermektedir. (Dursun, 2013: s. 110). TBMM’de toplamda 583 milletvekilinin sadece %17’lik kısmını kadınlar oluşturmaktadır (TBMM). Meclis rakamlarına bakarak Türkiye siyaseti ataerkil bir siyasal sistemdir denebilir (Bora ve Tol, 2009: s. 826). ABD’de kadın milletvekilleri toplam 433 kişilik meclisin %23’ünü oluştururken, Mozambik’te ise 250 kişilik meclisin %40’ını kadın milletvekilleri oluşturmaktadır (Euronews). Hukuki olarak eşit haklara sahip olunan ülkelerde dahi kadınlar siyasal katılıma daha az ilgi duymaktadır. Ülkelerin sosyo-ekonomik olarak gelişmişlik durumlarıyla, siyasal katılımda cinsiyet farklılıkları arasında bir paralellik bulunmamaktadır. Genel olarak kadınların siyasal katılım faaliyetleri ve oy kullanma davranışlarına olan ilgilerinin erkeklere oranla düşük olduğu görülmektedir (Kışlalı, 1990: s. 122).

- *Yaş ve Siyasal Katılım*

Yaş ile siyasal katılım arasında belirli farkla bulunmaktadır. Bireyler belirli yaş aralıklarında siyasal olaylara daha fazla tepki göstermekte ve siyasal katılımda daha aktif görevler almaktadır. Siyasal katılımda önemli olan bireyin temsil ettiği kuşağın özellikleridir. Belirli yaş gruplarında ki bireylerin diğerlerine göre siyasal katılıma olan yoğun ilgileri ampirik çalışmalarla kanıtlamıştır. Gençler genel olarak siyasal eylemler için gereken enerji ve zaman sahip oldukları için yoğun eylem gerektiren siyasal katılım faaliyetlerine daha fazla katılım sağlamaktadırlar. Bunun nedenlerin bazıları geçim yükümlülüklerinin olmaması ve çoğunluğun düzenli bir işinin olmamasında kaynaklanmaktadır. Orta yaşta insanların siyasal katılımının düşüşünde ki asıl sebepler artan sorumlulukları olarak görülmektedir (Dursun, 2013: s. 110). Ayrıca ilerleyen yaş ile birlikte oluşumunu tamamlayan siyasal düşünceler kişinin siyasal katılıma daha fazla ilgi duyacağını göstermektedir (Özdemir, 2019: s. 258).

Çam (1977: s. 328) siyasal katılmanın yaş ile birlikte arttığını savunmaktadır. Ancak siyasal katılımda gençlerin en aktif rolleri üstlenmediğini yoğun siyasal eylemlere katılım saylayan bireylerin düşük bir çoğunluğunu gençler

oluşturmaktadır. Gençler siyasal katılım faaliyetleri yerine farklı alanlara ilgi duymaktadır. İçlerinden bir kısım azınlık, yoğun siyasal katılım eylemlerinde rol almaktadır. Gençler iş hayatına girince siyasete daha çok ilgi duymaya başlamaktadır. Ayrıca yaşın önemine değinirken diğer koşulları da göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Örneğin, bireyin nerede yaşadığı, mesleği, ailesi ve arkadaş grubu gibi faktörleri tanımlamak gerekmektedir.

Öztekin'e (2001, s. 229) göre siyasal katılımda en düşük yoğunluk 20 yaş altında görülmektedir. Ardında yaş ilerledikçe siyasal katılım faaliyetleri olan ilgi artmaktadır. 20 yaş altı bireyler genellikle eğitimlerini tamamlamamış, bir meslek edinmemiş bireylerden oluştuğu için siyasal katılım faaliyetlerine ilgileri düşüktür. Siyasal katılım faaliyetlerine olan ilgi sorumluluklarla birlikte artmaktadır. 25 ve 45 yaş arası siyasal katılım faaliyetlerine ilginin en yüksek olduğu dönemdir. Bireyin gençlik yıllarında siyasal katılıma ilgisi yüksektir. Duran (2005: s. 318). 20 yaş altı gençleri "göçebe" olarak adlandırmaktadır. Bu gençler askerlik, eğitim ve iş bulma gibi nedenlerle sürekli olarak seyahat etmektedirler. Bundan dolayı siyasal katılım faaliyetlerine ilgisiz kalmaktadırlar.

Çukurçayır'a (2000: ss. 78-79) göre gençlerin geleneksel siyasal katılma türlerine az ilgi göstermektedir. Ayrıca ilerleyen yaşın siyasal katılımı olumlu etkilemesi beklenmektedir. Yaş doğrudan siyasal katılmayı etkilediği gibi diğer siyasal katılıma etkisi olan faktörleri de etkilemektedir. Örneğin, meslek, sosyo-ekonomik statü gibi faktörlerin yaş ile ilgisi bulunmaktadır.

Siyasal katılım üzerine yapılan araştırmalara göre orta yaşlı insanların siyasal katılım faaliyetlerine daha fazla ilgi gösterdiği söylenebilir. Gençlerin ise ergenlikten çıkması üzerine siyasal ortamlarla tanıştığı ve siyasal katılım faaliyetlerine yoğun ilgi gösterdiği görülmektedir. Ancak bu yoğun ilgi ilerleyen yaş ile birlikte azalmaktadır (Kışlalı, 1991: s. 157). Gençler değişime daha ılımlı bakarken, yaşlıların daha tutucu oldukları görülmektedir. Tutucu bireyler kimi zaman siyasal katılım faaliyetlerden kaçınmaktadırlar (Kışlalı, 1990: s. 112).

- *Eğitim Durumu ve Siyasal Katılım*

Sosyo-ekonomik faktörler arasında siyasal katılımı en ilgili bulunan madde eğitimidir. Bireylerin iyi ve yüksek eğitimler almasıyla birlikte siyasete ilgilerinin arttığı ve siyaset hakkında daha bilgili oldukları için siyasal katılıma düşük eğitim almış kişilere oranla daha fazla katılacakları öne sürülmektedir (Dursun, 2013: s. 108). Yapılan bir çok araştırma bunu belgeler niteliktedir. Berelson, Campbell, Dahl, Key, Agger, Ostram, Benny, Dupuex, Allardt, Pesonnen ve Rokkan gibi bir çok araştırmacı bu konuda araştırmalar yapmış ve birbirine yakın sonuçlar bulmuştur. Bulunan sonuçlara göre eğitim ve siyasal katılım arasında olumlu bir ilişki vardır (Campbell, 1956 Aktaran Baykal, 1970: s. 55). Ancak bahsi geçen eğitim sadece okullar aracılığıyla verilen eğitimden oluşmamaktadır. Okulların dışında olan eğitimler ailenin sağladığı eğitim, sosyal çevrenin sağladığı eğitim ve kitle iletişim araçlarından sağlanan eğitim olarak geniş bir alanı kapsamaktadır (İşliyen, 2018: s. 105).

Eğitim düzeyi yüksek bireyleri siyasal olayları araştırması, bilgi edinmesi, o bilgileri yorumlayabilmesi, yorumladıkları bilgilerin toplumsal sorunlarla olan ilişkisini açıklamasını kolaylaştırdığı için siyasal katılıma olan ilgiyi artırması beklenmektedir (Kışlalı, 1991: 158). Eğitim birçok toplumda eşitlik hoşgörülü olma gibi eğilimlerin yaygınlaşmasına öncülük etmektedir. Eğitim ile birlikte kişiler siyasal çevreleri daha iyi denetleyebilmektedirler. Eğitim etkinlik duygularını arttırmaktadır ve kendilerini siyasal alanda prestijli olan bir elit grup olarak görmelerini sağlamaktadır. Bu durumda eğitim görmüş kişilerin siyasal alanda daha çok bilgiye sahip olmaları beklenmektedir. Bütün bunlar siyasal katılıma pozitif yönde bir etki sağlamaktadır (Turan, 1986: ss. 49-81).

Eğitim düzeyi bir statü göstergesidir. Yüksek statüye sahip insanların siyasal katılım faaliyetlerine daha yoğun ilgi gösterdiği bilinmektedir (Özdemir, 2019: s. 260). Sonuç olarak eğitim kişilerin sosyal statülerini yükselten, onların siyasal sistemi anlamasını sağlayan ve siyasal katılımlarını etkili kılan bir unsurdur (Dilber, 2020: 33). Eğitim düzeyi arttıkça siyasete olan ilgi artmaktadır (Çam, 1977: s. 329). Eğitim düzeyi kişinin siyasete olan ilgisini artırırken ayrıca kişilerin siyasal mesajları algılaması ve bir siyasal görüşünün oluşmasını etkilemektedir. Bundan dolayı bireylerin eğitim seviyesi yükseldikçe siyasal görüşlerinde farklılıklar

görülmektedir (Altan, 2011: s. 313). Ancak eğitim düzeyinin artması direkt olarak katılıma etkili değildir. Eğitim düzeyinin artması katılımı kolaylaştırıcı etkidedir (Çukurçayır, 2000: s. 84).

- *Din, Etnik Kimlik ve Siyasal Katılım*

Seçmenlerin kendinden olanı savunma duygusu, azınlıkta olan etnik ve dini grupların siyasal yaşama daha yoğun olarak katılmalarını sağlamaktadır. Buradaki katılım amacı kendinden olanı destekleme bir birlik ve beraberlik oluşturmaktır. Bu etnik veya dini grubun gelir ve eğitim düzeyi yükseldikçe siyasal katılım düzeyleri de artmaktadır (Kışlalı, 1991: s. 159).

Kişinin dini değerlerine önem vermekte ise kendi görüşüne yakın olan siyasal aktörü destekleme eğilimine yatkın olmaktadır. Aynı etnik kimlik içinde geçerlidir. Bu duruma Batı Avrupa ülkelerinde var olan Hristiyan partiler örnek olarak gösterilebilir. Ayrıca Lübnan gibi ülkelerde kişiler seçimlerde kendi etnik kimliğine göre oy kullanmaktadır yani toplumu hangi etnik grubun yöneteceğini belirlemek için oy vermektedirler (Turan, 1986: s. 83).

Bir toplumda farklı etnik grupların bulunması ve bu grupların siyasal anlamda bir çatışma içerisinde olmasının siyasal katılmaya olumlu bir etkisi bulunmaktadır. Bazı çok uluslu toplumlarda bu tarz çatışmalar yaşanmamasının nedeni bu gruplar arasında yaşanan anlaşmazlıkları çözülmüş olmasından kaynaklanmaktadır. Bu durum siyasal katılımı olumsuz etkilemektedir. Bu toplumlara örnek olarak İsviçre gibi ülkeleri örnek verebiliriz (Öztekin, 2001: s. 226).

- *Gelir Düzeyi ve Siyasal Katılım*

1937 yılında yaptığı araştırmada Tingsen gelir durumunun artmasıyla bireylerin siyasete daha fazla ilgi göstereceğini savunmaktadır (Tingsen, 1937; Baykal, 1970: s. 37). Genellikle gelir düzeyi ve siyasal katılım birbirine paralel olarak artmaktadır. Bireylerin gelir düzeylerinin artması siyasal katılımlarını olumlu etkilemektedir. Yüksek gelir düzeyine sahip bireylerin siyasal katılımında desteklediği adaylara ve partilere maddi yardım yapabilme olanakları vardır. Siyasal katılım kanallarının çoğalmasının siyasal katılımı olumlu etkilediğine değinmiştik. Bu durumu destekleyen ampirik çalışmalar bulunmaktadır (Dursun, 2013: s. 108).

Yüksek gelir düzeylerine sahip bireylerin siyasal katılım düzeylerine ilgisi yoğundur. Ayrıca düşük gelir düzeyine sahip bireyler araştırıldığı zaman siyasal katılıma olan ilginin düşmesi kimi zaman yok olması söz konusu olmaktadır. Bunun nedeni olarak siyasal aktörlerin yalnızca orta ve yüksek gelire sahip bireyleri temsiline yönelik çalışmalar yapmasıdır (Kışlalı, 1991: s. 158).

Düşük gelire sahip bireylerin daha yüksek gelire sahip bireylere oranla siyasal katılıma daha az ilgi gösterdiği bilinmektedir. Düşük gelir grubuna dahil kişiler kadenci bir kültüre sahip ise siyasete daha az ilgi duymaktadır. Geliri yüksek bireyler iyi eğitim alma imkanlarına sahiptir ve eğitim durumunun yükselmesinin siyasal katılımı olumlu etkilediği bilinmektedir (Öztekin, 2001: 226). Ancak kimi zaman araştırmalarda ters orantı çıkmaktadır gelir düzeyinin yükselmesinin siyasal katılımı azalttığını savunan çalışmalar da bulunmaktadır. Yüksek gelir durumu siyasal katılımı etkileyen faktörlerden biri olarak anılmaya devam etmektedir (Dilber, 2020: s. 31). Ekonomik bakımda güçlü bireylerin, eğitim düzeyleri yeterli olmada dahi siyasal katılımında etkin oldukları bilinmektedir (Çukurçayır, 2000: s. 88).

- *Meslek ve Siyasal Katılım*

Meslek siyasal katılımı etkileyen faktörler arasında ki en değişken faktördür. Meslek kimi zaman bir statü belirleyicisi olabilmektedir (İşliyen, 2018: s. 108). Yüksek gelirli bir mesleğe sahip olabilmek, sosyo-ekonomik olarak bireyin iyi hissetmesini sağlayabilmektedir. Meslekler siyasal katılımında en değişken faktördür çünkü değişiklik gösterebilmektedir. Kişilerin sık sık iş değiştirmesi günümüzde oldukça sık karşılaşılan bir durumdur.

Mesleğin siyasal katılımı etkileyen faktörler arasında en değişken faktör olmasının nedeni günümüzde mesleklerin çeşitliliği ve bu mesleklerin bir boyut üzerinde sıralanamamasından kaynaklanmaktadır. Meslek gruplarını sektörlere göre hizmet, tarım, sanayi olarak sınıflandırmak veya mavi yakalı veya beyaz yakalı olarak sınıflandırmak siyasal katılım düzeylerinin belirlenmesinde gerekli olan ayrıntıyı barındırmamaktadır (Baykal, 1970: s. 45).

