

-ARAŞTIRMA MAKALESİ-

Z KUŞAĞI BİREYLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE SİYASAL KATILIM/TUTUMLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME*

Ali TOSUN¹

Öz

Bireylerin toplumsal alanda kendilerini ilgilendiren konularda katılımcı olmaları ve buna göre siyasal kurumları etkilemeleri siyasal katılım kanallarıyla gerçekleşmektedir. Siyasal katılımın kentsel alanda talep ve ihtiyaçların karşılanması ve buna göre kamusal politikaların oluşturulması amacıyla yönelik bir yapıya bulunmaktadır. Siyasal katılım, salt oy vermeden oluşmamakta ve çeşitli katılım kanallarıyla toplumsal alanda gerçekleşmektedir. Bu açıdan bireylerin tutum ve davranışlarının buna göre şekillendiği görülmektedir. Her yaş grubunun siyasal katılım tutum ve davranışları farklı olabilmektedir. Bu nedenle nüfus kuşaklarının kendilerine özgü değer kalıpları bulunmaktadır. Siyasal katılım olgusunun da buna göre gerçekleşmesi söz konusudur. Özellikle diğer kuşaklara göre teknoloji ile daha fazla iç içe olan Z kuşağı bireylerin siyasal katılım davranışları bu çerçevede incelenmeye değerdir. Bireylerin fiziksel mekân kavramını arka planda bırakan ve çevrimiçi iletişim olarak tanımlanan sosyal medya, Z kuşağının siyasal tutum ve davranışlarında önemli bir alandır. Araştırma, Z kuşağının sosyal medya ve siyasal katılım durumlarını belirleme amacıyla yöneliktir. Bu kapsamda, nicel araştırma yöntemi çerçevesinde veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmış ve 551 Z kuşağı bireyinin bu kapsamda tutum ve davranışları analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda Z kuşağı bireylerinin sosyal medya platformlarını yoğun bir şekilde kullandıkları ortaya çıkmıştır. Günlerinin önemli bir kısmını sosyal medyada geçiren bireylerin siyasal katılım boyutunda katılımcı bir tutuma sahip olmadıkları ve siyasal sisteme karşı çekingen davranış kalıplarına sahip olduğu tespit edilmiştir. Özellikle Z kuşağının siyasete karşı şüpheli bir yaklaşıma sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Genç bireylerin siyasal sistem içinde daha fazla katılımcı olmalarına yönelik olarak çeşitli çalışmaların sonuç verici etkileri olabilecektir.

Anahtar Kelimeler: *Siyasal Katılım, Sosyal Medya, Siyasallık, Teknoloji, Z Kuşağı.*

JEL Kodları: *D72, O14.*

Başvuru: *20.10.2024*

Kabul: *06.02.2025*

* Araştırma için Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulundan 04.07.2024 tarih ve 09-2024/211 sayılı karar ile onay alınmıştır.

¹ Dr., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Karaman, Türkiye, atosun@kmu.edu.tr, ORCID İD: 0000-0001-7908-964X.

A STUDY ON THE SOCIAL MEDIA USE AND POLITICAL PARTICIPATION/ATTITUDES OF GENERATION Z INDIVIDUALS²

Abstract

Individuals' participation in issues that concern them in the social sphere and their influence on political institutions accordingly are realized through political participation channels. Political participation has a structure aimed at meeting demands and needs in the urban area and creating public policies accordingly. Political participation does not consist solely of voting and takes place in the social sphere through various participation channels. In this respect, it is seen that individuals' attitudes and behaviors are shaped accordingly. Political participation attitudes and behaviors of each age group may be different. For this reason, population generations have their own value patterns. The phenomenon of political participation also occurs accordingly. The political participation behaviors of Generation Z individuals, who are more intertwined with technology compared to other generations, are worth examining in this context. Social media, which leaves the concept of physical space in the background and is defined as online communication, is an important area in the political attitudes and behaviors of Generation Z. The research aims to determine the social media and political participation status of Generation Z. In this context, the survey technique was used as a data collection tool within the framework of the quantitative research method and the attitudes and behaviors of 551 Generation Z individuals were analyzed in this context. As a result of the research, it was revealed that Generation Z individuals use social media platforms intensively. It was determined that individuals who spend a significant part of their days on social media do not have a participatory attitude in terms of political participation and have reserved behavioral patterns towards the political system. It has been revealed that Generation Z in particular has a skeptical approach to politics. Various studies aimed at making young individuals more participatory in the political system may have fruitful effects.

Keywords: *Political Participation, Social Media, Politicization, Technology, Generation Z.*

JEL Codes: *D72, 014.*

“Bu çalışma Araştırma ve Yayın Etiğine uygun olarak hazırlanmıştır.”

1. GİRİŞ

Modern devletin ortaya çıkması ve insan hak ile özgürlüklerine değer atfedilmesi, siyasal alanı etkilemiş ve katılımcı bir yönetim anlayışı ön plana çıkmıştır. Siyasal katılım, bireylerin gerek klasik katılım kanalları gerekse de olağanüstü katılım

² The Extended English Summary is located the end of the Article

kanalları ile yönetimin içinde yer almasını ifade etmektedir. Günümüzde siyasal katılım, çeşitli faktörlerle beraber önemli bir olgu olarak değerlendirilmektedir. Bu da toplumdaki her yaş gurubun bu sürece dâhil olmasını önemli hale getirmektedir. Siyasal alanın değerlendirilmesinde ve buna göre davranış kalıplarının geliştirilmesinde Z kuşağının diğer kuşaklara göre daha aktif bir yapısı bulunmaktadır. Bu durumun teknolojik imkânların artmasıyla incelenmeye değer hale geldiği söylenebilir. Özellikle sosyal medyanın çevrimiçi bir iletişim kanalı haline gelmesi ve başta Z kuşağı olmak üzere toplumun büyük bir kesimince aktif bir şekilde kullanılması, siyasal katılım boyutunu da etkilemiştir. Daha dinamik bir yapıya sahip olan ve bilgiye erişim noktasında hiperaktif tutumlara sahip olan Z kuşağının sosyal medya aracılığıyla siyasal katılım tutum ve davranışlarının ölçülmesi önem taşımaktadır. Fiziksel iletişimden ziyade çevrimiçi iletişim kanallarına dolayısıyla sosyal medyaya değer veren Z kuşağının siyasal katılım olgusunu nasıl değerlendirdikleri araştırmaya değerlidir.