Meslek ve siyasal katılım arasında çift yönlü bir ilişki vardır (Çam, 1977: s. 333). Kimi meslek grupları siyasal eylemlerden diğer meslek gruplarına oranla daha çok etkilenmektedir. Örneğin, döviz kurlarını yükselip alçalması, yurt dışından

hammadde ve çeşitli malzeme alan kişilerin siyasal olayları izlemesi diğer meslek gruplarına göre daha yoğundur (Turan, 1986: s. 77). Özetle bireyler eğitim aldıkları bölüm üzerinde çalışmaya devam edip toplum içerisinde yer almaya başladıkça, toplum tarafından aranan bireyler olacaklardır. Bu bireyleri siyasal katılıma teşvik edebilmektedir (Dilber, 2020: s. 32). Ayrıca bazı mesleklerin eğitim düzeyi ve diğer gereklilikleri kişinin siyasal katılımını olumlu etkilemektedir (Akıncı, 2014: s. 312). Meslek gruplarının siyasal katılımında yüksek etki sahibi olması için bireyin eğitim durumunun düşük ve ailesinin siyasal etkililiğinin azalması gerekmektedir (Kışlalı, 1991: s. 158).

Öztekin'e (2001: s. 227) göre teknoloji gelişmeler sonucunda gelecekte yeni meslek grupları ve bu meslek gruplarının çeşitli dalları olacaktır. Bu meslek grubuna dahil bireyler kendilerini topluma kabul ettirebilmek için örgütlenme ihtiyacı duyacaktır. Örgüt üyeliğinin siyasal katılıma olumlu etkileri olduğu bilinmektedir. Yapılan bu faaliyetler nihai olarak siyasal katılımı etkileyecektir.

- *Yerleşme Biçimi ve Siyasal Katılım*

Yerleşme biçimlerinin siyasal katılıma etkileri, metropoller ve büyükşehirlerde yaşayan bireyler, birçok siyasal katılıma rahatlıkla ulaşılabilen kişilerdir. Köy kasaba gibi yerlerde ise bireylere toplumsal baskıya maruz kalmaktadır ve bu siyasal katılımı etkilemektedir (Turan, 1986: s. 82). 1950'lerde yapılan siyasal katılım araştırmalarında sanayileşmiş gelişmiş kent toplumları köy ve kasaba toplumlarına göre siyasal katılım düzeylerine daha bilinçli ve yoğun katılım göstermektedir (Huntington ve Dominguez, 1985: s. 42; Öztekin, 2001: s. 225).

Kentlerde katılım daha bilinçli ve özgün iken, köylerde katılım daha çevresel faktörlere bağımlıdır ve toplumun genelinden etkilenmektedir (Çukurçayır, 2000: s. 81). Genel olarak şehirlerde yaşayan bireylerin siyasal katılım düzeyi köylerde yaşayan bireylerden daha fazladır. Genellikle köylerde yaşayan bireylerin eğitim düzeyi, gelir durumu ve meslekle ilgili nitelikleri şehirdekilere oranla daha iyi bir konumda değildir bu nedenle şehir ve metropollerde siyasal katılım daha yoğun olarak gerçekleşmektedir (Baykal, 1970: s. 66). Büyük şehirlerde bireyler daha yoğun olarak kitle iletişim araçlarının etkisinde kalmaktadır. Bu durum siyasal katılıma olan ilgiyi etkilemektedir (Kışlalı, 1990: s. 42). Ancak bazı istisnai durumlar

bulunmaktadır. Köylerde ve küçük yerleşim yerlerinde siyasal katılım şehirlere oranla daha bağımlı bir hale sahip olduğundan dolayı tüm seçmenler kamuoyu önderlerinin etkisiyle harekete geçmektedir. Bunun sonucunda ülkemizde kırsal kesimlerin seçime katılım oranlarının şehirlere ve metropollere göre daha yoğun olduğu görülmektedir (Kışlalı, 1991: s. 159).

- *Sosyo-Ekonomik Statü ve Siyasal Katılım*

Sosyo-ekonomik statüyü belirleyen değişkenler zamanla değişim gösterebilmektedir. Örneğin Osmanlı toplumunda ve Cumhuriyetin ilk yıllarına bakıldığında en önemli statüler devlet yönetiminde yetkisi olanlar ve çeşitli memuriyetler olarak sıralanmaktaydı. Zaman içinde farklılaşan statü temellerine göre günümüzde siyasal memuriyet en yüksek seviye statü olarak görülmemektedir. Her toplumun kendine özgü statü sınıfları bulunmaktadır. Ancak genele bakıldığı zaman yüksek statü sahibi olan kimselerin siyasal katılım oranları diğer statülere oranla yüksek olduğu söylenebilir. Bu tüm toplumlar için geçerli bir kanı olmaktadır. Ülkelerin gelişmişlik dereceleri ne olursa olsun yüksek statünün siyasal katılıma olumlu bir etkisi olmaktadır (Turan, 1986: s. 79).

- *Örgüt Üyeliği ve Siyasal Katılım*

Örgütlenme özgürlüğünün bulunduğu toplumlarda siyasal katılım daha gelişmiş konumdadır. Bu özgürlük sayesinde çeşitli örgütler siyasal katılıma hizmet etmektedirler. Bu örgüt türlerine dernekler, sendikalar ve siyasal partiler örnek olarak verilebilir (Dilber, 2020: s. 42). Örgüt üyeliği kişinin görev üstlenmesi ve bürokratik işleyişi görmesi açısından önemlidir. Çünkü bürokrasi kişiyi siyasal katılıma özendirir (Çukurçayır, 2000: s. 87).

Örgütlerin birçoğu siyasal amaçlarla kurulmuştur. Bireyler burada çeşitli siyasal katılım faaliyetlerinde bulunurlar. Siyasal amaçlarla kurulmamış olan örgütlerde bulunmaktadır. Bu örgütler doğrudan siyasal amaçlara hizmet etmek için kurulmamıştır ancak dolaylı olarak siyasal bir kimlik kazanırlar ve siyasal katılım çalışmaları yaparlar. Örneğin, işçi sendikaları asgari ücret, vergiler gibi konularda üyelerin yararına olacak kararlar aldirtmak için siyasal katılım faaliyetlerine başvururlar. Bu tür örgütlerde katılmak bireylerin siyaset alanında yetenek ve

beceriler kazanmasını sağlamaktadır. Siyasal katılım faaliyetlerine daha fazla katılım sağlamalarına sebep olmaktadır (Turan, 1986: s. 59).

- *Kitle İletişim Araçları ve Siyasal Katılım*

Kitle iletişim araçlarını çeşitliliği ve kolay ulaşılabilir olması popülerliğinin sebeplerindendir. Toplumun tüm kesimleri tarafından kullanılıyor olması onu siyasal aktörler açısından vazgeçilmez kılmaktadır. Bireyler siyasal haberlere anında ulaşmakta siyasal aktörlerin web siteleri veya sosyal medya hesaplarından istedikleri konularda bilgi edine bilmektedirler. Siyasal iletişimin vazgeçilmezi olan kitle iletişim araçları, sürekli olarak siyasal konulardan bahsetmektedir (Hülür, 2006: s. 119).

Kitle iletişim araçları kamuoyu oluşturma ve toplumda var olan bir düşüncüyü değiştirme gücüne sahiptir. Kamuoyu oluşturma bireylerin siyasal katılımına doğrudan etki etmesinde önemlidir (Koçak, 2002: s. 96). Kitle iletişim araçlarına yoğun olarak maruz kalan kişiler siyasal hayata aktif katılım sağlamaktadır (Özdemir, 2019: s. 261).

Bireylerin siyasal katılımında söz sahibi olabilmeleri için politize olmaları gerekmektedir. Politik olaylarla ilgilenme sürecinde kitle iletişim araçlarını önemi büyüktür (Çukurçayır, 2000: s. 85). Kitle iletişim araçları bireylerin siyasal konular hakkında bilgi edinmesine ve siyasal bilinçlerinin oluşmasına yardımcı olmaktadır. Bundan dolayı kitle iletişim araçlarının siyasal katılıma doğrudan bir etkisi bulunmaktadır (Hülür, 2006: s. 119). Kitle iletişim araçlarını yoğun izleyen kişilerin diğerlerine göre daha fazla siyasal konular hakkında tartışmalar yaptıkları ve siyasete duydukları ilginin daha fazla olduğu söylenebilir (Çukurçayır, 2000: s. 86).

2.2.4.2. Siyasal Katılımı Etkileyen Psikolojik Faktörler

Bireyin siyasal katılımına etki eden bir diğer faktör çeşidi psikolojik faktördür. Bireylerin psikolojik faktörleri onların siyasal katılım davranışlarını yönlendirmektedir. Aynı sosyo-ekonomik özelliklere sahip bireylerin farklı siyasal katılım davranışları sergilemesinin altında psikolojik faktörler yatmaktadır (Turan,

1986: s. 86). Psikolojik faktörleri daha ayrıntılı incelenmek için genellikle ikiye ayrılmaktadır. Bunlar, olumlu psikolojik faktörler ve olumsuz psikolojik faktörler olarak sıralanmaktadır (Dilber, 2020: s. 44).

- *Olumlu Psikolojik Faktörler ve Siyasal Katılım*

Olumlu psikolojik faktör daha anlaşılabilir olması nedeniyle, siyasal etkinlik duygusu, siyasal ilgi ve vatandaşlık duygusu olarak üçe ayrılmaktadır.

- *Siyasal Etkinlik Duygusu ve Siyasal Katılım*

Siyasal etkinlik duygusu, psikolojik siyasal katılım faktörleri arasında en önemli olanlardan biridir. Etkinlik duygusu kişinin etrafına olan etkisinden bahsetmektedir. Kişinin kendi eylem ve davranışlarıyla çevresindeki bireylerin ve olayların akışına etkide bulunabilme inancını taşıyıp taşımadığını ifade eder. Kimi bireyler çevresini etkileme konusunda aktif, kendine güvenen ve olumlu bir imaj çizerken, kimi bireyler ise daha pasif ve güçsüz durumda görünmektedir. Bu duyguların siyasal katılıma etkisi yüksektir. Kendilerini etrafını etkileme konusunda daha etkili bulan bireyler siyasal katılıma daha fazla ilgi gösterirlerken, kendilerini güçsüz olarak konumlandıran bireylerin siyasal katılımı minimum seviyede kalmaktadır (Kapani, 2020: s. 146).

- *Siyasal İlgi ve Siyasal Katılım*

Toplumun siyasete yönelmesinin en önemli nedeni siyasal ilgidir (Çukurçayır, 2000: s. 67). Siyasal ilgi diğer tüm siyasal katılım çeşitlerini zincirleme olarak beraberinde getirmektedir. Kişinin siyasete olan ilgisi siyasal bilgiye, siyasal bilgi siyasal eylem ve türlü siyasal katılımlara dönüşmektedir. Siyasete ilgi duyan bireylerin siyasal katılımları daima artmaktadır.

Siyasal ilgi derinleştikçe kişinin eylemleri minimum katılım düzeyinden, yoğun katılım gerektiren eylemlere doğru evrilmektedir. Buna rağmen siyasal ilgiye sahip bazı bireylerde siyasal katılım faaliyetleri durağan olarak kalmakta ve katılım artmamaktadır. Ancak ileri seviye siyasal katılım faaliyetlerinin tümü siyasal ilgi gerektirmektedir (İşliyen, 2018: s. 91).

○ *Vatandaşlık Duygusu ve Siyasal Katılım*

Kısaca kişinin siyasal katılım faaliyetlerini bir vatandaşlık görevi olarak görmesi ve katılım sağlamasıdır. Kişilerin siyasal katılımında çıkar ve menfaat gözetmeksizin sadece ülkelerine hizmet etmek amacıyla katılım sağladıklarından dolayı milli ve manevi bir nitelik arz etmektedir (Dilber, 2020: s. 47).

• *Olumsuz Psikolojik Faktörler ve Siyasal Katılım*

Şimdiye kadar bahsedilen tüm faktörler siyasal katılmayı olumlu yönde etkilemekteydi. Ancak bu faktörlerin siyasal katılıma hiçbir olumlu katkısı bulunmamaktadır. Siyasal katılımı etkileyen olumsuz psikolojik faktörler siyasal yabancılaşma (alienation) ve anomi (anomie) olarak iki başlık altında incelenmektedir.

○ *Siyasal Yabancılaşma (Alienation) ve Siyasal Katılım*

Siyasal yabancılaşma bireylerin siyasal sistemle hiçbir ilgileri olmadığını düşünmesine yol açmaktadır. Bireyler siyasal sistemi kendinden bağımsız olarak görür. Bu tip bireyler siyasal sistemden tamamen kopmuştur. Siyasal katılım faaliyetlerine ilgi göstermemektedirler (Turan, 1986: s. 88). Yabancılaşma bireylerin siyasal sistemden kopmaları olarak adlandırılmaktadır. Bu kopmaya göre siyasal sistem birey için anlamını kaybetmiştir. Hatta kendisi gerçekleştirmesini engeller hale geldiği savunulabilir. Bu karar bireyin kontrolü dışında gerçekleşebileceği gibi bireyin iradesi yoluyla da gerçekleşmektedir (Baykal, 1970: s. 102).

○ *Anomi (Anomie) ve Siyasal Katılım*

Anomi ilk kez Durkheim tarafından kullanılmıştır. İlk anlamıyla anomi toplumdaki önemli değişmelerin birey ve toplum arasında ki dengeyi olumsuz etkilemesi sonucunda ortaya çıkan kriz durumu olarak adlandırılmaktadır. Olaylar üzerindeki etki gücünün yitirilmesidir. Siyasal etkinlik duygusunun tam tersidir (Baykal, 1970: s. 103). Anomi olayların üzerindeki etki etme ümidinin tamamen yitirildiğini, güçsüz hissetmek ve kuralsızlık durumlarının bir araya gelmesiyle genel olarak bir değer inanç ve doğrultu eksikliği ya da karışıklığı durumudur (Çukurçayır, 2000: s. 71).

2.2.4.3. Siyasal Katılımı Etkileyen Siyasi-Hukuki Faktörler

Siyasal katılımı etki eden son etken siyasi-hukuki faktörlerdir. Siyasi ve hukuki faktörlerin demokratik yapıya olan uygunluğu bireylerin siyasal katılım faaliyetleri ilgi göstermesinde önemli bir etkidir (Altan, 2011: s. 320). Her topluluğun uyması gereken yasalar bulunmaktadır. Aksi takdirde toplumlara kaos hakim olacaktır. Siyasal sistemler içinde bu kurallar geçerlidir. Demokratik bir sistemde siyasete katılımın belirli işleyiş kuralları bulunmaktadır. Yasalar bireylerin siyasal katılımında sahip oldukları hakları belirlemektedir ve onlara siyasete katılım için bir yol tayin etmektedir. Kişinin seçme seçilme hakkı ve oy kullanma hakkı gibi siyasal katılım eylemleri belirli yasalara bağlıdır. Örneğin silah atında bulunan erler ve belirli suçlardan ceza yatan mahkumlar oy kullanamamaktadır (Dursun, 2013: s. 111).

Siyasal katılımı etkileyen siyasi-hukuki faktörleri Baykal ikiye ayrılmaktadır. Bunlar, bireyle ilgili siyasal faktörler ve çevreyle ilgili siyasal faktörlerdir. Birey ile ilgili faktörlerde siyasal parti, siyasal kişiler ve bir ideoloji bulunmaktadır. Kişiler oy verme davranışında bir partinin, bireyin veya ideolojinin etkisinde kalabilmektedirler. Çevre ile ilgili siyasal değişkenler ise bireyin içinde bulunduğu ve onu çevreleyen grupların varlığıdır. Bu tür gruplar çevredeki siyasal unsurların etkisini taşımakta aracı olurlar (Baykal, 1970: s. 119).

2.2.4.4. Siyasal Katılıma Etki Eden İletişim Faaliyetleri

İletişim bireylerin yaşantılarına devam edebilme, topluma entegre olabilmesi ve ihtiyaçlarını karşılayabilmesi için çok önemli bir kavramdır. Ayrıca siyasal katılım faaliyetlerinde çeşitli iletişim çalışmalarının etkisi görülmektedir (Aktan, 2017: s. 45).

- *Siyasal Reklam ve Siyasal Katılım*

Tüm reklam faaliyetlerinde olduğu gibi amaç bir siyasal aktörün tanıtılmasıdır. Klasik reklamlara kıyasla siyasal reklam kişi veya parti hakkında olumlu imaj yaratmaktadır. Siyasal reklamlar kamuoyunu etkisi altına almada en etkili araçlardandır. Siyasal rekabetin ilk yıllarından beri kullanılmaktadır. 1970 yılında ABD’de seçim kampanyalarında sadece siyasal reklam için harcanan bütçe 12 milyon ABD doları olurken, 2002 yılı başkanlık seçimlerinde reklam faaliyetleri için toplamda 700 milyon dolar para harcanmıştır. Bu veriler siyasal reklamın önemi hakkında bir fikir vermektedir (Lilleker, 2006: s. 121). Siyasal aktörlerin kendilerini ifade etmek için kullandıkları siyasal reklamlar yaygın olarak seçim öncesi ve seçim dönemlerinde kullanılmaktadır. İkna edici iletişim yöntemi olan siyasal reklamlar siyasal aktörlere imaj yaratmak dışında siyasal aktörlerin halka vaatlerini açıklaması için de kullanılmaktadır (Koçer ve Ölçer, 2014: s. 506).

Siyasal reklam sıradan ürün reklamları tekniklerinde geliştirilen özel bir reklam türüdür. Siyasal reklam mesajı kitlelere ulaştırmak için çeşitli kitle iletişim araçlarını kullanan bir iletişim türüdür. Siyasal aktörler mesajın kaynağıdır. Siyasal karar alma sürecinde etkili bir yöntem olan siyasal reklamlar sık sık tekrar edilerek akılda kalıcılığını arttırmaktadır. (Keresteci, 2006: s. 66). Afiş gazete ve el ilanı şeklinde başlayan siyasal reklamların kitlelere kitle iletişim araçlarının gelişimiyle daha da artmıştır. Günümüzde televizyon ve internet büyük kitlelere ulaşmak için önemli bir araç gelmiştir (Akgül ve Şahin, 2018: s. 236). Kitlelere ulaşım kolaylığı sebebiyle siyasal reklam günümüzde en önemli siyasal iletişim faaliyetleri arasında yer almaktadır. Kitlelere ulaşma konusunda geleneksel medyaya kıyasla daha başarılı hale gelen yeni medya araçları siyasal reklamlarda sıklıkla kullanılmaktadır.

Siyasal reklamlar seçim dönemlerinde yoğun olarak kullanılsa dahi seçim dışı dönemlerde de çeşitli kitle iletişim araçları aracılığıyla seçmenlerde siyasal aktörler adına olumlu bir imaj yaratmak veya onları tanıtmak amacıyla kullanılmaktadır. Siyasal aktörlerin siyasal reklamı aday için olumlu bir imaj oluşturma, onu rakiplerinden öne çıkartma, adayı tanıtmaya ve sadakat oluşturma gibi çeşitli amaçlarla kullanılmaktadır (Karlı ve Değirmencioglu, 2011: s. 144).

- *Siyasal Propaganda ve Siyasal Katılım*

Propaganda toplumda bir grubun diğer grupların hal, hareket ve davranışlarını değiştirmek amacıyla ve etkilemek amacıyla bilerek ve isteyerek yaptıkları iletişim faaliyetidir. Propaganda bilinen siyasal iletişim faaliyetlerinin en eski olmasına rağmen günümüzde hala popülerliğini korumaktadır. Siyasal aktörlerin iletişiminde propaganda oldukça önemli bir araçtır. Propaganda mesajın ulaştığı hedef kitlesinde ki herkesi etkisi altına almaz ancak mesaja inanmaya eğilimli olanların dışında propagandanın etki edeceği kişiler bir tartışma konusudur (Lilleker, 2006: ss. 223-226). Propagandada abartı, sözleri çarpıtma, gerçekleri gizleme ve yalan haber yapma gibi yöntemlere başvurulmaktadır. Propaganda kitleleri etkilemek, kendileri hakkında olumlu bir imaj oluşturmak ve rakiplerin imajını karalamak gibi faaliyetler amacıyla kullanılmaktadır (Dursun, 2002: s. 291). Siyasal propaganda iki türlü olarak yapılmaktadır. İlki seçmenlerin eylemlerini etkilemek amacıyla yapılan iletişim faaliyetleridir. İkincisi ise karşı düşüncüyü çürütmeyi hedefleyen iletişim faaliyetleridir. Karşıt düşüncenin güçlü zayıf yönlerini ortaya çıkararak zayıf yönleri üzerinden yapılan iletişim faaliyetleridir. Karşıt görüşleri ve bu görüşlerin savunucularını propaganda faaliyetleriyle birlikte itibarsızlaştırmaya çalışırlar (Kışlalı, 1991: s. 145). Propaganda geçmişe oranla daha ılımlı olarak kullanılmaktadır. Çünkü propagandanın amaçları, araçları, söylemleri ve hedef kitlesi değişmiştir (Damlapınar ve Balcı, 2014: s. 79).

- *Siyasal Pazarlama ve Siyasal Katılım*

Hayatın her alanında varlığını sürdüren pazarlama giderek gelişerek siyaset alanına girmiştir (Yılmaz, vd., 2020: s. 300). Siyasal pazarlama demokrasiyle birlikte ortaya çıkmıştır (Cesur, 2007). Tüketici ve seçmenlerin davranışlarının benzerliği siyasal aktörlerin ve ideojilerinde kolaylıkla pazarlama faaliyetlerine konu olacağı çıkarımını vermiştir. Siyasal pazarlama disiplini bu yolla gelişmiştir (Boyras ve Şen, 2018: s. 863). Siyasal pazarlama kavram olarak ilk kez 1950-1960 yılları arasında Amerika Birleşik Devletleri'nde kullanılmaya başlanmıştır (Keresteci, 2006).

Başlangıçta siyasal reklam olarak algılanmaktaydı ancak siyasal pazarlama halkla ilişkiler, reklam ve çeşitli pazarlama faaliyetlerini kullanarak siyasal bir aktörü

ya da bir ideolojiyi seçmenlere kaliteli bir imaj ile sunmayı amaçlamaktadır (Cesur, 2007: s. 1). Siyasal pazarlama bir adayın seçmenleriyle uyumunu sağlamak, aday seçmen kitlelerine tanımak ve onu diğer adaylardan farklı kılmak sonuç olarak hedef kitlesinin oyunu almak için yapılan teknik ve faaliyetlerin tümü olarak tanımlanabilir (Bongrad 1992 Aktaran Boyraz ve Balım, 2015: s. 348).

Günümüzde siyasi aktörler, parti ve aday kişilerin aşırı farklılıklar barındırmaması ve rekabet ortamında rakiplerinden ayrışabilmek için siyasal pazarlama faaliyetlerine başvururlar (Uztuğ, 2004: s. 23). Siyasal pazarlama siyasal aktörler tarafından düzenlenen tüm pazarlama faaliyetlerini içermektedir. Siyasal pazarlama siyasal aktörlerin bireylerle ilişkilerinin geliştirilmesi ve daha olumlu bir imaj çizmesini amaçlamaktadır. Siyasal pazarlamada siyasal aktörler bir ürün gibi sunulmaktadır. Geri beslemede ise satış seçmenlerin pazarlama faaliyetleri yapılan siyasal aktöre olan talebin çokluğu olarak ölçülmektedir (Lilleker, 2006: s. 207). Siyasal pazarlamanın nihai amacı siyasal pazarda en büyük payı elde ederek iktidara sahip olmaktır. Siyasal pazarlama faaliyetlerinin başarılı bir şekilde gerçekleştiren aktörler seçmenin sevgisini ve desteğini kazanmaktadır (Boyraz ve Balım, 2015: s. 348).

- *Siyasal Halkla İlişkiler ve Siyasal Katılım*

Siyasal halkla ilişkiler, toplumu ikna etmek için tasarlanmış iletişim çalışmalarını siyasal sistemin dışında özgür bir medya aracılığıyla hedef kitlesine ulaştırmaktadır. Halkla ilişkiler araçları temsil ettiği siyasal aktörü imaj oluşturmak, duygusal bir bağ kurmak, oy vermek ve siyasal aktöre olan desteği maksimum seviyeye çıkartmak gibi davranışlara katkı sağlama için yapılmaktadır. Siyasal halkla ilişkiler kimi zaman bir ideoloji dayatması olabilir (Lilleker, 2006: s. 233). Siyasal bir liderin karakteri, kişilik özellikleri ve sosyal yaşantısı bireylerin oy verme davranışında etkili olabilmektedir. Aday hakkında oluşan olumsuz düşünceler adayın kendisini ve siyasal partisini etkilemektedir. Bu nedenle iyi bir imajın oluşturulması önemli bir faktör olmaktadır (Bilbil ve Çelikkol, 2015: s. 247).

Hedef kitlelerin isteklerinin ve ihtiyaçlarının belirlenmesi açısından da halkla ilişkiler yararlı olmaktadır. Seçmenlerin hedef kitle çeşitliliğinden dolayı örneğin gençler ve yaşlıların, beyaz yakalılar ve mavi yakalılar farklı istekleri

bulunmaktadır. Bu isteklerin anlaşılması açısından halkla ilişkiler önemli bir konumdadır. Belirlenen istek ve ihtiyaçlar siyasal aktörlere iletilir. Buna yönelik faaliyetler yapılmaya başlanır veya duyurusu yapılır. İhtiyacının karşılanacağını öğrenen bireyler siyasal katılmaya daha olumlu bakmaktadır (Fidan, 2016: s. 14). Siyasal halkla ilişkilerin diğer faaliyetlere göre daha demokratik olması siyasal alanda popülerliğine katkı sağlamaktadır (Süllü, 2010: s. 216).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. SİYASAL KATILIM VE Z KUŞAĞI

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Z kuşağının siyasal hayata girmesiyle birlikte siyasal gündem yeniden şekillenmektedir. Çoğunluğu ilk kez oy kullanacak olan Z kuşağı kısa sürede politikacıların hedef kitlesi haline gelmiştir. Ayrıca oy potansiyelinin çokluğu araştırma konusu olarak seçilmesinde bir önem arz etmektedir. Bu araştırma yaklaşık olarak 15 milyon oy potansiyeline sahip Z kuşağının internet ve sosyal medya kullanımlarını, siyasal katılım düzeylerini, siyasal katılıma etki eden faktörlerin neler olduğunu, siyasal düşünceleri oluşurken nelerden ve kimlerden etkilendiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırma Z kuşağının siyasal katılımına etki eden demografik özellikler ve sosyal medya araçları gibi faktörlerin etkisini açıklamasından dolayı literatür ve siyasal aktörler için önemli arz etmektedir.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

2020 yılı TÜİK verilerine göre Türkiye’de toplam 83 milyon 614 bin kişi yaşamaktadır. Toplumun ortalama %18’lik kısmını rakamsal olarak 15.050.520 birey Z kuşağını oluşturmaktadır. Araştırmanın evrenini Z kuşağı oluşturmaktadır. Örneklemi ise rasgele örneklem türlerinden kolayda örneklem ile internet üzerinden oluşturulan ankete yanıt veren Z kuşağına dahil 386 kişi tarafından oluşturmaktadır. Araştırmada Z kuşağını 2000 yılı sonrası doğmuş bireylerden oluşturmaktadır.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anket soruları dört bölüme ayrılmıştır. Bunlar; demografik özellikler, internet ve sosyal medya kullanımları, siyasal katılım ve siyasal katılım faktörlerinden oluşmaktadır. Ankette toplamda 38 soru bulunmaktadır. 17. Sorudan itibaren 5'likert ölçeği kullanılmıştır. Siyasal katılım ve siyasal katılım faktörleri likert ölçeğine göre hazırlanmıştır. Siyasal katılım ve siyasal katılım faktörlerine Cronbach's Alpha güvenilirlik testi uygulanmıştır.

Siyasal katılım düzeylerinin incelenmesinde kullanılacak 3 başlık bulunmaktadır. Bu başlıklar İzleyici faaliyetler, Geçiş faaliyetleri ve Gladyatör faaliyetler olarak adlandırılmaktadır. İzleyici faaliyetler en basit siyasal katılım türü olarak adlandırılmaktadır. Geçiş faaliyetleri, İzleyici faaliyetler ve Gladyatör faaliyetler arasında bir köprü görevi görmektedir. Siyasal katılım faaliyetlerinin yoğunluğu burada artmaktadır. Son olarak en fazla enerji ve zaman isteyen siyasal katılım faaliyeti gladyatör faaliyetlerdir. Z kuşağının siyasal katılım düzeylerinin incelenmesi için temeli oluşturan siyasal katılım düzeyleri Tablo 3.1'de yer almaktadır.

Tablo 3. 1. Siyasal Katılım Düzeyleri ve İlgili Davranışlar

İzleyici Faaliyetler	Oy kullanmak Siyasete ilgi duymak Siyasi tartışmalara katılmak Siyasal uyarılara açık olmak Siyasal partinin rozetini takmak Siyasi bir partiye destek için insanları ikna etmek
Geçiş Faaliyetleri	Mitinglere katılmak Parti toplantılarına katılmak Siyasal liderlerle temasta bulunmak Eylem ve protesto faaliyetlerine katılmak Siyasi parti veya adaya maddi yardımda bulunmak
Gladyatör Faaliyetler	Siyasi parti üyesi olmak Siyasi bir mevki için aday olmak Siyasi parti için maddi yardım toplamak Siyasi bir partinin saha çalışmalarında görev almak

Kaynak: Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

Siyasal katılımın en kolay faaliyetleri oy kullanmak, siyasete ilgi duymak, siyasi tartışmalara katılmak, siyasi uyarılara açık olmak, siyasi partinin rozetini takmak ve bir siyasi partiye destek vermeleri için insanları ikna etmek olarak belirlenmiştir. Orta dereceli zorluğa sahip davranışlar ise mitinglere katılmak, parti toplantılarına katılmak, siyasi liderlerle temasta bulunmak, eylem ve protesto faaliyetlerine katılmak ve siyasi parti veya adaya maddi yardımda bulunmak olarak belirlenmiştir. Son olarak en yoğun ve en zor siyasi katılım faaliyetleri ise siyasi parti üyesi olmak, siyasi bir mevki için aday olmak, siyasi parti için maddi yardım toplamak ve siyasi bir partinin saha çalışmalarında görev almak olarak belirlenmiştir.