Z kuşağını ele alan ve çeşitli faktörlerle siyasal katılımlarını ortaya koymaya yönelik çalışmalar, çeşitli zamanlarda yapılmıştır. Bunların sonuçları ele alındığında yaşanan toplum ile birlikte Z kuşağının aktif bir iletişim ağına sahip oldukları ve diğer kuşaklardan ayrıldıkları görülmektedir. Türkiye’de yapılan çalışmalar değerlendirildiğinde Z kuşağının siyasal sisteme karşı güvensizlik duyduğu ve sosyal medya platformları aracılığı ile fikirlerini rahat bir şekilde ifade edemedikleri görülmektedir. Bu sonuç araştırmamızda da ortaya çıkmıştır. Bu durum, gelecek kuşak olarak nitelenen Z kuşağının siyasal ve toplumsal alana kazandırılmasında yol alınması gerektiği ortaya koymaktadır. Araştırmada sosyal medya ile siyasal katılım ilişkisi Z kuşağı bağlamında incelenmiştir. Bu çerçevede siyasal katılım, Z kuşağı ve sosyal medya literatür kapsamında değerlendirilmiştir. Katılımcı bireylerden elde edilen bulgular neticesinde Z kuşağının sosyal medya ve siyasal katılım tutumları analiz edilmiş ve tartışma ile sonuç bölümünde bunlara yer verilmiştir.

1.1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Siyaset: Arapça bir kelimedenden türetilen ve at bakıcısı olarak tanımlanan seyyis anlamına gelmektedir (Kahraman, 2024: 16). İnsanlar siyasetin çeşitli şekillerde içinde olmakta ve siyaset dolaylı veya doğrudan hayatlarını şekillendirmektedir. Siyaset bireyleri hem devlet yönetimi ve kamu politikaları kapsamında hem de günlük hayatta çeşitli yönlerden etkilemektedir. Bu kapsamda politika olarak da değerlendirilen siyaset; anayasa, cumhuriyet, siyasi çalışmalar, siyasal rejim, yönetim ilkeleri ile çeşitli etmenler etrafında toplanmış ve ele alınmıştır (Chavhava, 2004). Siyasetin temel işlevleri açısından insan doğasına uygun bir içeriğe sahip olduğu ve politik olmanın insanların tutum ve davranışları ile ifade edildiği görülmektedir (Aristoteles, 1975). Siyasetin insanlar arasındaki ilişkilerden kaynaklanması politikanın sosyal bir özelliğini ortaya koyarken, toplumsal alandaki güç ilişkileri çerçevesinde de siyaset devlet yönetimi ile ilgili ilkeleri ve faaliyetleri ifade etmektedir. Siyaset, bireylerin kamusal alandaki faaliyetlerini içerdiği gibi bireyler arasındaki ilişkilerin de nasıl bir yapıda olması gerektiği noktasında belirleyicidir. Bu durum uzlaşmacı veya çatışmacı bir alanın yaratılmasında etkili olmaktadır.

Siyasallık: Bireylerin siyasal olma durumlarını ifade eden siyasallık insanların siyasetin içinde olma yoğunluğunu ifade etmektedir. İlliyet bağına tanımlayan siyasallık, Aristoteles'in *zoon politikon* kavramına dayalı bir durumu belirtir (Yeşilçayır, 2014). Siyasal bir varlık olarak tanımlanan insan siyasal çerçevede etkili bir unsur olarak tanımlanmaktadır. Siyasetle farklı derecelerde ilgilenmeyi veya buna maruz kalmayı belirten siyasal hayvan kavramının da hem siyasetle ilgili bireylerin algılarının açık olmasına katkı sağladığı hem de siyasal toplumsallaşma boyutunda farkındalık yarattığı görülmektedir.

Siyasallık, toplumsal alandaki yönetici gruplar ile bireyler arasındaki ilişkilerin biçimlenmesinde ve buna göre bir siyasal alanın oluşturulmasında etkilidir. Siyasal alandaki güç ilişkilerinin bu kapsamda bireylerin aktif veya pasif olmalarına ve siyasallığın bunu yönlendiren bir olgu olarak ifade edilmesine neden olduğu kabul edilmektedir (Kahraman, 2024: 20-22).

Siyasal Sistem ile Siyasal Kültür: Bireylerin Siyasal sistem; çeşitli sistemlerin bir arada olduğu, sosyal, ekonomik, tarihsel, kültürel ve ideolojik olarak çeşitli etmenlerin bir bütünü oluşturduğu alan olarak tanımlanmaktadır (Terkan, 2003). Toplumsal alandaki amaçların gerçekleştirilmesi için ortaya çıkan örgütler dizisi olarak da tanımlanan siyasal sistem, çeşitli ilişkileri içinde barındıran ve anlaşma ile çatışma kavramlarını bir arada bulandıran bir yapıya sahiptir.

Siyasal sistemler farklı bileşenlere sahiptir ve buna göre bir yapılanmayı tanımlamaktadır. Gerek toplumsal çevrenin gerekse de ekonomik, sosyal ve siyasal faktörlerin bu yapılanmayı ortaya çıkardığı ve etkilediği görülmektedir (Turan, 1986). Bu kapsamda çatışmacı veya uzlaşmacı bir yapıya sahip olan siyasal sistemin toplumsal alanda çeşitli grupları ve bireyleri kapsadığı ve siyasal alanda belirleyici olduğu ifade edilebilmektedir. Siyasal sistemler, çağdaş dönemde modern bir yapıya kavuşmuş ve bireyler ile devlet otoritelerinin iletişim halinde olduğu bir duruma evrilmiştir (Kahraman, 2024: 24-25). Bu durum, yönetim eksenli bir toplumsal yapı ile demokratik değerlerin benimsendiği siyasal ve toplumsal bir alanın yaratılmasına katkı sağlamıştır.

Siyasal kültür, siyasal alandaki tutum ve davranışların ele alınmasında önemli bir kavram olarak ele alınmaktadır. Siyasal kültür, Almond ile Verba'nın Amerika Birleşik Devletleri ile çeşitli ülkelerde yaptıkları bir çalışmanın sonucunda siyaset bilimi alanında ön plana çıkmıştır (Çalışkan, 2016; Okur Çakıcı, 2016: 9-12). Siyasal kültür bireylerin tutum ve davranışları kapsamında ele alınıp buna göre analiz edilmektedir. *Siyasal kültürün siyaset alanına yönelik durumu, siyasetteki amaçlar ve araçların birbirleri ile ilişkileri, siyasal eylemi değerlendirme ölçütleri ile siyasal eylem değerleri siyasal kültürde yer alan temel etmenler* olarak ifade edilmektedir (Erden, 2023: 174). Siyasal kültürün bireylerin farkındalığının ortaya çıkması yanında siyasal alanla ilgili bireylerin değerlerine göre bir davranış kalıbının da yaratılmasında etkili olduğu ifade edilebilir. Siyasal kültür, bireylerin davranış kalıplarının belirlenmesi yanında, siyasal kurumlara yönelik inançlarının oluşmasında da etkilidir (Verba, 1965). Siyasal kültürün bir siyasal yaşam tarzı ve inancı olarak

değerlendirilmesinin bu çerçevede ele alındığı düşünülmektedir. Siyasal kültürün bireylerce ele alınmasının farklı şekillerde olduğu ve buna göre bir sınıflandırmanın yapıldığı da görülebilmektedir. Dar bir görüşe sahip siyasal kültür aktif olmayan ve geleneksel değerlere bağlı bir siyasal yapıyla ilişkilidir. Katılımcı siyasal kültür ise katılımcı yurttaşlığın ön planda olduğu ve siyasal sistemin içinde aktif bir konumda olduğu bir kültür tipolojisini ifade etmektedir. Dolayısıyla siyasal kültür aktif ve pasif iki farklı özelliğe sahiptir. Siyasal sistemler ile siyasal kültür, bireylerin siyasal davranışlarının şekillenmesinde ve buna göre siyasal toplumsallaşma düzeylerinin ortaya çıkmasında ön plana çıkan iki kavramdır.

Siyasal Katılım: İnsanların toplumsal bir varlık olmalarının sonucu olarak siyasal katılım eylemlerinde buldukları görülmektedir. Bu eylemler, farklı şekillerde ifade edilip siyasal katılım olgusu buna göre tanımlanır. Yönetimin kararlarını doğrudan veya dolaylı şekilde etkilemeyi amaçların bireylerin eylemleri, planlanmış yurttaş faaliyetleri, karşı çıkma veya desteklemeye yönelik vatandaş eylemleri ile ortaya çıkan politik kararların değiştirilmesi veya iptal edilmesine yönelik faaliyetler, siyasal katılım olarak değerlendirilmektedir (Sipsüpür, 2021). Siyasal katılım, yönetenler ile yönetilenler arasındaki ilişkilerin belirlenmesi ve buna göre tutumların geliştirilmesi ile ilgili durumları içermektedir. Siyasal katılım, yönetenlerin faaliyetlerinin değerlendirilmesi sonucunda bireylerin bir bilince sahip olmasını ve buna göre bir tutum ve davranış geliştirmesini sağlayan eylemler olarak da ifade edilebilmektedir (Büyüktosunoğlu, 2013).

Oy kullanma, kamu otoritesinden istekte bulunma, kamu görevlileri ile iletişim kurma, siyasal partilerin etkinliklerine katılma ve seçilmesi halinde kamu görevini yerine getirmenin olağan siyasal katılım biçimlerini ifade ettiği; mitingler düzenleme, grev veya gösteri yürüyüşlerine katılma, kamu kurum ve kuruluşlarına maddi zarar verme, kamu görevlisini tehdit etme ve yönetimi değiştirmeye yönelik yasalarda suç olarak tanımlanan yöntemlere başvurma olağanüstü siyasal katılım davranışları veya eylemleri olarak değerlendirilmiştir (Karakoç, 2018). Siyasal katılım; siyasal karar alıcıların çeşitli eylemlerini etkilemeye yönelik adımları ifade (Eriş ve Akıncı, 2019: 43). Katılımın olağan veya olağanüstü olarak nitelik kazanması, toplumlara göre de değişir. Örneğin seçim dönemleri dışında görevini kötüye kullanan siyasal kişileri yönetimden el çektirmenin batı siyasal sistemlerinde olağan bir şekilde ifade edildiği görülürken, gelişmemiş toplumlarda bunun karşılığının şiddetli yaptırımlar olduğu bilinmektedir.

Siyasal kurum ve otoritelerin faaliyetleri karşısında bireylerin yaptıkları eylemler, bu çerçevede siyasal katılım davranışları olarak tanımlanır. Siyasal katılım konusunda üzerinde uzlaşılan bir tanım olmamakla beraber çeşitli düşünürler, siyasal sistem ve katılım boyutuna göre konuya yaklaşmışlardır (Eriş ve Akıncı, 2019). Bu çerçevede klasik siyasal katılım yolları ile yeni siyasal katılım yöntemleri ifade edilmiş ve yorumlanmıştır. Günümüzdeki demokratik toplum gereklerine bağlı olarak klasik katılım metotlarının dışında çeşitli eylemler ön plana çıkmıştır. Bu durum, bireylerin ihtiyaç ve isteklerinin artması ile farklılaşmasının bir sonucu olarak yorumlanır. Siyasal katılımın oy verme davranışı ile ilişkilendirilmesinin yanında geleneksel

olmayan davranış kalıpları da bu kapsamda tanımlanır (Değirmenci ve Gülel, 2022: 20). Katılımın çok boyutlu olması ve çeşitli eylemlerle değerlendirilmesi, bu durumu ortaya çıkarmıştır.

Siyasal Katılımda Etkili Olan Unsurlar: Bireylerin siyasal katılımında çeşitli unsurlar etkilidir. Bu unsurların bireyin sahip olduğu özelliklerden kaynaklandığı gibi dış etmenlerden de kaynaklandığı görülmektedir. Yaşanılan yer, eğitim durumu, gelir grubu, eğitim ve yaş gibi faktörlerin bireyin siyasal toplumsallaşma durumunu dolaylı veya doğrudan etkilemektedir (Silsüpür, 2021). Yaş ve cinsiyet gibi biyolojik faktörler katılım boyutunu etkilerken, kadın ve erkeklerin katılım düzeylerinin buna göre ortaya çıktığı ve erkeklerin bu kapsamda daha aktif oldukları görülmektedir. Genç bireylerin katılım bakımından daha pasif bir boyutta oldukları ve yaşın bireylerin tutum ve davranışlarının şekillenmesinde ön plana çıktığı bilinir. Aile, meslek, yerleşme alanı, gelir düzeyi, eğitim durumu, örgütlere üyelik durumu, etnik kimlik ile kitle iletişim araçları bireyin katılım düzeyini etkileyen sosyal ve ekonomik etmenler olarak ifade edilir. Siyasal ilgi (Kalaycıoğlu, 1983), vatandaşlık hissi (Erdinç, 2020), yabancılaşma (Çukurçayır, 2002) ve siyasal sisteme duyulan güven, katılımı etkileyen diğer etmenlerdir. Katılım düzeyini etkileyen bu faktörler bireylerin kişilik özellikleri ile de yeni bir durum da ortaya çıkarabilmektedir. Bireylerin siyasal sistemi farklı şekilde ele alması, sosyal ve kültürel farklılıkların bireyi siyasal düzeyde ne denli etkilediğine göredir.