Cronbach's Alpha güvenilirlik testinde, testin her maddesinin diğer maddelerle olan ilişkisi bir katsayı ile hesaplanmaktadır (Balcı, 2004: s. 102). Cronbach's Alpha genellikle 5-7-9'lu likert ölçeklerinde kullanılması uygun olarak görülen bir güvenilirlik türüdür. Analiz sonuçlarının 0,70'den yüksek çıkması ölçeğin güvenilir olduğunu belirtmektedir. 0,80 üstü çıkan sonuçlar yüksek güvenilirlik vermektedir (Salı, 2012: s. 155).

Siyasal katılım sorularına uygulanan Cronbach's Alpha güvenilirlik analizi sonucu 0,757 olarak çıkmaktadır. Bu başlık altında toplamda 13 adet sorunun dokuz adet soru likert ölçeğine göre hazırlanmıştır. Dört adet soru ise evet / hayır seçenekleriyle sorulmuştur. Sorular katılımcıların siyasi katılım düzeylerini ölçmek için hazırlanmıştır.

Siyasal katılım faktörlerin sorularına uygulanan Cronbach's Alpha güvenilirlik analizi sonucu 0,813 olarak çıkmaktadır. Bu başlık altında toplamda 13 soru bulunmaktadır. Soruları katılımcıların siyasi katılımlarına etki eden faktörleri derecelendirmek için oluşturulmuştur.

Verilerin analizinde kullanılacak testlerin belirlenmesi için veri dağılımlarının parametrik veya non-parametrik durumları incelenmiştir. Siyasi katılım sorunlarına uygulanan normallik analizinde Kolmogorov- Smirnov testinin sonucu 0,00 çıkmıştır. 0,05 üstü sonuçlar normal dağılım olarak kabul edilmektedir. Ancak normalliği öğrenmek için birden fazla yöntem bulunmaktadır. Verilerin histogram grafikleri incelenmiştir. Ortalama değeri 1,97 olan histogram grafiği normal dağılıma yakın bir dağılım göstermektedir. Histogram grafiğinde verilerin büyük bir kısmının ortalamanın

etrafında bulunması, eşit olarak sağ ve sol tarafa dağılacak şekilde ortalanması normal dağılımı göstermektedir (Salı, 2012: s. 172).

Verilerin parametrik veya non-parametrik dağılımlarının kesinleşmesi için basıklık çarpıklık durumları incelenmiştir. Siyasal katılım veri setinin basıklık değeri -,212 çarpıklık değeri ,522 çıkmıştır. Veri analiz programlarının birçoğu basıklık ve çarpıklık değerlerini hesaplamaktadır. Mükemmel bir normal dağılımdan söz edebilmek için basıklık ve çarpıklık değerlerinin 0,00 olarak çıkması gerekmektedir. Ancak basıklık ve çarpıklık değerlerinin +1 ile -1 arasında değerler alması verilerin normal dağılımını göstermektedir (Salı, 2012: s. 173). Bu analizler siyasal katılım faktörleri sorularına da uygulanmıştır. Veri setinin basıklık ve çarpıklık değerleri ,238 ve -,687 çıkmıştır. Buna göre siyasal katılım faktörlerinin normal dağılıma sahip olduğu söylenebilir. Leneve testi sonucu 1,18 çıkmıştır. 0,05 üstü sonuçlarda verilen homojen olarak dağıldığı söylenmektedir.

Araştırmada normal dağılım şartları kabul edildiği için normal dağılıma uygun parametrik testler analiz için kullanılacaktır. Bu analizler T testi ve Anova testidir. Ayrıca Anova testinde anlamlılık bulunması durumunda Post Hoc testlere başvurulmaktadır. Post Hoc testlerden araştırmamız için en uygun olanı Gabriel test olarak belirlenmiştir. Verilerin homojen dağıldığı ancak örneklem eşitsizliklerinin bulunduğu durumlarda kullanılan (Kayri, 2009: s. 56) Gabriel test araştırmada kullanılacaktır.

3.4. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın ana hipotezi Z kuşağının siyasal katılım faaliyetlerine ilgisi düşüktür olarak belirlenmiştir. Bu hipoteze yardımcı hipotezler olarak:

H₁ Z kuşağı siyasal katılım düzeylerinde izleyici faaliyetlere ilgi göstermektedir.

H₂ Z kuşağı siyasal katılım düzeylerinde geçiş faaliyetlerine ilgi göstermektedir.

H₃ Z kuşağı siyasal katılım düzeylerinde gladyatör faaliyetlere ilgi göstermektedir.

H₄ Z kuşağının siyasal katılımında demografik özellikler ve siyasal katılım arasında bir ilişki vardır.

H₅ Z kuşağının kullandıkları sosyal medya araçları ve siyasal katılımı arasında bir ilişki vardır.

H₆ Z kuşağı bir siyasal partiye destek vermesinde en önemli faktör parti adaylarıdır.

H₇ Z kuşağı siyasi bir adaya destek vermesinde en önemli faktör adayın projeleridir.

3.5. Araştırmanın Bulguları

Araştırmanın bulguları başlığında katılımcıların demografik özellikleri, internet ve sosyal medya kullanımları, siyasal katılımı ve siyasal katılım faktörleri alt boyutlarında analiz edilmiştir

3.5.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Ankete katılım sağlayan 386 katılımcının demografik özelliklerini içeren sorularla katılımcılara cinsiyet, eğitim düzeyi, gelir düzeyi, meslek ve medeni durumlarına ilişkin sorular sorulmuştur.

Tablo 3.2’de katılımcıların cinsiyete göre dağılımları yer almaktadır.

Tablo 3. 2. Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Erkek	171	44,3	44,3	44,3
Kadın	211	54,7	54,7	99,0
Diğer	4	1,0	1,0	100,0
Toplam	386	100,0	100,0	

Tablo 3.2’de katılımcıların %44,3’ünün erkek, 54,7’sinin kadın, %1’lik bir kısmın ise diğer şıkkını işaretlediği görülmektedir. Toplamda 171 erkek katılımcı, 211 kadın katılımcı ve 4 adet diğeri işaretleyen birey bulunmaktadır. Cinsiyet dağılımları hakkında bir eşitlik söz konusu olmamaktadır. Tablo 3.3’de katılımcıların eğitim düzeyi yer almaktadır.

Tablo 3. 3. Katılımcıların Eğitim Düzeyi

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
İlköğretim	-	-	-	-
Lise	79	20,5	20,5	20,5
Ön Lisans	81	21,0	21,0	41,5
Lisans	226	58,5	58,5	100,0
Lisansüstü	-	-	--	-
Toplam	386	100	100	

Tablo 3.3’de katılımcıların %20,5’i lise, %21’i ön lisans %58,5’i lisans düzeyinde eğitim almıştır veya almaktadır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunu lisans düzeyinde eğitim gören kişiler oluşturmaktadır. Ayrıca lisansüstü düzeyde Z kuşağı mensubu bireyler bulunmamaktadır. Tablo 3.4’te katılımcıların gelir düzeyi yer almaktadır.

Tablo 3. 4. Katılımcıların Gelir Düzeyi

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
1500 TL ve Altı	237	61,4	61,4	61,4
1501-3500 TL	84	21,8	21,8	83,2
3501-6000 TL	55	14,2	14,2	97,4
6001 TL ve Üstü	10	2,6	2,6	100,0
Toplam	386	100,0	100,0	

Tablo 3.4'te katılımcıların gelir düzeyleri incelendiğinde, 1500 TL ve altı gelire sahip katılımcılar çalışmanın %61,4'lük bir kısmını oluşturmaktadır. 1501-3500 TL arası gelire sahip katılımcıların oranı %21,8 olurken, 3501-6000 TL arası gelire sahip katılımcı oranı %14,2 olmaktadır. Son olarak 6001 TL ve üstü gelire sahip katılımcıların oranı %2,6'dır. Tablo 3.5'de meslek dağılımları yer almaktadır.

Tablo 3. 5. Katılımcıların Meslekleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
İşsiz	23	6,0	6,0	6,0
Öğrenci	249	64,5	64,5	70,5
İşçi	15	3,9	3,9	74,4
Esnaf	14	3,6	3,6	78,0
Diğer...	85	22,0	22,0	100,0
Toplam	386	100,0	100,0	

Tablo 3.5'de katılımcıların %64,5'lik kısmını öğrenciler oluşturmaktadır. Katılımcıların %22'si diğer meslek gruplarına mensuptur. Katılımcıların %6'lık kısmı işsiz, %3,9' işçi, %3,6 esnafdır. Tablo 3.6'da katılımcıların medeni durumları yer almaktadır.

Tablo 3. 6. Katılımcıların Medeni Durumları

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Bekar	384	99,5	99,5	99,5
Evli	2	0,5	0,5	100,0
Toplam	386	100,0	100,0	

Tablo 3.6'da katılımcıların %99,5'lik kısmı bekadır. %0,5'lik kısmı ise evlidir.

3.5.2. Katılımcıların İnternet ve Sosyal Medya Kullanımları

Ankete katılım sağlayan 386 katılımcının internet ve sosyal medya kullanımlarını içeren veriler, katılımcıların günlük internet kullanım süreleri, internet kullanım amaçları ve en sık kullandıkları sosyal medya aracına ilişkin sorular sorulmuştur.

Tablo 3.7’de katılımcıların internet kullanım süreleri yer almaktadır.

Tablo 3. 7. Katılımcıların İnternet Kullanım Süreleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
1 Saatten Az	7	1,8	1,8	1,8
1-3 Saat	91	23,6	23,6	25,4
4-6 Saat	132	34,2	34,2	59,6
6 Saatten Fazla	156	40,4	40,4	100,0
Toplam	386	100,0	100,0	

Tablo 3.7’de katılımcıların %40,4’ü günlük 6 saatten fazla internet kullanmaktadır. %34,2’si 4-6 saat, %23,6’sı 1-3 saat internet kullanmaktadır. En az kullanımda ise katılımcıların %1,8’ile günlük olarak bir saatten az internet kullanmaktadır. Tablo 3.8’de katılımcıların internet kullanım amaçları yer almaktadır.

Tablo 3. 8. Katılımcıların İnternet Kullanım Amaçları

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Gündemi/ Haberleri Takip Etmek	68	17,6	17,6	17,6
Eğlenmek/ Sosyalleşmek	195	50,5	50,5	68,1
Bilgi Edinmek/ Eğitim Amacıyla Kullanmak	123	31,9	31,9	100,0

Toplam	386	100,0	100,0	
--------	-----	-------	-------	--

Tablo 3.8’de katılımcıların %50,3’lük kısmı interneti eğlenmek ve sosyalleşmek amaçlı kullanmaktadır. %31,9’luk kısım interneti bilgi edinmek ve eğitim amacıyla kullanmaktadır. En düşük kullanım amacı ise %17,6 ile gündemi ve haberleri takip etmektir. Tablo 3.9’da katılımcıların en sık kullandıkları sosyal medya araçları yer almaktadır.

Tablo 3. 9. Katılımcıların En Sık Kullandıkları Sosyal Medya Araçları

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Facebook	15	3,9	3,9	3,9
Twitter	49	12,7	12,7	16,6
Instagram	219	56,7	56,7	73,3
Youtube	42	10,9	10,9	84,2
WhatsApp	58	15,0	15,0	99,2
LinkedIn	2	,5	,5	99,7
Diğer	1	,3	,3	100,0
Total	386	100,0	100,0	

Tablo 3.9’da katılımcıların %56,7’si Instagram, %15’i WhatsApp, %12,7’si Twitter, %10,9’u Youtube, %3,9’u Facebook, %0,5’i LinkedIn son olarak %0,3’ü diğer sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

3.5.3. Katılımcıların Siyasal Katılım Düzeyleri

Ankete katılım sağlayan 386 katılımcının cinsiyet, eğitim durumu, gelir düzeyi gibi değişkenlerin siyasal katılımlarına sık kullandıkları sosyal medya araçlarının siyasal katılımlarına etkisi analiz edilmiştir.

Tablo 3.10’da katılımcıların siyasal katılım düzeyleri yer almaktadır.

Tablo 3. 10. Katılımcıların Siyasal Katılım Düzeyleri

	Siyasal Katılım	Gladyatör Faaliyetler	Geçiş Faaliyetleri	İzleyici Faaliyetler
Ortalama	1,82	1,27	1,64	2,44
N	386	386	386	386
Standart Sapma	,434	,387	,485	,670
T Testi	-	-27,442	-7,110	18,163
P Değeri	-	,000	,000	,000

Tablo 3.10’da katılımcıların siyasal katılıma ilgisinin düşük olduğu görülmektedir. Ölçeğin ortalama siyasal katılım sonuçlarına göre siyasal katılım düzeylerinin incelenmesi için, %95 güven aralığında 5 üzerinden yapılan değerlendirmede 1,8209 değeri ortalama olarak kabul edilmektedir. Buna göre siyasal katılım düzeylerine yapılan tek örneklem T testi sonucunda, katılımcıların gladyatör faaliyetlere, geçiş faaliyetlerine ve izleyici faaliyetlere katılımı düşük bir ortalamaya sahiptir. İzleyici faaliyetlere katılım ortalamaya yakın olarak görülmektedir. Geçiş faaliyetleri ve gladyatör faaliyetler en düşük ortalamaya sahiptir. T testi sonucunda ortalama üzerinde bir anlamlılık bulunmamaktadır. Z kuşağına ait en yoğun siyasal katılımlar sırasıyla izleyici faaliyetler, geçiş faaliyetleri ve gladyatör faaliyetlere olmaktadır. Buna göre H₁ Z kuşağı siyasal katılım düzeylerinde izleyici faaliyetlere ilgi göstermektedir hipotezi kabul edilmiştir. H₂ Z kuşağı siyasal katılım düzeylerinde geçiş faaliyetlerine ilgi göstermektedir hipotezi reddedilmiştir. H₃ Z kuşağı siyasal katılım düzeylerinde gladyatör faaliyetlere ilgi göstermektedir hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3.11’de cinsiyet ve siyasal katılım arasındaki ilişkiyi gösteren Anova testi yer almaktadır.