Kuşaklar: Bireylerin doğdukları dönemlerin farklı olması kuşak kavramını ortaya çıkarmıştır. Kuşaklar, ortak özelliklere sahip olan ve değer yargıları kapsamında diğer bireylerden ayrılan gruplardır (İnal, 2023). 1946-1964 yılları arasında doğan bireyler bebek patlaması kuşağı, 1965-1980 yılları arasında doğan bireyler X kuşağı, 1980-2000 yılları arasında doğan bireyler Y kuşağı ve 2000 ve sonrası doğan bireyler de Z kuşağı olarak tanımlanır (Twenge vd., 2010). Bir başka sınıflamada da kuşaklar; sessiz kuşak, baby boomer kuşağı, X kuşağı, Y kuşağı ve Z kuşağı olarak benzer şekilde ifade edilmektedir (Taş vd., 2017). Farklı kaynaklarda kuşakların başlangıç ve bitiş tarihleri farklıdır. Bu durum kuşak olgusunu ele alan araştırmacıların kuşakları ilişkilendirdikleri faktörler kapsamında değerlendirilmektedir. Özellikle Y ve Z kuşaklarının başlangıç tarihlerinin çeşitli kaynaklarda farklı olduğu görülebilir. Teknoloji ile internet olanaklarının gelişmesi bunu ortaya çıkarmıştır.

Kuşak kavramının baskın özelliklerinin onları diğer bireylerden ayırdıkları görülmektedir. Kuşakların açık bir şekilde ifade edilmesinde yaş, fiziksel özellikler ve bu bireylerin yaşam süreçleri ele alınmakta ve değerlendirilmektedir (Hafizoğlu, 2021: 145). Kuşak farkını ortaya koyan kuşak teorisi de buna göre anlaşılmaktadır. X kuşağı itaatkâr ve sadık bir nesil olarak ifade edilmekte ve otorite kavramına büyük bir değer atfetmektedir (Şenbir, 2004). Y kuşağı ise teknolojiyle iç içe olmuş ve iş hayatında kendini ön plana çıkararak bir yapıya sahip aktif bireyleri ifade etmektedir (Strauss and Howe, 1992). Y kuşağının X kuşağından sonraki kuşak olmasının toplumsal alanda çeşitli imkânlarla sahip olmasını sağladığı ve teknolojinin geliştiği bir döneme denk gelmesinin bu bireyler lehine sonuçlar yaratmasına katkı sağladığı savunulabilir. Z kuşağı da internet ve teknoloji ile yoğun

bir şekilde iç içe olan bir kuşağı ifade etmektedir. Bu durum, kuşağın hem düşünce yapısı olarak hem de diğer boyutlar kapsamında farklı bir özelliğe sahip olmasını sağlamıştır (Mısıroğlu, 2023).

Kuşaklar arasındaki zaman farkının günümüze doğru azaldığı görülmektedir. Bu durum günümüzde sosyal, kültürel, ekonomik ve teknolojik gelişmelerinin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bilginin kısa bir süre içinde değişebilme durumu, bu kapsamda Z kuşağı başta olmak üzere kuşakları doğrudan veya dolaylı etkilemiş ve değer yargılarını biçimlendirmiştir.

X kuşağı, içinde bulunduğu olumsuz sosyal yapı dolayısıyla kayıp kuşak olarak tanımlanmaktadır (Ekşi, 2017: 21). Savaş ortamı ve karmaşık toplum düzeninin kuşaklar üzerindeki etkisinin had safhada olduğu ve kuşağın değerlerinin buna göre şekillendiği ifade edilir. Savaş sonrası yeni bir dünya düzeninde tutunmaya çalışan X kuşağı, siyasal ve toplumsal olaylardan oldukça etkilenmiştir.

Y kuşağının X kuşağı sonrası radikal değişimlere maruz kaldığı, neoliberalizmin ve küreselleşmenin ön plana çıktığı bir düzende belirli tutum ve davranışlar elde ettiği görülmektedir. Modernizmin ön plana çıktığı ve söz konusu olduğu bu kuşakta, dijitalleşme önemli bir unsur haline gelmiştir (Kahraman, 2024: 11-13). Y kuşağı X kuşağı ile Z kuşağı arasında bir geçiş kuşağı olarak tanımlanmaktadır. Bu durum, X kuşağı ile Z kuşağına atfedilen çeşitli tutum ve değerlerin Y kuşağı tarafından da benimsenmesiyle ilgilidir. Y kuşağının dijital melezler olarak tanımlanması da analog sistemler ile dijital sistemleri bir arada yaşamalarına bağlanmaktadır (Bütün Aydın, 2023).

Z kuşağının günümüze en yakın kuşak olması, onların dijitalleşmenin etkisinde kalmasına ve buna göre değerler benimsemesine neden olmuştur. Bu dönemde Z kuşağı dijital yerliler olarak tanımlanır (Bütün Aydın, 2023: 1686). Dijitalleşmenin yirmi birinci yüzyılda önemli bir yere geldiği ve toplumu çeşitli alanlarda etkilediği görülmektedir. Buna göre yetişen, tutum ve davranışlar geliştiren dijital yerliler, kendi değerlerine göre kalıplar ortaya çıkarmışlardır (Aydın ve Poyraz, 2022). Z kuşağı dijital teknolojileri kullanarak rahat bir şekilde kendini ifade etmektedir. Bu durum diğer iki kuşağa göre ön plana çıkmıştır. Ancak dijital iletişime büyük önem atfeden Z kuşağı, yeni sessiz kuşak olarak tanımlanmaktadır (Gardner and Davis, 2013). Bu ifade kuşağın teknoloji temelli hareket etmesinin olağan bir sonucu olarak da yorumlanabilir. Tüm hayatları boyunca dijitalleşme ile iç içe olan Z kuşağı bireylerinin buna göre iletişim alışkanlıkları edinmeleri, algılarını da doğrudan etkilemiştir. Esasen hayatlarının merkezine işten ziyade yaşam değerlerini koyan Z kuşağı, geleneksel değerlerden ziyade yeniliklere ve teknolojiye önem vermektedir.

Z Kuşağı ve Siyasal Toplumsallaşma: Bireylerin Kuşakların kendilerine özgü davranış ve değerleri, her alanda olduğu gibi siyasal toplumsallaşma boyutunda da farklıdır. Bu kuşak X kuşağının geleneksel tutum ve davranışları ile X kuşağı ve Z kuşağı arasında kalan ve ara kuşak olarak da nitelendirilen Y kuşağına göre bulunduğu dönem itibarıyla daha güncel bir siyasi görüşe sahiptir (Hafizoğlu, 2021). Z kuşağının

diğer kuşaklara göre benimsediği değerler, onların davranışlarının şekillenmesinde ve buna göre katılım göstermelerinde etkili olmuştur. Özellikle tutucu ve katı fikirlerden ziyade değişime uygun birtakım düşüncelere sahip olan bireyler bu kapsamda daha esnek ve şartlara göre şekillenen siyasal tutum ve davranışlara sahiptir. Bu durum, modernitenin (Bauman, 2019) bir yansıması olarak da değerlendirilebilir.

Z kuşağının gelenekçi olmayan siyasal tutumları diğer kuşaklara göre önemli bir farklılık olarak görülmektedir. Katı bir siyasi ideolojiye sahip olmaktansa toplumsal alanda olması gereken düşünceler bu kuşağın değerler dizisini oluşturmuştur. Esasen bu durum toplumsal gerçeklikle doğrudan bir ilişkiyi de belirtmektedir. Z kuşağı, genç bireyler olarak toplumda önemli bir misyona sahiptir. Öyle ki katılımcı demokrasinin hayata geçirilmesinde gençler, etkili bir faktör olarak değerlendirilmektedir (Usta ve Dilber, 2020). Modern demokrasi, siyasi partiler üzerinden uygulanmaktadır (Okur Çakıcı ve Bayraktar, 2020). Ancak çeşitli yollarla diğer kuşaklarda olduğu gibi Z kuşağı da farklı şekillerde demokratik yapıya katkı sunmaktadır. Z kuşağının siyasal toplumsallaşma boyutu; beklentiler, ihtiyaçlar ve buna göre fayda ile ele alınmaktadır (Karataş ve Tarhan, 2024). Kuşağın siyasal katılım süreci diğer kuşaklara göre farklılaşmış ve özellikle sosyal medya da buna göre önemli bir faktör olarak ortaya çıkmıştır (Varlık ve Erendağ Sümer, 2022). Kuşaklar arasındaki bu fark incelendiğinde Z kuşağı dijital temele dayanan faaliyetlere daha fazla yoğunlaşmış ve buna göre tutumlar geliştirmiştir. Z kuşağının dijital teknolojileri çok sık kullanması, çevrimiçi bir kuşak olmaları ile de ifade edilmektedir (Çolak, 2021: 14-20).

Z kuşağının daha serbest bir ortamda büyümesi ve bilgiye erişme imkânlarının diğer kuşaklara göre yüksek olması, bu kuşağın toplumsal alanda bir otoriteye bağlı kalmasını engellemiştir. Bu durum siyasal tutum ve davranışlarda da kendisini göstermiştir. Z kuşağının yirmi birinci yüzyıla ait olan ilk kuşak olması, dijital teknoloji ile daha yakın olmalarına neden olmuştur (Demirel, 2021). Son kuşak olarak da ifade edilen Z kuşağı sanal gerçeklik ile gerçek yaşamın özelliklerini bir arada yaşamış ve değerlerini buna göre geliştirmiştir.

Z kuşağının yeniliğe açık olması ve radikal siyasal tutumlara sahip olmamasının, siyasal toplumsallaşma boyutunda kesin bir sınırın çizilmesine de engel olduğu bilinmektedir. Z kuşağı, günümüz modern siyasal alanında yeniliğe önem vermiş ve buna göre bir düşünce dizisi oluşturmuştur (Dalton, 2018). Bu durum siyasal alandaki koşulların dinamikliği ile ele alınabilir. Toplumsal ve siyasal alandaki gelişmelerin değişim hızı dikkate alındığında bu durum olağandır. Z kuşağının siyasal katılım faktörleri çeşitli demografik özelliklerden ziyade toplumsal alandaki talep ve beklentilerin karşılanmasına yönelik olarak şekillenmektedir. Bu çerçevede dil, ırk veya din gibi faktörler ön planda değildir (Kahraman, 2024: 47). Bu durum, evrensel bir siyasal düşünce kalıbı olarak da tanımlanmaktadır.

Z kuşağının siyasal katılım çerçevesini etkileyen belirli etmenler bulunmaktadır. Ülke içindeki temel siyasi sorunları ve çözümlerini ifade eden ulusal çevre faktörleri, ülkeyi doğrudan veya dolaylı bir şekilde etkileme gücü olan küresel çevre faktörleri, politik olaylara karşı kuşağın ilgi düzeyi, kısmen de olsa etkili olan demografik özellikler,

sosyal ve kültürel faktörler, çevresel ve ailevi faktörler ile sosyal medya faktörleri, bu kapsamda Z kuşağının katılım durumunu etkilemiştir (Çetin, 2022: 13-15). Kuşağın siyasal toplumsallaşmasında ortaya çıkan bu faktörlerin kuşağın her bireyi için aynı oranda etkili olmadığı ancak genel çerçevede benzer tutumlara etki ettiği kabul edilmektedir. Z kuşağının siyasal alanda tutucu olmaması ve gün geçtikçe ideolojilerden uzaklaşması, bağımsız olmaları ile ilgilidir (Turgut, 2024). Bu durum, katılım boyutunda yenilikçi bir eğilime sahip olmaları ile açıklanmaktadır.