Tablo 3. 11. Cinsiyet ve Siyasal Katılım

	Erkek	Kadın	Diğer
Ortalama	1,9474	1,8079	1,8846
N	171	211	4
Standart Sapma	,530	,436	,389
Anova Testi	P değeri 0,015		
Gabriel	Erkek	Kadın	Diğer
Erkek	-	0,012	0,983
Kadın	0,012	-	0,968
Diğer	0,983	0,968	-

Tablo 3.11’de yapılan Anova testi sonucunda P değeri 0,05’ten düşük çıkmıştır. Cinsiyet ve siyasal katılım arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Bu anlamlı farkın hangi seçenekler arasında olduğunu belirlemek için Post Hoc testlere başvurulmuştur. Gabriel testi uygulanmıştır. Gabriel testi sonucunda kadın ile erkek arasında siyasal katılım yönünden anlamlı farklılık $P < 0,05$ bulunmuştur.

Tablo 3.12’de katılımcıların cinsiyet ve siyasal katılım faaliyetleri arasındaki ilişkiyi gösteren Anova testine yer verilmiştir.

Tablo 3. 12. Cinsiyet ve Siyasal Katılım Faaliyetleri

		N	Ortalama	Standart Sapma	Anova testi
İzleyici Faaliyetler	Erkek	171	2,53	,963	0,041
	Kadın	211	2,36	,642	
	Diğer	4	2,50	,739	
Geçiş Faaliyetleri	Erkek	171	1,70	,542	0,035
	Kadın	211	1,58	,430	
	Diğer	4	1,87	,322	
Gladyatör Faaliyetler	Erkek	171	1,33	,412	0,049
	Kadın	211	1,23	,364	

	Diğer	4	1,16	,192	
Gabriel		Erkek	Kadın	Diğer	
İzleyici Faaliyetler	Erkek	-	0,034	0,999	
	Kadın	0,034	-	0,939	
	Diğer	0,999	0,939	-	
Geçiş Faaliyetleri	Erkek	-	0,047	0,783	
	Kadın	0,047	-	0,365	
	Diğer	0,783	0,365	-	
Gladyatör Faaliyetler	Erkek	-	0,051	0,641	
	Kadın	0,051	-	0,954	
	Diğer	0,641	0,954	-	

Tablo 3.12’de yapılan Anova testi sonucunda cinsiyet ve izleyici faaliyetler geçiş faaliyetleri ve gladyatör faaliyetler arasında bir anlamlılık bulunmuştur. Bu anlamlılığın hangi gruplar arasında olduğunu bulmak için Post Hoc testlere başvurulmuştur. Gabriel testi uygulanmıştır. Gabriel testi sonucunda erkek katılımcılar kadın katılımcılara oranla siyasal katılımında izleyici faaliyetlere, geçiş faaliyetlerine ve gladyatör faaliyetlere daha yoğun ilgi göstermektedir.

Tablo 3.13’de katılımcıların eğitim durumu ve siyasal katılımları arasındaki ilişkiyi gösteren Anova testine yer verilmiştir.

Tablo 3. 13. Eğitim Durumu ve Siyasal Katılım

	Lise	Ön Lisans	Lisans
Ortalama	1,96	1,91	1,82
N	79	81	226
Standart Sapma	,563	,480	,426
Anova Testi	P değeri 0,059		

Tablo 3.13’de yapılan Anova testi sonucunda P değeri 0,05’ten büyük çıkmıştır. Eğitim durumu ve siyasal katılım arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 3.14'te katılımcıların eğitim durumu ve siyasal katılım faaliyetleri arasındaki ilişkiyi gösteren Anova testine yer verilmiştir

Tablo 3. 14. Eğitim Durumu ve Siyasal Katılım Faaliyetleri

		N	Ortalama	Standart Sapma	Anova testi
İzleyici Faaliyetler	Lise	79	2,50	,803	0,587
	Ön Lisans	81	2,44	,604	
	Lisans	226	2,41	,642	
Geçiş Faaliyetleri	Lise	79	1,63	,478	0,208
	Ön Lisans	81	1,67	,523	
	Lisans	226	1,63	,476	
Gladyatör Faaliyetler	Lise	79	1,40	,477	0,005
	Ön Lisans	81	1,35	,435	
	Lisans	226	1,20	,311	
Gabriel		Lise	Ön Lisans	Lisans	
İzleyici Faaliyetler	Lise	-	0,915	0,638	
	Ön Lisans	0,915	-	0,981	
	Lisans	0,638	0,981	-	
Geçiş Faaliyetleri	Lise	-	0,232	0,825	
	Ön Lisans	0,232	-	0,411	
	Lisans	0,825	0,411	-	
Gladyatör Faaliyetler	Lise	-	0,388	0,003	
	Ön Lisans	0,388	-	0,329	
	Lisans	0,003	0,329	-	

3.14'te yapılan Anova testi sonucunda eğitim durumu ve gladyatör faaliyetler arasında bir anlamlılık bulunmaktadır. Bu anlamlılığın hangi gruplar arasında olduğunun belirlenmesi için Post Hoc testlerden Gabriel testi uygulanmıştır. Sonuçlara göre lise düzeyinde eğitim gören bireylerin lisans düzeyinde eğitim gören bireylere oranla siyasal katılımında gladyatör faaliyetlere ilgisi daha yoğundur. Diğer katılım faaliyetleri ve eğitim durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Tablo 3.15'de katılımcıların gelir düzeyi ve siyasal katılımları arasındaki ilişkiyi gösteren Anova testi yer almaktadır.

Tablo 3. 15. Gelir Düzeyi ve Siyasal Katılım

	1500 TL ve Altı	1501-3500 TL	3501-6000 TL	6001 TL ve Üstü
Ortalama	1,83	2,00	1,83	1,88
N	237	84	55	10
Standart Sapma	,451	,502	,484	,437
Anova Testi	P değeri 0,033			
Gabriel	1500 TL ve Altı	1501-3500 TL	3501-6000 TL	6001 TL ve Üstü
1500 TL ve Altı	-	0,016	1,000	0,999
1501-3500 TL	0,016	-	0,218	0,952
3501-6000 TL	1,000	0,218	-	1,000
6001 TL ve Üstü	0,999	0,952	1,000	-

Tablo 3.15’de yapılan Anova testi sonucunda P değeri 0,05’ten küçük çıkmıştır. Gelir düzeyi ve siyasal katılım arasında anlamlılık bir farklılık bulunmaktadır. Bu anlamlı farkın hangi seçenekler arasında olduğunu belirlemek için Post Hoc testlere başvurulmuştur. Gabriel testi sonucunda 1500 TL ve altı gelir düzeyine sahip olan bireyler ile 1501-3500 TL gelir düzeyine sahip bireyler arasında anlamlılık olduğu görülmektedir.

Tablo 3.16’da katılımcıların gelir düzeyi ve siyasal katılım faaliyetleri arasındaki ilişkiyi gösteren Anova testi yer almaktadır.

Tablo 3. 16. Gelir Düzeyi ve Siyasal Katılım Faaliyetleri

		N	Ortalama	Standart Sapma	Anova testi
İzleyici Faaliyetler	1500 TL ve Altı	237	2,39	,625	0,056
	1501-3500 TL	84	2,61	,693	
	3501-6000 TL	55	2,39	,794	
	6001 TL ve Üstü	10	2,32	,575	
Geçiş Faaliyetleri	1500 TL ve Altı	237	1,61	,469	0,248
	1501-3500 TL	84	1,73	,524	

	3501-6000 TL	55	1,64	,465	
	6001 TL ve Üstü	10	1,70	,621	
Gladyatör Faaliyetler	1500 TL ve Altı	237	1,25	,378	0,129
	1501-3500 TL	84	1,34	,400	
	3501-6000 TL	55	1,27	,390	
	6001 TL ve Üstü	10	1,43	,417	

Tablo 3.16’da yapılan Anova testi sonucunda gelir düzeyi ve siyasal katılım faaliyetleri arasında bir anlamlılık bulunmaktadır.

Tablo 3.17’de katılımcıların meslek ve siyasal katılımları arasındaki ilişkiyi gösteren Anova testi yer almaktadır.

Tablo 3. 17. Meslek ve Siyasal Katılım

	İşsiz	Öğrenci	İşçi	Esnaf	Diğer
Ortalama	2,08	1,83	1,87	2,01	1,88
N	23	249	15	14	85
Standart Sapma	,452	,455	,526	,492	,497
Anova Testi	P değeri 0,110				

Tablo 3.17’de yapılan Anova testi sonucunda P değeri 0,05’ten büyük çıkmıştır. Meslek ve siyasal katılım arasın anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Tablo 3.18’de katılımcıların meslek ve siyasal katılım faaliyetleri arasındaki ilişkiyi gösteren Anova testi yer almaktadır

Tablo 3. 18. Meslek ve Siyasal Katılım Faaliyetleri

		N	Ortalama	Standart Sapma	Anova testi
İzleyici Faaliyetler	İşsiz	23	2,65	,575	0,206
	Öğrenci	249	2,40	,657	
	İşçi	15	2,34	,686	
	Esnaf	14	2,71	,806	
	Diğer...	85	2,46	,695	

Geçiş Faaliyetleri	İşsiz	23	1,89	,553	0,166
	Öğrenci	249	1,62	,461	
	İşçi	15	1,60	,524	
	Esnaf	14	1,67	,464	
	Diğer...	85	1,62	,525	
Gladatör Faaliyetler	İşsiz	23	1,31	,340	0,615
	Öğrenci	249	1,26	,395	
	İşçi	15	1,26	,382	
	Esnaf	14	1,40	,373	
	Diğer...	85	1,30	,382	

Tablo 3.18’de yapılan Anova testi sonucunda meslek ve siyasal katılım faaliyetleri arasında bir anlamlılık bulunmaktadır. Buna göre H₄ Z kuşağının siyasal katılımında demografik özellikler ve siyasal katılım arasında bir ilişki vardır hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3.19’da sık kullanılan sosyal medya aracının siyasal katılıma olan etkisini gösteren Anova testi yer almaktadır.

Tablo 3. 19. Sosyal Medya Araçları ve Siyasal Katılım

	Facebook	Twitter	Instagram	Youtube	WhatsApp
Ortalama	2,33	1,86	1,85	1,85	1,78
N	15	49	219	42	58
Standart Sapma	,436	,462	,451	,499	,475
Anova Testi	P değeri 0,000				
Gabriel	Facebook	Twitter	Instagram	Youtube	WhatsApp
Facebook	-	0,001	0,000	0,002	0,000
Twitter	0,001	-	1,000	1,000	0,993
Instagram	0,000	1,000	-	1,000	0,947
Youtube	0,002	1,000	1,000	-	0,996
WhatsApp	0,000	0,993	0,947	0,996	-

Tablo 3.19’da yapılan Anova testi sonucunda P değeri 0,05’ten küçük çıkmıştır. Sık kullanılan sosyal medya aracı ile siyasal katılım arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Katılımcıların LinkedIn ve diğer seçenekleri analiz dışarısında bırakılmıştır. Çünkü Anova testi yapabilmek için her kategoride minimum 3 katılımcı bulunmaktadır. Bu anlamlı farkın hangi seçenekler arasında olduğunu belirlemek için Post Hoc testlere başvurulmuştur. Yapılan Gabriel testi sonucunda Facebook kullanıcılarının diğer sosyal medya kullanıcılarına oranla siyasal katılıma ilgisi daha yüksektir. Buna göre H₃ Z kuşağının kullandıkları sosyal medya araçları ve siyasal katılımı arasında bir ilişki vardır hipotezi kabul edilmiştir.

3.5.4. Katılımcıların Siyasal Katılımlarına Etki Eden Faktörler

Ankete katılım sağlayan 386 katılımcının siyasal katılımlarına etki eden faktörler analiz edilmiştir. Bir partiyi ve adayı desteklerken hangi faktörlerin etkili olduğu incelenmiştir.

Tablo 3.20’de katılımcıların siyasal bir partiye destek verirken en çok etkilendikleri faktörler yer almaktadır.

Tablo 3. 20. Z Kuşağının Siyasi Partiye Destek Vermesinde Etkili Olan Faktörler

	Ortalama	N	Standart Sapma	T Testi	P değeri
Partinin Politikaları	4,28	386	,959	16,069	0,000
Partinin Geçmiş Başarıları	4,13	386	1,052	11,945	0,000
Partinin Adayları	3,90	386	1,196	6,634	0,000
Partinin Geçmişte Yaptığı Hatalar	3,89	386	1,202	6,516	0,000

Partinin İdeolojisi	3,70	386	1,346	2,986	0,000
Partinin Genel Başkanı	3,58	386	1,312	1,279	0,202
Partinin Kurucuları	3,44	386	1,353	-,790	0,430
Partinin Mitingleri	2,20	386	1,283	-19,868	0,003

Tablo 3.20’de yapılan tek yönlü T testinde ortalama değer 3,50 olarak belirlenmiştir. Test ortalama 3,50 değerine göre gerçekleştirilmiştir. Test sonucunda Z kuşağının siyasal bir partiye destek verirken en çok etkilendiği faktör partinin politikaları olarak belirlenmiştir. Sonrasında partinin geçmişteki başarıları etkili olmaktadır. Üçüncü olarak partinin adaylarından etkilenmektedir. Partinin geçmişte yaptığı hatalar ve partinin ideolojisi de siyasi bir partiyi desteklemekte etkili olan faktörlerdendir. Partinin mitingleri en düşük değere sahiptir. Siyasi bir partiyi desteklemekte en düşük değere sahip olan faktörler sırasıyla partinin mitingleri, partinin kurucuları ve partinin genel başkanı olarak belirlenmiştir. Buna göre H₆ Z kuşağı bir siyasal partiye destek vermesinde en önemli faktör parti adaylarıdır hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3.21’de katılımcıların bir siyasi adayı desteklerken en çok etkilendikleri faktörler yer almaktadır.

Tablo 3. 21. Z Kuşağının Siyasi Adaya Destek Vermesinde Etkili Olan Faktörler

	Ortalama	N	Standart Sapma	T Testi	P değeri
Adayın Çevresiyle Olan İlişkileri	4,5518	386	,88595	24,169	0,000
Adayın Projeleri	4,4715	386	,85503	21,544	0,000
Adayın Eğitimi	3,8601	386	1,21082	5,843	0,000
Adayın Kariyeri	3,8549	386	1,20806	5,772	0,000

Adayın Cinsiyeti	1,6917	386	1,10760	-32,076	0,000
------------------	--------	-----	---------	---------	--------------

Tablo 3.21’de yapılan tek yönlü T testiden ortalama değer 3,50 olarak belirlenmiştir. Test sonucuna göre Z kuşağı bir siyasi adaya oy verirken en çok adayın çevresiyle olan ilişkisinden etkilenmektedir. İkinci olarak adayın projeleri önemli konumdadır. Ardından adayın eğitimi ve kariyeri gelmektedir. Adayın cinsiyeti ise Z kuşağının bir adayı desteklemesinde etkili olan faktörlerde en düşük değere sahiptir. Buna göre H₇ Z kuşağı siyasi bir adaya destek vermesinde en önemli faktör adayın projeleridir hipotezi reddedilmiştir.