Z kuşağı ile yapılan çalışmalar kapsamında bu kuşağın siyasal toplumsallaşmaya bakış açıları ortaya çıkmıştır. Şeffaf ve açık bir siyasal anlayışı savunma, siyasette mizahın önemli bir faktör olması ve gençlerin siyasal alanda etkili olmalarının istenmesi, kuşağın bu alana yönelik bakış açılarını yansıtmaktadır (Dilekli Karatay, 2024: 49-51). Kuşağın politik olaylara karşı duyarlı olduğu ve toplumsal alanda kendilerine daha fazla fırsat verilmesini istedikleri yapılan araştırmalardan çıkan bir sonuç olarak değerlendirilebilir (Küçükşabanoğlu, 2021). Kuşağın siyasal alanın dışında bırakıldıklarını düşünmeleri, bu kapsamda kuşaklar arasındaki bir mücadelenin de sonucu olarak değerlendirilir. Geleneksel değerlere bağlı olan X kuşağının siyasal partilere ve liderlere büyük önem verdikleri ve yenilikçi fikirlere karşı kuşku duydukları bilinen bir gerçektir. Y kuşağının hem geleneksel değerleri hem de yenilikçi değerleri bir arada benimsediği ve buna göre siyasal toplumsallaşma davranışlarını sergiledikleri görülmektedir. Z kuşağı ise otoriteye bağlı olmayan bir yapıya sahip ve yenilikçi ile faydacı bir katılım yaklaşımına yakındır. Bu çerçevede Z kuşağının siyasal tutum ve davranışlarının sorgulandığı ve temsilde diğer kuşaklara göre dışarda kaldıkları ifade edilebilir. Z kuşağının çevreye karşı güvensizlik hisseden, çoklu görev kabiliyetine sahip olan ve farkındalık düzeyleri yüksek bir kuşak olduğu kabul edilmektedir (Kiraz, 2023: 196). Bu durum diğer kuşaklarla kıyaslandığında farklılık yaratmaktadır. Siyasal katılım boyutunun da buna göre şekillenmesi olağan bir sonuçtur. Kuşağın gelenekçi olmaması ve farklılıklara değer atfetmesi, hoşgörü çerçevesinde diğer insanların da ön plana çıkmasına katkı sağlamıştır (McCrindle and Wolfinger, 2010). Siyasal alana da yansiyabilen bu çeşitlilik, olumlu bir durum olarak tanımlanmaktadır. Yaşları diğer kuşaklara göre küçük olan Z kuşağı bireyler, siyasal alanda çeşitli faktörler etrafında katılımında bulunmaktadırlar (Görün vd., 2023). Bu faktörler, bireylerin katılım düzeyini ve siyaset kavramına dair algıları çerçevesinde şekillenmiştir. Z kuşağının siyasete ve siyasal toplumsallaşmaya ilişkin algıları içinde buldukları toplumla da ilişkilidir. Bu durum kuşak çatışması, kuşak değerleri ve gelecek beklentilerine göre değerlendirilmektedir. Z kuşağının kişilik değerleri ile beraber çevreye ve diğer bireylere karşı yüksek bir farkındalığa sahip olmasının kuşağı ve davranışlarını tanımladığı ifade edilebilir (Göktaş ve Çarıkcı, 2015). Bu durum siyasal tutum ve algıların da buna göre biçimlenmesine ve toplumsal ile siyasal hayata yansımalarına etki etmiştir.

Z kuşağı, diğer kuşaklara göre çok kültürlü bir yapıyı benimsemiş ve buna göre davranmıştır (Gürel, 2023: 65). Bu durum siyasal farklılıkların bir arada olmasına katkı sağlamaktadır. İletişimin yüksek olması ile ulusal ve uluslararası bir etkileşimin olması, Z kuşağının evrensel olma özelliğini göstermektedir. Bu durum, dijital

teknolojilerle ve sosyal medya aracılığı ile daha yaygın bir hale gelmiştir. Diğer kuşaklardan farklı tutum ve davranışlara sahip olan kuşak, hem toplumsal gelişmelerden hem de teknolojik gelişmelerden etkilenmektedir.

Sosyal Medya: İnsanların toplu olarak yaşamalarının birbirleri ile olan ilişkilerini çeşitli yönlerden etkilediği bilinmektedir. İletişim alanındaki çalışmaların bu kapsamda insan ilişkilerinin gelişimine ve farklılaşmasına etkisi bulunmaktadır. Geçmişten günümüze iletişim alanındaki çalışmalar daha çok kitle iletişim araçları üzerine odaklanmış ve bu araçların etkinlikleri üzerine yoğunlaşmıştır (Çalışkan ve Mencik, 2015: 256). İnternet kullanıcıları arasında paylaşım yapılan ve etkileşim olanağı sağlayan çevrimiçi uygulamalar sosyal medya platformları olarak ifade edilir (Çalışır ve Okur Çakıcı, 2015: 273). İletişim araçlarına bakıldığında mağara resimleri ile başlayan sürecin günümüzde Facebook, Youtube, Twitter gibi platformlarla devam ettiği ve iletişimin çok farklı bir noktaya geldiği görülmektedir (Şimşek, 2012: 35). İletişim serüveninin bu denli gelişimi, bilimsel gelişmelerin seyrine paralellik göstermektedir. Çeşitli ülkelerde yapılan çalışmalarla iletişim araçlarının gelişimine bağlı olarak sosyal medya araçları ortaya çıkmış ve kullanımı yaygınlaşmıştır.

Teknolojinin gelişmesi ve dijitalleşmenin günümüzde önemli bir hale geldiği görülmektedir. Bu durum bireylerin davranışlarına da çeşitli etkilerde bulunmuştur. İletişim kurma, çeşitli faaliyetleri düzenleme ve tanıtım çerçevesinde sosyal medya kanalları ön plana çıkmış ve kullanılmıştır (İnal, 2023: 380). Sosyal medyanın yaygın bir hale gelmesinin çeşitli faaliyetlerin çevrimiçi ortamda yapılmasına ve haliyle kamu kurumları ile özel kurumların dijitalleşmelerine de etki ettiği ileri sürülebilir. Sosyal medyanın zaman ve mekân kavramlarının ortadan kalkmasına ve toplumsal hayatla beraber bireysel alanda da değişim ve dönüşümün ön plana çıkmasına neden olduğu savunulabilir (Çalışkan ve Mencik, 2015: 257). Sosyal medya, geliştirilmiş altyapılarla desteklenmiş ve sosyal etkileşim buna göre biçimlenmiştir. Telekomünikasyon teknolojilerinin sosyal etkileşimle uyumlu bir yapılanmaya dayalı internet araçları bu bağlamda öne çıkmıştır (Dabner, 2012).

Sosyal medyanın; sohbet etme, katkı sağlama, topluluklar, işbirliği ile yorumlamaya dayalı bir yapılanması bulunmaktadır (Çalışkan ve Mencik, 2015: 257-258). İfade edilen etmenler etrafında temellendirilen sosyal medya bireylerin çeşitli taleplerinin karşılanmasına yönelik bir yapıya sahiptir. Sosyal medya, bireylerin görüşlerini ifade etmesi, çeşitli faaliyetler için planlama yapması ve kişisel özelliklerine göre sosyal alan oluşturulması ile ilgili amaçlara olanak sağlamıştır. Sosyal medyanın, internet tabanlı sistemlere dayanmasının internet kullanımının artmasında ve buna göre iletişim teknolojilerinin altyapılarına önem verilmesinde etkili olduğu bilinmektedir. Bireylerin hem içerik üreticileri olarak hem de çeşitli içeriklerin tüketicileri olarak değerlendirilmesi, sosyal medyanın bilgi ve haber alanında ortaya çıkardığı bir sonuçtur (Yavuz ve Haseki, 2012). Sosyal medyanın ortaya çıkardığı durum bilgi alma ile beraber sosyal, kültürel, ekonomik ve siyasal alanlarda radikal değişimlere neden olmuştur. Bu gelişim bireylerin tutum ve davranışlarının çeşitlenmesinde etkili olmuştur. Sosyal medya; katılımı sağlama, açık bilgi paylaşımı, karşılıklı konuşma,

topluluklar ile kaynaklara rahatça erişim kapsamında özelliklere sahiptir (Çalışkan ve Mencik, 2015: 260-261).

Sosyal medyanın dijital teknolojilerin gelişimi sebebiyle hızlı bir yapıda olduğu ve toplumun birçok kesimi tarafından kullanıldığı görülmektedir. Bu durum, sosyal medyanın geleneksel medya ile olan farkını ortaya koymaktadır (Lietsala and Sirkkunen, 2008). Geleneksel medyadan farklı olarak sosyal medyanın birçok bileşene sahip olması ve daha ucuz olması, tercih edilebilirliğini artırmıştır. Bilgiye ulaşmanın önemli bir noktaya geldiği modern toplumda sosyal medya geleneksel medyayı birçok yönden baskılamıştır. Sosyal medyanın bireylerin kullanımına bağlı olarak çeşitli sonuçlara neden olduğu ve bunların olumlu veya olumsuz olarak nitelendirildiği görülmektedir. Bireylerin elde ettikleri bilginin paylaşılması ve bunun sosyal ağlarla birçok kişiye ulaşması bu çerçevede önem taşımaktadır.

Sosyal medyanın çeşitli araçlarla bireylerin kullanımında olduğu ve buna yönelik olarak birçok uygulamanın söz konusu olduğu ifade edilebilir. *Bloglar, medya paylaşım siteleri, sanal dünyalar, forumlar, wikiler, podcasting, sosyal inleme ve sanal ağlar* gibi çeşitli sosyal medya bileşenleri vardır (Tosun, 2013). Facebook'un, sosyal ağlarda ilk uygulamalardan biri olarak ortaya çıktığı ve yaygınlaştığı ifade edilebilir. Twitter özellikle bilgi güncelliği noktasında son dönemde ön plana çıkan bir uygulama olarak kullanılmaktadır (Tosun, 2013). Aktif ve etkili bir kanal olması uygulamanın canlılığına ve sosyal medyada ön plana çıkmasına katkı sağlamıştır.

Sosyal medya, bireylerin tutum ve davranışları ile iletişim kanallarının çeşitlenmesinde önemli bir kavramdır. Sosyal medyayı kullanan bireyler, kendi fikirlerine uygun bir alan yaratarak diğer bireyler üzerinde de etkili olmaktadır. Sosyal medya değişen ve gelişen teknoloji sayesinde çok aktörlü bir yapı meydana getirmiş ve geleneksel iletişim kanallarını unutturmuştur (Aydın, 2016). İnsanların sosyalleşmesine katkıda bulunan sosyal medya, bu kapsamda tercih edilmektedir (Çelik, 2024: 40-41). Karşılıklı bir iletişimi mekân ve zaman kaybı olmaksızın sağlayan sosyal medya, bireylerce çok tercih edilmektedir. Sosyal medyanın hızlı bir iletişim sağlaması ve çok az bir maliyet getirmesi, kullanıcıları buna sevk etmiştir. Hem bilgisayarlarla hem de mobil cihazlarla çift yönlü iletişime olanak sağlayan sosyal medya, web tasarımları ile çok kullanışlı bir hale gelmiştir (Yıldız, 2021).

2. YÖNTEM

Araştırmanın evrenini Türkiye'deki Z kuşağına mensup bireyler oluşturmaktadır. Örneklem grubu ise TR52 Bölgesindeki (Karaman-Konya illeri) Z kuşağı bireylerdir. Araştırmada, nicel araştırma yöntemine uygun bir şekilde veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmış. Selvi'nin (2020), Elciyar'ın (2016) ve Balcı ve Sarıtaş'ın (2016) çalışmalarından anket sorularının tasarlanmasında yararlanılmıştır. Araştırmada genel bilgiler bölümünde; demografik özellikler ile sosyal medya ve siyasal toplumsallaşma ile ilgili bilgiler yer almaktadır. İkinci bölümde ise; sosyal medya ile siyasal katılımı belirlemeye yönelik sorular bulunmaktadır. Çalışmada araştırmanın anket sorularının güvenilirliğini ifade eden Cronbach Alpha katsayısı

0,928 olarak çıkmıştır. Ölçek güvenilirliğini anlayabilmek için hesaplanan Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı $0,00 \leq \alpha \leq 0,40$ ise ölçeğin güvenilir olmadığını, $0,40 \leq \alpha \leq 0,60$ ölçeğin düşük güvenilirlikte olduğunu, $0,60 \leq \alpha \leq 0,80$ ise ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu, $0,80 \leq \alpha \leq 1,00$ ise ölçeğin yüksek güvenilirlikte olduğunu belirtmektedir (Hayran ve Hayran, 2011). Bu kapsamda kullanılan anket sorularının kullanımının yeterli/güvenilir olduğu görülmektedir. Evreni bilinen durumlarda örneklem sayısını belirlemede; $n = \frac{N \cdot p \cdot q \cdot z^2}{(N-1) \cdot d^2}$

N =Evrendeki kişi sayısı

p =Araştırılan durum sıklığı

q : İncelenen durumun görülme sıklığı

d =Etki büyüklüğü

formülü kullanılarak en az 385 kişiye ulaşılması gerekmektedir. Araştırmamızda 551 kişiye ulaşıldığından yeterli bir örneklem sayısı söz konusudur. Çalışmanın verilerinin toplanması için Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulundan 04.07.2024 tarih ve 09-2024/211 sayılı karar ile onay alınmıştır.