3.6. Bulguların Değerlendirilmesi

Z kuşağı genel olarak düşük siyasal katılım düzeyine sahiptir. Ayrıca siyasal katılım düzeylerine de ilgisi düşüktür. En yoğun enerji ve zamanı harcayan gladyatör faaliyetlere ilgisi 5 üzerinden ortalama 1,27 çıkmıştır oldukça düşük bir orandır. Buna göre Z kuşağının siyasal katılımında gladyatör faaliyetlere ilgisi düşüktür. Bir diğer katılım düzeyi olan geçiş faaliyetleri gladyatör faaliyetlere göre daha az zaman ve enerji istemektedir. Ancak Z kuşağının bu faaliyetlere olan ilgisi de 1,64 ortalama ile düşük bir düzeye sahiptir. Siyasal katılımın en temel ve en kolay faaliyetlerini içeren izleyici faaliyetler 2,44 ortalaması ile ortalama düzeye yakın bir ilgi görmektedir. Z kuşağının siyasal katılımında yüksek katılımdan söz edilemez düşük bir katılım söz konusudur. Z kuşağının siyasal katılım faaliyetlerine ilgisi düşüktür ve düşük bir siyasal katılım göstermektedir.

Cinsiyet ve siyasal katılım arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu ilişkiye göre erkekler kadınlara oranla siyasal katılım faaliyetlerine daha fazla ilgi göstermektedir. Bunun nedeni tahmin edilememektedir. Dünyanın en gelişmiş ülkelerinde mecliste kadınların oranı %20’lerde olurken, geri kalmış ülkelerde bu oranın %50’lere çıktığı görülmektedir. Cinsiyet ve siyasal katılımında eşit haklara ve imkanlara sahip olmasına rağmen, kadınların siyasete olan ilgileri erkeklere oranla düşüktür.

Cinsiyet ve siyasal katılım faaliyetleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu ilişki, erkek katılımcıların kadın katılımcılara oranla izleyici faaliyetlere, geçiş faaliyetlerine ve gladyatör faaliyetlere daha yoğun ilgi gösterdiğini ortaya çıkarmıştır. Erkeklerin siyasal katılımın tüm aşamalarına kadınlara oranla daha yoğun ilgi gösterdiği görülmektedir. Baykal'ın araştırması sonucunda kadınların erkeklerden daha geç siyasal yaşama katılmasından dolayı siyasal katılıma erkekler kadar yoğun ilgi göstermediği savunulmaktadır.

Eğitim durumu ve siyasal katılım arasında bir anlamlılık bulunamamıştır. Bunun nedeni Levickaite'in de dediği gibi Z kuşağının şimdiye kadar ki en iyi eğitimi almış kuşak olmasından kaynaklanmaktadır. Örneklemimizde ilköğretim mezunu katılımcı bulunmamaktadır. Çünkü ülkemizde Z kuşağı 12 yıllık zorunlu eğitim alarak üniversiteye kadar eğitim görmektedir. Lisansüstü seviyede katılımcı olmamasının sebebi ise Z kuşağının yaş durumudur.

Eğitim durumu ve siyasal katılım faaliyetleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu ilişki lise düzeyinde eğitim gören bireylerin, lisans düzeyinde eğitim gören bireylere oranla siyasal katılım faaliyetlerinden gladyatör faaliyetlere daha fazla ilgi gösterdiğini ortaya çıkarmıştır. Bu sonuç eğitim düzeyi artınca siyasal katılım artar ve eğitim düzeyinin yükselmesiyle siyasal faaliyetlere katılımın artacağı düşüncesine ters bir anlamlılık ifade etmektedir.

Gelir düzeyi ve siyasal katılım arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu ilişkiye göre 1501-3500 TL arasında aylık geliri olan bireylerin siyasal katılıma olan ilgileri 1500 TL ve altında gelire sahip olan bireylere göre daha fazladır. Siyasal katılım yoğunluğunun 1501-3500 TL arasında olduğu görülmektedir. Diğer gelir düzeyleri arasında bir anlamlılık bulunamamıştır. Bunun nedeni katılımcıların birçoğu iş hayatına atılmamış düzenli geliri olmayan öğrenci bireylerden oluşmasıdır. Ayrıca gelir düzeyi ve siyasal katılım faaliyetleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Meslek ve siyasal katılım arasında bir anlamlılık bulunamamıştır. Katılımcıların meslek grupları ile siyasal katılım düzeyleri arasında yapılan Anova testi sonucunda siyasal katılım ve meslek arasında bir farklılık bulunamamıştır. Ayrıca meslek ve siyasal katılım faaliyetleri arasında da bir anlamlılık

bulunmamıştır. Medeni durum hakkında bir analiz yapılmamıştır bunun nedeni ise bekar 384 kişiye karşılık gelen 2 evli katılımcı bulunmaktadır. Anova testi için oluşturulan her bir kategoride minimum 3 katılımcı bulundurma zorunluluğu vardır.

Sık kullanılan sosyal medya araçları ve siyasal katılım arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu anlamlı farklılığa göre Facebook kullanan kullanıcıların siyasal katılıma olan ilgisi Twitter, Instagram, WhatsApp ve Youtube kullanıcılarına oranla daha fazladır. Kullanılan sosyal medya araçları siyasal katılıma etki etmektedir.

Z kuşağının siyasal bir partiye destek verirken en çok etkilendiği faktör partinin politikaları olmuştur. Ardından partinin geçmişte ki başarılı faaliyetleri gelmektedir. Bir siyasal partiyi desteklemekte seçime aday olan bireylerin etkisi üçüncü sırada yer almaktadır. Ardından partinin geçmişte yaptığı hatalar etkili olmaktadır. Partinin yakın olduğu ideolojik görüşün, partinin düzenlediği mitinglerin, partinin genel başkanının ve partinin kurucularının etkisi düşüktür.

Z kuşağı bir siyasi adaya oy verirken en çok etkilendiği faktör adayın çevresiyle olan ilişkileri olmuştur. Sonrasında adayın projeleri yer alırken ardından adayın eğitimi ve kariyeri gelmektedir. Bir adayı desteklemekte en düşük değere sahip faktör adayın cinsiyetidir. Cinsiyet eşitliği ile ilk kez tanışan X kuşağına oranla Z kuşağı bu tabuyu geride bırakmış bir nesildir.

SONUÇ

Kuşaklar dünyayı etkisi altına alan ekonomik ve sosyal hareketlerin arasında oluşan topluluklardır. Bireylerin tüketim davranışlarından siyasal katılım düzeylerine kadar tüm faaliyetlerinde içinde bulunulan kuşağın etkisi bulunmaktadır. Bu etkiler olumlu veya olumsuz olmakla birlikte bireylerin yaşamlarında büyük bir etkiye sahiptir.

Z kuşağı 2000'lerin başında teknolojinin gelişimi sonucunda küresel dünyaya adım atmıştır. Dünya üzerinde internetin yaygınlaşması ve dijital küreselleşmenin etkisi Z kuşağının yaşamını tutum, değer ve davranışları açısından etkilemektedir. Sosyalleşme anlayışını, teknoloji ile birlikte değiştiren bu kuşağın, ilerleyen süreçte birçok yeniliği sosyal yaşama, iş yaşamına ve siyasal yaşama kazandıracığı düşünülmektedir.

Seçim dönemlerinde ortaya çıktığı düşünülen siyasal iletişim, günümüzde günlük yaşamın bir parçası haline gelmiştir. Teknoloji sonucunda yeni medya araçlarının ortaya çıkması ve yeni medyanın sağladığı imkanlar iletişim faaliyetlerini hem daha büyük kitlelere ulaştırmakta hem de bunu daha düşük maliyetle yapmaktadır. Bu gelişme en çok siyasal aktörlerin ilgisini çekmektedir. Günümüzde birçok siyasal aktörün sosyal medya hesabı ve web sitesi bulunmaktadır. Bu araçlar sayesinde siyasal aktörler siyasal mesajları sürekli olarak kitlelere iletebilmektedir. Siyasal iletişim kanallarının bu denli gelişimi siyasal katılımı olumlu etkide bulunmaktadır. Siyasal katılım kişinin siyasal ilgisinde, siyasal bir mevkiye aday olmasına kadar geniş bir faaliyet alanını kapsamaktadır. Siyasal katılım demokratik yönetim biçimlerinin varoluş amaçlarından biridir. Kişinin siyasete olan ilgisi ne kadar fazla olursa katılım sağladığı siyasal katılım faaliyetleri o denli zorluk barındırmaktadır. Yoğun siyasal ilgi bireyi üst düzey siyasal katılım faaliyetlerine katılmaya teşvik etmektedir. Bu siyasal ilginin oluşmasında günümüzde kitle iletişim araçları oldukça önemlidir. Bireyler maruz kaldıkları haberler sonucunda bir siyasal ilgi düzeyine sahip olurlar.

Araştırmanın amacı apolitik olarak görülen Z kuşağının siyasal katılım düzeylerini ve siyasal katılımlarına etki eden faktörleri araştırmaktır. Z kuşağının iş

yaşamı ve siyasal yaşama katılım sağlamasıyla birlikte hakkında yapılan araştırmalar artmaktadır. Demokratik yönetimlerin en önemli koşulu yönetilenlerin siyasal yaşama katılmasıdır. Yapılan araştırmalar sonrasında ortaya çıkan apolitizmin Y kuşağının siyasal katılımına olumsuz etkileri olduğu bilinmektedir. Bu araştırma 1980 sonrasında ortaya çıkan apolitizmin, siyasal yaşama yeni adapte olmuş Z kuşağının üzerinde ki etkisini öğrenmek açısından önemlidir.

Araştırma Z kuşağına dahil bireyleri temsil etmek için internet üzerinden yapılan anket ile ulaşılan 386 kişi tarafından elde edilen verilerden oluşturulmuştur. Araştırmada nicel yöntem kullanılmıştır. Veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Sorular Z kuşağının siyasal katılım düzeylerini ve siyasal katılım faktörlerini analiz etmek amacıyla oluşturulmuştur. Demografik özellikler, internet kullanımı, siyasal katılım düzeyleri ve siyasal katılım faktörleri olarak 4 başlıkta toplam 38 soru bulunmaktadır. Elde edilen veriler SPSS programı ile analiz edilmiştir.

Araştırmanın temel bulguları şunlardır:

Z kuşağı düşük bir siyasal katılıma sahiptir. Ayrıca siyasal katılım düzeylerine olan ilgisi düşüktür. En yoğun katılım gösterdiği siyasal katılım faaliyetleri izleyici faaliyet olmaktadır. Ortalama bir ilgiye sahip izleyici faaliyetler en temel siyasal katılım faaliyetlerini oluşturmaktadır. Siyasete ilgi duymak ve oy kullanmak gibi temel faaliyetleri içermektedir. Geçiş faaliyetleri olarak adlandırılan mitinglere katılmak ve siyasal kurumlara maddi yardım yapmak gibi ortalama zaman ve enerji isteyen faaliyetlere de ilgi düşüktür. En fazla enerji ve zaman isteyen gladyatör faaliyetlere katılım en düşük düzeyde gerçekleşmektedir. Siyasal parti üyeliği ve siyasal eylemlere katılma gibi faaliyetleri barındıran gladyatör faaliyetlere katılım en düşük düzeyde gerçekleşmektedir.

Araştırma sonucunda erkeklerin kadınlara oranla siyasal katılıma daha yoğun ilgi gösterdiği ortaya çıkmıştır. Ayrıca erkekler izleyici faaliyetlere, geçiş faaliyetlerine ve gladyatör faaliyetlere kadınlara oranla daha yoğun olarak katılmaktadır. Siyasal katılımında cinsiyet rollerine bakıldığı zaman birçok araştırma erkeklerin kadınlara oranla siyasal katılıma daha fazla ilgi gösterdiğini savunmaktadır.

Eğitim durumu ve siyasal katılım arasında bir farklılık ortaya çıkmamıştır. Katılımcıların eğitim seviyelerinin birbirlerine çok uzak düzeylerde olmaması eğitim ve siyasal katılım arasında bir farklılık çıkmamasına yorumlanmaktadır. Z kuşağının dünya üzerindeki en iyi eğitimi alan kuşak olması eğitim düzeyleri arasında farklıların aşırılık göstermemesine neden olmaktadır.

Gelir düzeyleri siyasal katılımı önemli bir etkendir. Araştırmada gelir düzeyi ve siyasal katılım arasında bir farklılık bulunmuştur. Gelir düzeyi arttıkça siyasal katılım artmaktadır. Ancak bazı istisnai durumlar bulunmaktadır. Araştırmaya göre ortalama gelir düzeyine sahip bireylerin daha düşük gelir düzeyine sahip bireylere kıyasla siyasal katılımı daha fazla katıldığı ve ilgi gösterdiği görülmektedir.

Meslek ve siyasal katılım arasında bir farklılık bulunamamıştır. Meslek siyasal katılımı etki eden sosyo-ekonomik faktörler arasında en değişken faktör olarak bulunmaktadır. Çünkü hızlı değişimler gösterebilen bir faktördür ayrıca bir meslek grubuna dahil tüm kişilerin gelir düzeylerinin ve eğitim durumlarının aynı olmaması bu faktörü sosyo-ekonomik faktörler arasında düşük güven seviyesine sahip faktör olarak yorumlanabilir. Ayrıca meslek faktörünün siyasal katılım davranışlarının etkisini sınırlandıran bir başka sebep mesleğin bireylerin yaşantısının sınırlı bir parçasını kaplıyor olmasıdır.

Sosyal medya araçları ve siyasal katılım arasında bir farklılık bulunmuştur. WhatsApp haberleşme uygulama, Youtube video barındırma sitesi, Instagram video ve fotoğraf paylaşma uygulaması, Twitter mikro blog ve sosyal ağ sitesi ve son olarak Facebook bir sosyal ağ sitesidir. Sosyal ağ sitelerinin siyasal konuları tartışma açısından daha uygun olduğu bilinmektedir. Bu farklılığa göre Facebook kullanan bireylerin Youtube, Twitter, Instagram ve WhatsApp kullanan bireylere oranla siyasal katılım faaliyetleri daha yoğun ilgi gösterdiği ortaya çıkmaktadır.

Z kuşağı bir siyasal partiye destek verirken etkilendiği faktörler sırasıyla partinin politikaları, partini geçmişteki başarılı faaliyetleri ve üçüncü olarak partini adayları gelmektedir. En düşük değere bakıldığında mitinglerin artık Z kuşağı için etkili bir faktör olmadığı görülmektedir. Bir zamanların en yaygın siyasal iletişim faaliyeti olan mitingler günümüzde Z kuşağı üzerinde etkisini kaybetmektedir. Teknolojik gelişmeler sonucunda siyasal iletişim faaliyetlerinin artması mitinglerin

etkililiğini azaltmıştır. Z kuşağı bir adayı desteklerken en çok adayın projelerini önemsemektedir. En düşük değere bakıldığı zaman cinsiyetin etkisiz bir faktör olduğu görülmektedir. Cinsiyet eşitliğiyle ilk kez tanışan X kuşağının çocukları olarak görülen Z kuşağı siyasal katılım faktörlerinde cinsiyet faktörünü geride bırakabilmiştir.

Teknolojinin içine doğmuş ve teknoloji tarafından yetiştirilen Z kuşağı diğer kuşaklardan birçok farklılığa sahiptir. Teknolojiye bağımlı olmaları, internet kullanımlarının fazlalığı, farklılaşan eğlence ve sosyalleşme anlayışları ile Z kuşağı için siyasal katılım düzeylerinin incelenmesinde teknoloji yadsınamaz bir konumdadır. Bu alanda çalışma yapacak olan akademisyenlerin ve siyasal iletişim profesyonellerinin yeni medya teknolojilerinin varlığı göz önüne alınarak Z kuşağının yoğun katılım gerektiren faaliyetlere yönelmesi için bu faaliyetlerin sosyal medyaya entegre edilmesi gerekmektedir. Siyasal katılım araştırmalarının bu yeniliğe göre hazırlanmasının kuşak araştırmalarında literatüre katkısı olacaktır.

KAYNAKÇA

1. Kitaplar

Acıloğlu, İnan (2021). İş'te Y kuşacı. Ankara: Elma Yayınevi.

Arıbaşı, Kenan. ve Ünal Şimşek (2014). Siyaset Bilimine Giriş. Konya: Çizgi Kitabevi

Aziz, Aysel (2007). Siyasal İletişim. Nobel Yayınevi: Ankara.

Balcı, Ali (2004). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem Teknik Ve İlkeler. Ankara: Pegem Yayıncılık.

Bayhan, Vehbi (2016). Gençlik ve Kuşaklar: Kuşaklara Göre Gençliğin Değer ve Davranışları, Editör: Mehmet Zencirkıran, Davranış Bilimleri, Bursa: Dora Yayınları.

Baykal, Deniz (1970). Siyasal Katılma Bir Davranış İncelemesi. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

Bora, Tanıl ve Tol, Ulaş (2009). "Siyasal Düşünce ve Erkek Dili." Ed. Bora, T. ve Gültekingil, M., Dönemler ve Zihniyetler. İstanbul: İletişim Yayıncılık.

Çam, Esat (1977). Siyaset Bilimine Giriş. İstanbul: Güray Matbaacılık.

Çukurçayır, Mehmet Akif (2000). Siyasal Katılma ve Yerel Demokrasi. Ankara: Yargı Yayınevi.

Damlapınar, Zülfikar ve Şükrü Balcı (2014). Siyasal İletişim Sürecinde Seçimler, Adaylar, İmajlar. İstanbul: Literatürk.

Dilber, Fadime (2020). Siyasal Katılımda Kitle İletişim Araçları. Eğitim Yayınevi: Konya.

Dursun, Davut (2002). Siyaset Bilimi. İstanbul: Beta Yayınları.

Dursun, Davut ve Mustafa Altunoğlu (2013). Siyaset bilimi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Yayınları.

Ekinci, Necdet (2016). Siyasal İletişime Giriş. Gece Yayınevi: Bişkek.

Erdoğan, İrfan (1997). İletişim Egemenlik Mücadeleye Giriş. İmge Yayınevi: Ankara

Fidan, Mehmet (2016). "Siyasette Halkla İlişkilerde Genel Kavramlar" Ed. Fidan, Mehmet, Siyasette Halkla İlişkiler. Konya: Atlas Akademi.

Hauge, Rod ve Harrop, Martin (2016). Siyaset Bilimi. Çev. Yıldız, İbrahim., Torlak, Soner., Çetin, İdil. Ankara: Dipnot Yayınları.

İşliyen, Mustafa (2018). Siyasal Katılım ve Sosyal Medya. Literatürk Yayınevi: Konya

- Kapani, Münci (2020). Politika Bilimin Giriş. Serbest akademi: Ankara.
- Kışlalı, Ahmet Taner (1990). Siyaset Bilimi. Ankara: İmge Kitapevi.
- Kışlalı, Ahmet Taner (1991). Siyasal Sistemler. Ankara: İmge Kitapevi.
- Kuran, Evrim (2021). Z, Bir Kuşağı Anlamak. İstanbul: Can Yayınları.
- Lilleker, Darren (2013) Siyasal İletişim Temel Kavramlar. Kaktüs Yayınevi: İstanbul.
- Özkan, Abdullah (2007). Siyasal İletişim Stratejileri. İstanbul: Tasam Yayınları.
- Öztekin, Ali (2001). Siyaset Bilimine Giriş. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Revees, Thomas ve Eunjung Oh (2008). “Generational Differences” Handbook Of Research On Educational Communications And Technology. Editörler, M., Merrill, M.D., Elen, J., Bishop, M.J. Springer, New York. 2008.
- Salı, B. J. ve Ali Şimşek (2012). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Yayınları.
- Sarıoğlu, Elif Basak (2020). Z Kuşağı: Dijital Doğanların Halkla İlişkilerdeki Yansıması. Ankara: Atlas Akademik Basım. 2020.
- Tokgöz, Oya (2020). Siyasal İletişimi Anlamak. İmge Yayınevi: Ankara.
- Turan, İlter (1986). Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış. İstanbul: Der yayınları.
- Uztuğ, Ferhat. (2004). Siyasal iletişim yönetimi. İstanbul: Mediacat Yayınları.
- Ünal, Mesud. (2017). Y ve Z Kuşaklarının Yönetimi. İstanbul: Beta Yayınları.
- Yılmaz Betül. (2020) Türkiye’de Kuşaklar Ve Çalışma Değerleri. Ankara: Gazi Kitapevi.

2. Makale, Tez ve Diğer Basılı Yayınlar

- Makaleler

Adıgüzel, Orhan ve Zeynep Batur ve Nisa Ekşili (2014). “Kuşakların değişen yüzü ve y kuşağı ile ortaya çıkan yeni çalışma tarzı: Mobil yakalılar”. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (19), ss. 165-182.

Aka, Bahattin (2018). “Bebek Patlaması, X ve Y Kuşağı Yöneticilerin Örgütsel Bağlılık Düzeylerinin Kamu Ve Özel Sektör Farklılıklarına Göre İncelenmesi: Bir Araştırma”. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 9 (20), ss. 118-135.

Akdemir, Ali ve Gönül Konakay ve Harun Demirkaya (2013). “Y Kuşağının Kariyer Algısı, Kariyer Değişimi ve Liderlik Tarzı Beklentilerinin Araştırılması”. Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 2(2), ss. 11-42.

Akın, Mahmut. (2009). “Siyasal Toplumsallaşma Sürecinde Gençlik -Teorik Ve Uygulamalı Bir Çalışma”. Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, 0 (22), ss. 153-183.

Akıncı, Selçuk. (2014). “Siyasal Katılımın Toplumsal Dinamikleri ve Kitle İletişim Araçları”. KTÜ SBE Sosyal Bilimler Dergisi. (8). ss. 305-322.

Aksan, Gamze. (2019). “Kamusal Alan Kavramı Çerçevesinde Türkiye’de 68 ve 80’lerdeki Öğrenci Hareketleri Üzerine Yeniden Düşünmek”. OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 13 (19), ss. 2768-2803.

Altan, Cemal. (2011). “Eğitim-Siyasal Eğilim İlişkisi: Mersin Örneği”. Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. 11 (1), ss. 313-329.

Alwin, Duane ve Ryan McCammon, (2007). “Rethinking Generations”, Research In Human Development, 4(3-4), ss. 219-237.

Ashraf, Rida (2018). “Multigenerational Employees: Strategies for Effective Management”. International Journal of Economics & Management Sciences. 07. 10.4172/2162-6359.1000528.

Atabey, Güllü ve Derya Hasta (2018). “Siyasal Katılım, Siyasal Yeterlik ve Toplumsal Cinsiyet”. Nesne Psikoloji Dergisi. 6,(13). ss. 484-516.

Başol, Oğuz. ve Aydın Gülşen Çetin (2014), “X ve Y kuşağı: Çalışmanın anlamında bir değişme var mı?”, Electronic Journal of Vocational Colleges, 3(4), ss. 1-15.

Bayraktutan, Günselioğlu, Binark, M, Çomu, T, Doğu, B, İslamoğlu, G, Aydemir, A. (2014). “Siyasal İletişim Sürecinde Sosyal Medya ve Türkiye’de 2011 Genel Seçimlerinde Twitter Kullanımı”. Bilig Dergisi, (68), ss. 59-96.

Berk, Ronald (2013) “Multigenerational Diversity In The Academic Workplace: Implications For Practice”, Journal of Higher Education Management 28 (1), ss. 10-23.

Bilbil, Karayel Emel ve Nevra Çelikkol (2015). “Siyasette Markalaşmak: 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimi Adaylarının Siyasal Marka Olarak Konumlandırılmasının Analizi”. Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi. 11 (43) ss. 231-250.

Bostancı, Mustafa (2014). “Siyasal İletişim 2,0”. Erciyes İletişim Dergisi, 3(3), ss. 84-96.

Boyras, Elif ve Oğuz Balım (2015) “Nasıl Bir Parti? Seçmenlerin Siyasal Marka Kişiliği Algısı Üzerine Bir Araştırma: Tokat İli Örneği”. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. 20 (4), ss. 347-367.

Boyras, Elif ve Şerife Şen (2018). “Ağzıyla Kuş Tutma İmkân(Sızlıgı)I Üzerine: Siyasal Tutundurmaya İlişkin Seçmen Algılarına Tüketici Şüpheliği Perspektifinden Bir Bakış”. Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi. 14(3) ss. 851-866.

Chen, Huan (2010) “Advertising And Generational Identity: A Theoretical Model”, American Academy of Advertising Conference Proceedings, ss. 132-140.

Crampton, Suzaanne ve Jhon Hodge (2009). “Generation Y: Uncharted Territory”. Journal of Business & Economics Research, 7(4), ss. 1-6.

Çemberci, Mustafa, Melike Kıvanç Sudak, Saim Aşçı, vd. (2014). “Y Neslinin Örgüt Ortamındaki Davranış Farklılıklarının Analizi”. Bilişim Teknolojileri Online Dergisi, 5 (15), ss. 57-75.

Demirel, Zümrüt (2021). “Çalışma Hayatında Geleceğin İnsan Kaynağı: Alfa Kuşağı”. OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, Yönetim ve Organizasyon Özel Sayısı, ss.1796-1827.

Demirkaya, Harun ve Akdemir, A., Karaman, E., Atan, Ö. (2015).” Kuşakların yönetim politikası beklentilerinin araştırılması”. İşletme Araştırmaları Dergisi 7(1) ss.186-204.

Doğan, Abide (2009). “Türk Tiyatrosunda Brecht Etkisi”. International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic 4 (1), ss. 409-422.

Doğan, Adem ve Hasan Batar (2019). “Siyasal Kimlik, Hayat Tarzı ve Siyasal Tercih: Malatya Seçmeni Üzerine Bir Araştırma”. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 22 (2), ss. 931-949.

Dondurucu, Zeynep Benan ve Ayşe Pınar Uluçay (2016). “Sosyal Medyada Siyasal İletişim Stratejilerinin İçerik Bazında Değerlendirilmesi”. International Journal Of Social Sciences And Education Research, 2(2), ss. 553-578.

Duran, Hasan (2005). “Siyasal Katılmayı Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma: Tavşanlı-Kütahya Örneği”. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, s.13, ss.131-152.

Dursun, Mehmet Tahir ve Engin Deniz Eriş (2018). “Konaklama İşletmelerinde Kuşaklar Bağlamında İşveren Marka Algısı İle Çalışma Yaşam Kalitesi İlişkisi”. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, 8 (1), ss. 160-179.

Dursunoğlu, İsmail (2019). “Seçim Sonuçları Üzerinden Siyasal Kültür Okuması Mümkün Mü? Karşılaştırmalı Bir Örnek”. Akademik Araştırmalar Ve Çalışmalar Dergisi, 11 (20), ss. 196-205.

Eraslan, Musa Can ve Elif Küçük Durur (2018). “Siyasal İletişim ve Medya Bağlamında Siyasal Reklam Aracı Olarak Propaganda”. Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 4 (2), ss. 193-204.

Erden, Sena (2013). “Kuşaklar Arasındaki Farklılıklar ve Örgütsel Yansımaları”. Ekonomi Ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 2(1), ss. 93-112.

Favero, Linda ve Renee Heath (2012). “Generational Perspectives in The Workplace Interpreting The Discourses That Constitute Women’s Struggle to Balance Work and Life”. Journal of Business Communication. 49(4). ss.332-356.

Gider, Nihan (2014). “Yapısal Özellikleri Açısından Belgesel Sinema”. Marmara İletişim Dergisi, 12 (12), ss. 134-140.

Gögercin, Ahmet (2001). “Edebiyat ve Sinema”. Selçuk İletişim, 1 (4) , ss. 87-98.

Göksel, Aykut ve Gülden Güneş (2017), “Kuşaklararası Farklılaşma; X ve Y Kuşaklarının Örgütsel Sessizlik Davranışı Bağlamında Analizi”, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 19(3), ss. 807-828.

Göksu, Oğuz. (2015). 2014 “Yerel Seçimlerinde Siyasal İletişim ve Yeni Medya”. ss. 313-342.

Gursoy, Doğan ve Thomas Maier ve Christina Chi (2008), “Generational Differences: An Examination Of Work Values And Generational Gaps İn The Hospitality Workforce”, International Journal of Hospitality Management(dergisi), 27, ss. 448-58.

Güven, Süleyman (2017). “Siyasal İletişim Sürecinin Dönüşümü, Siyasal Katılım ve İletişim Teknolojileri”. The Turkish Online Journal Of Design, Art And Communication, 7(2), ss. 175 - 191.

Hills, Caroline ve Levett-Jones, T., Warren-Forward, H., Lapkin, S. (2016). “Generation Y occupational therapy students' views and preferences about the provision of feedback during clinical practice education”. Focus on Health Professional Education, 17 (2), ss. 32-47.

Howe, Neil ve William Strauss (1992), “The New Generation Gap,” The Atlantic Monthly, 270 (6): ss. 67-89.

Işıkman, Nihan. (2014). “Amerikan Sinemasının İdeolojik Yapısı Bağlamında Arap Temsili”. Marmara İletişim Dergisi, 14 (14), ss. 175-191.

Jurkiewicz, Carole L. ve Roger G. Brown (1998). “Generational Comparisons Of Public Employee Motivation”. Review Of Public Personnel Administration, 18(4), ss. 18-37.

Kalaycıoğlu, Ersin (2013). “Siyasal Katılmanın Anatomisi”. Bilim Akademisi Dergisi. 34.

Kapoor, Camille ve Nicole Solomon (2011). “Understanding and Managing Generational Differences İn The Workplace”. Worldwide Hospitality and Tourism Themes, 3(4), ss.308-318.

Karaçor, Süleyman (2009). “Yeni İletişim Teknolojileri, Siyasal Katılım, Demokrasi”. Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 16(2), ss. 121-131.

Karakartal, Bener (2011). “Bir Siyasal Katılma Türü Olarak Referandum ve 1961 Türk Anayasa Referandumu”. İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası, 38 (3-4).

Karlı, İhsan ve Gürsoy Değirmencioğlu (2011). “Siyasal İletişim Açısından Siyasal Partilerin İnternet Mecrasından Yararlanma Biçimleri Ve Karşılaştırmalı Bir Analiz”. Marmara İletişim Dergisi, (18), ss. 141-161.

Kayri, Murat (2009). “Araştırmalarda Gruplar Arası Farkın Belirlenmesine Yönelik Çoklu Karşılaştırma (Post-Hoc) Teknikleri”. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 19. 51-64.

Keeling, Sarah (2003). “Advising The Millennial Generation”. NACADA Journal. 23(1), ss.30-36.

Keleş, Hatice (2011). “Y Kuşağı Çalışanlarının Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 3 (2) , ss. 129-139.

Keleş, Hatice (2013). “Girişimcilik Eğiliminin Kuşak Farkına Göre İncelenmesi”. Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 13 (26), ss. 23-43.

Kentel, Ferhat (1991). “Demokrasi Kamuoyu ve Siyasal İletişime Dair”. Birikim Dergisi, 30, ss. 39-44.

Koca, Mehmet (2018). “68 Öğrenci Olayları ve Üniversitelerde Politik Şiddet”. Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi, 8 (1), ss.87-109.

Kuruoğlu, Huriye (2008). “Dünden Bugüne Türkiye’de Radyo Yayıncılığı”. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi , (3), ss. 251-270

Levickaite, Rasa (2010). “Generations X Y Z: How Social Networks Form The Concept Of The World Without Borders (The Case Of Lithuania)”, Limes Cultural Regionalistics 3(2), ss. 170-183.

Lower, Judith (2008), “Brace Yourself Here Comes Generation Y”, Critical Care Nurse.28 (5), ss. 80-84.

Mücevher, Muhammet ve Ramazan Erdem (2018). “X Kuşağı Akademisyenler İle Y Kuşağı Öğrencilerin Birbirlerine Karşı Algıları”. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 9(22), ss.60-74

O’Bannon Gary (2001). “Managing Our Future: The Generation X Factor”. Public Personnel Management. 30(1), ss. 95-110.

Özdemir, Gürbüz (2019). “Siyasal Katılmayı Etkileyen Sosyoekonomik Faktörler Üzerine Bir Araştırma- Çankırı Örneği”. Sakarya İktisat Dergisi 8,(3), ss. 252-283

Pekala, Nancy. (2001). “Conquering The Generational Divide”. Journal Of Property Management, 66(6), ss.30- 38.

Schewe, Charles ve Geoffrey Meredith (2004), “Segmenting Global Markets by Generational Cohorts: Determining Motivations by Age.” *Journal of Consumer Behavior*, 4 (1), ss. 51-63.

Seçkin, Bilge (2008). “1908 Devrimi’nde Politik Tiyatro Ve Besa Oyunu”. *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*. 38. ss. 265-274.

Shaw, Sue ve David Fairhurst (2008), “Engaging A New Generation Of Graduates”, *Education Training*, 50 (5), ss.366-78.

Şahin, Zeynep (2019). “Karikatür ve İfade Özgürlüğü”. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 10 (17) , ss. 2208-2244

Tanyas, Bahar (2015). “Gençler ve Politik Katılım: Gezi Parkı Eylemleri’ nde “Apolitik” Nesil”. *Eleştirel Psikoloji Bülteni*, 6, ss. 25-50.

Topbaş, Hasan (2010). “David Easton’un Siyasal Sistem Kuramı Bağlamında Siyasal Katılma: Erzurum Seçmeni Üzerine Bir araştırma”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*. 30. ss. 81 – 111.

Torun, Hale (2019). “Belgesel Sinema Dili Ve Savaş”. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi* , (41), ss. 143-158

Tuncer, Mehmet (2016). “Ağ Toplumunun Çocukları: Z Kuşağının Kişilerarası İletişim Becerilerinin Çok Boyutlu Analizi”. *Atatürk İletişim Dergisi*, (10) , ss. 33-46

Uysal, Birkan (1981). “Siyasal Otorite, Laiklik ve Katılma”. *Amme İdaresi Dergisi*, 14(4), ss. 61-67.

Uysal, Birkan (1984). “Siyasal Katılma ve Katılma Davranışı Üzerinde Ailenin Etkisi”. *Amme İdaresi Dergisi*

Vural Beril Akıncı ve Mikail Bat (2009). “Siyasal Seçim Kampanyalarında Yeni İletişim Teknolojileri Ve Blog Kullanımı: 2008 Amerika Başkanlık Seçimlerine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Analiz”. *Journal Of Yaşar University*, 4(16), ss. 2745-2778

Wolton, Dominique (1991). “Medya, Siyasal İletişimin Zayıf Halkası”. *Birikim Dergisi*, 30, ss. 51-58.

Yılmaz, Aykut ve Yolcu, T ve Özkaynar, K. ve Aykaç, S. Ö. (2020) “Siyasal Pazarlama Ve Siyasal İletişimde Post-Truth: Donald Trump Örneği”. *Sivas Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 21 (2), ss. 298-309 .

Yolcu, Neslihan (2017). “Siyasal Katılım Düzeyi Ve Siyasal Toplumsallaşma Araçlarına Yönelik Güven Ölçümü: Kocaeli İli Üzerine Ampirik Bir Çalışma”. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(1), ss. 40-58.

Yüksekbilgili, Zeki (2013). “Türk Tipi Y Kuşağı”. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 12(45), ss. 342-353.

- Tezler

Aktan, Ercan (2017). Sosyal Medya Kullanımının Siyasal Katılıma Etkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya

Aktaş, Hasret (1996). Siyasi İletişim Kuramsal Bir Çalışma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Cesur, Zafer (2007). Politik Pazarlamada Marka Bağlılığı ve Bir Uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul

Coşkun, Can Dursun (2019). Z Kuşağı Mensubu Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.

Delahoyde, Theresa. (2009). Generational differences of baccalaureate nursing students' preferred teaching methods and faculty use of teaching methods. Saint Mary Koleji. Doktora tezi, Nebraska.

Demirkıran, Eren (2019). Y Kuşağının Siyasal Katılımı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Hülür, Banu Asuman (2006). Kitle İletişim Araçları, Demokratikleşme ve Siyasal Katılım. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Keresteci, Zuhal (2006). Siyasal Partilerin Politik Pazarlama Uygulamaları İle Bu Uygulamaların Seçmenler Üzerindeki Etkileri Ve Bir Uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Edirne.

Kılıç, Sadettin (2014). Kitle İletişim Araçlarının Gelişimi Ve Sosyal Medyanın Siyasal İletişimi Etkileme Rolü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.

Teke, Karipçin Hatice (2016). Üniversite Gençliği ve Siyasal Katılım: Selçuk Üniversitesi Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Konya.

Tekin, Gökhan (2015). Gençlerin Siyasal Katılımında Kitle İletişim Araçlarının Rolü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Toruntay, Hatice (2011), Takım Rollerini Çalışması: X ve Y Kuşağı Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi İstanbul

Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı İnsan Kaynakları Yönetimi Bilim Dalı, İstanbul.

3. Elektronik Kaynaklar

Arolat, O. (2021) <https://www.dunya.com/kose-yazisi/2023-secimleri-ve-z-kusaginin-onemi/614643> E.T 11.05.2021

Coupland, D. (1989), “The Young and Restless Work Force Following the Baby Boom: Generation X”, (<http://joeclark.org/dossiers/GenerationX.pdf>) E.T 20.03.2021

Erkul, Erdem (2020). <https://erdemerkul.com/tr/kusaklar> E.T 22.03.2021

<https://tr.euronews.com/2020/03/10/kadin-milletvekili-oraninda-turkiye-117-nci-sirada-zirvede-ruanda-ve-kuba-var>

https://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/milletvekillerimiz_sd.dagilim

Koçer, Sevim ve Neslihan Ölçer (2014). 30 Mart 2014 Yerel Seçimlerinde Ulusal Basın ve Kocaeli Yerel Basınında Yer Alan Siyasal Reklamın Analizi. I. Uluslararası Yeni Medya Yeni Yaklaşımlar Konferansı (ss. 506-530). Çanakkale.

McCridle, Mark (2013). Generation Z Defined: Global, Visual, Digital. <https://mccrindle.com.au/insights/blogarchive/generation-z-defined-global-visual-digital/> E.T: 01.06.2021

McCrindle Mark ve Emily Wolfinger (2010), Az XYZ ábécéje. A nemzedékek meghatározása. (çevrimiçi) http://korunk.org/letoltlapok/Z_RKorunk2010november.pdf E.T 29.03.2021

Sezen, Namık (2012). İş Başarısında Kuşak Farkı. <https://www.kigem.com/is-basarisinda-kusak-farki.html> E.T 10.12.2020

Tarcan, P. (2021). <https://bianet.org/biamag/toplum/242968> E.T 28.07.2021

The Telegraph, Gen Z, Gen Y, Baby Boomers—A Guide To The Generations, (çevrimiçi) <https://www.telegraph.co.uk/news/features/11002767/Gen-Z-Gen-Y-baby-boomers-a-guide-to-the-generations.html> E.T 28.03.2021.

EKLER

DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER

1. Doğum Yılı Aralığınız

2000 ve Sonrası

2. Cinsiyetiniz

Erkek

Kadın

3. Eğitim Durumunuz

İlköğretim

Lise

Ön Lisans

Lisans

Lisansüstü

4. Aylık Geliriniz

< 1500

1501-3500

3501-6000

> 6001

5. Mesleğiniz

İşsiz

Öğrenci

Memur

İşçi

Esnaf

Diğer

6. Medeni Haliniz

Bekâr

Evli

7. Kiminle Yaşıyorsunuz?

Yalnız

Ailem İle

Arkadaşlarım İle

Eşim İle

Diğer...

İNTERNET VE SOSYAL MEDYA KULLANIMLARI

8. İnternet Kullanıyor Musunuz?

Evet / Hayır

9. İnterneti Ne Sıklıkla Kullanıyorsunuz?

Günde 1 Saatten Daha Az Günde 1-3 Saat Günde 4-6 Saat Günde 6 Saatten Fazla

10. İnterneti En Sık Kullanım Amacınız Nedir?

Gündemi / Haberleri Takip Etmek
Eğlenmek / Sosyalleşmek
Bilgi Edinmek / Eğitim Amaçlı Kullanmak

11. Sosyal Medya Kullanıyor Musunuz?

Evet / Hayır

12. En Sık Kullandığınız Sosyal Medya Ortamı Hangisidir?

Facebook
Twitter
İnstgram
Youtube
Whatsapp
Linkedın
Diğer...

SİYASAL KATILIM DÜZEYLERİ

13. Miting ve Parti Toplantılarına Katılır Mısınız?

Evet / Hayır

14. Seçimlerde Oy Kullanıyor Musun/ Kullandınız Mı?

Evet / Hayır /Bazen

15. Bir Siyasi Parti Üye Misiniz?

Evet / Hayır

16. Gelecekte Aktif Olarak Siyasete Katılmak İster Misiniz?

Evet / Hayır

17. Kendimi Bir Siyasi İdeolojiyle Ait Hissediyorum.

18. Desteklediğim Partinin Programını Araştırırım.

19. Desteklediğim Siyasal Partinin Saha Çalışmalarında Görev Alırım. (Afiş, Broşür Dağıtma Vb.)

20. Desteklediğim Partinin Rozetini/Amblemini Takarım Ya Da Flamasını Ev Veya Arabama Asarım.

21. Desteklediğim Partiden Aday Gösterilen Milletvekillerini Ve Yerel Yöneticileri Araştırırım.

22. Desteklediğim Partiye Maddi Yardımda Bulunurum.

23. Desteklediğim Siyasi Partiye Taraftar Kazandırmak İçin İnsanları İkna Etmeye Çalışırım.

24. Siyasetle İlgili Tartışmalar Yaparım.

25. Siyasi Bir Konuda Yasal Gösterilere, Protesto Ve Boykot Eylemlere Katılırım.

SİYASAL KATILIM FAKTÖRLERİ

26. Desteklediğim Partinin Kurucuları (Kurucusu) Oy Vermemde Etkilidir.

27. Desteklediğim Partinin Genel Başkanı Oy Vermemde Etkilidir.

28. Desteklediğim Partinin Yakın Olduğu İdeolojik Görüş Oy Vermemde Etkilidir.

29. Desteklediğim Partinin Adayları Oy Vermemde Etkilidir.

30. Desteklediğim Partinin Politikaları Oy Vermemde Etkilidir.

31. Desteklediğim Partinin Geçmişte Yaptığı Başarılı Hizmetler Oy Vermemde Etkilidir.
32. Desteklediğim Partinin Geçmişte Yaptığı Hatalar Oy Vermemde Etkilidir.
33. Desteklediğim Partinin Mitingler Oy Vermemde Etkilidir.
34. Desteklediğim Adayın Eğitimi Oy Vermemde Etkilidir.
35. Desteklediğim Adayın Kariyeri Oy Vermemde Etkilidir.
36. Desteklediğim Adayın Cinsiyeti Oy Vermemde Etkilidir.
37. Desteklediğim Adayın Projeleri Oy Vermemde Etkilidir.
38. Desteklediğim Adayın İnsan İlişkileri Oy Vermemde Etkilidir.