Veriler SPSS V.25 paket programıyla analiz edilmiştir. Tanımlayıcı istatistiksel olarak ortalama±standart sapma, sayı-yüzde gibi analizlerden faydalanılmıştır. Verilerin normal dağılıma uygunluğu Kolmogorov-Smirnov testi ile incelenmiştir. Parametrik testlerde bağımsız iki grupta t testi, bağımsız üçlü grupta One-Way ANOVA testi kullanılmıştır. İstatistiksel anlamlılık düzeyi $p < 0,05$ olarak kabul edilmiştir.

3. BULGULAR

Araştırmanın bulguları tablolarla ortaya konulmuştur. Genel bilgilerle demografik bilgiler bireylerin tanıtıcı özelliklerinin ortaya çıkmasında rol oynarken, diğer siyasal katılım ve sosyal medya kullanımına ilişkin tablolar da araştırmanın bu çerçevede analiz edilmesini sağlamıştır.

Tablo 1. Katılımcıların Tanıtıcı Özellikleri

		Sayı (n)	Yüzde (%)
Yaş	Minimum: 18, Maksimum: 25; 20,96±1,63		
Cinsiyet	Kadın	295	53,5
	Erkek	256	46,5
Eğitim	Ön Lisans	157	28,5
	Lisans	369	67,0
	Lisansüstü	25	4,5

Katılımcıların yaş ortalaması 20,96±1,63 olup %53,5'i kadın olarak tespit edilmiştir. Araştırma Z kuşağı bireyleri kapsadığı için yaş aralıklarının bu değerlerde çıkması beklenen bir sonuçtur. Z kuşağı bireylerin eğitim durumları ele alındığında lisans

eğitimine sahip bireylerin en yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Bu durum, ifade edilen yaş aralığındaki bireylerin eğitim çağında olmalarıyla ilgilidir. Z kuşağının düşük bir oranı da lisansüstü eğitime sahiptir (%4,5).

Tablo 2. Sosyal Medya ile Siyasal Katılım Ölçeği Güvenirlik Katsayısı

	Cronbach Alfa Kat Sayısı
Sosyal Medya ile Siyasal Katılım Ölçeği	0,928

Sosyal medya ile siyasal katılım ölçeği Cronbach Alpha Katsayısı 0,928 olarak bulunmuştur. Araştırmada kullanılan anket sorularının yeterli olduğu bu çerçevede ifade edilebilir. Cronbach Alpha katsayısının 0,80'den yüksek çıkması *yüksek güvenilirlik* olarak ifade edilmektedir.

Tablo 3. Katılımcıların İnternet Kullanım Durumları

		Sayı (n)	Yüzde (%)
Günün her saati internete bağlanma durumu	Evet	445	80,8
	Hayır	106	19,2
Günlük internet kullanım durumu	0-3 saat	114	20,7
	4-6 saat	302	54,8
	7-9 saat	96	17,4
	10+ saat	39	7,1
Okunulan bölümün yapılan paylaşımları etkileme durumu	Evet	320	58,1
	Hayır	231	41,9
İnternet süresinin sosyal platformlarda kullanılma durumu	Büyük kısmı	290	52,6
	Yarısı	158	28,7
	Azı	72	13,1
	Geçirmeme	31	5,6
En çok kullanılan kitle iletişim aracı	Sosyal medya	441	80,0
	İnternet sayfaları	79	14,4
	Gazete	17	3,1
	T.V.	14	2,5
En çok kullanılan sosyal medya aracı	Youtube	161	29,2
	Facebook	16	2,9
	Twitter	21	3,8
	Instagram	321	58,3
	Diğer	32	5,8
Sosyal medya kullanım amacı	İletişim için	70	12,7
	Yeni kişilerle tanışmak için	69	12,5
	Kendimi ifade etmek için	17	3,1
	Gündemi-arkadaşlarımı yakalamak için	161	29,2
	Eğlenmek/boş zamanı değerlendirmek için	234	42,5
Habere hızlı ulaşmanın ilk yolu	Sosyal medya	282	51,2
	İnternet sayfaları	249	45,2
	T.V.	1	0,2
	Diğer	19	3,4

Katılımcılardan günün her saati internete bağlanabilenler %80,8 olarak belirtilmiştir. Günlük internet kullanımında Z kuşağı bireylerin %80 oranına yakın bir kesimi 4 saatten fazla internete bağlanmaktadır (%79,3). Bireylerin okudukları bölümlerin sosyal medyada yaptıkları paylaşımları önemli bir düzeyde etkilediği görülmektedir (%58,1). Bu durum eğitim alanının sosyal medyaya olan etkisi kapsamında değerlendirilebilir. Z kuşağı bireylerin yarısından fazlasının internet süresinin büyük bir kısmını sosyal platformlarda geçirdiği ortaya çıkmıştır. Kitle iletişim aracı olarak en fazla sosyal medyanın ön planda olduğu görülürken, gazete ve televizyonun çok düşük düzeylerde olduğu görülmektedir. Bu durum, kuşak değerleri ile teknolojik imkânlarla ilişkilidir. Instagram ve Youtube gibi popüler sosyal medya araçlarının genç kesimin ilgisini çektiği görülürken, sosyal medyanın en çok kullanım amacı eğlenmek/boş zamanı değerlendirmek için bulunmuştur. Bireylerin habere ulaşmada da internet olanaklarından yoğun bir şekilde istifade ettikleri ve sosyal medya başta olmak üzere %95 oran üzerinde teknolojik imkânlardan yararlandıkları ortaya çıkmıştır (%96,4).

Tablo 4. Katılımcıların Oy Kullanma ve Siyasal Yönelim/Etki Durumları

		Sayı (n)	Yüzde (%)
Daha önce oy kullanma durumu	Evet	256	46,5
	Hayır	295	53,5
Bir seçimde oy vermeyi en çok etkileyen faktör	Siyasi parti	86	15,6
	Aday	174	31,6
	İdeoloji	284	51,5
	Aile faktörü	7	1,3
Seçim dönemi siyasal konulara ilgi düzeyi	Fazla	226	41,0
	Nadiren	261	47,4
	Yok	64	11,6
Sosyal medyanın ülke siyasetindeki etki düzeyi	Fazla	395	71,7
	Nadiren	117	21,2
	Yok	39	7,1

Katılımcıların yarısının daha önce oy kullanmadığı, oy vermeyi öncelikli etkileyen faktör ideoloji olduğu saptanmıştır. Bireylerin seçim dönemlerinde yüksek bir oranda siyasal konulara ilgileri olduğu ortaya çıkmıştır. Sosyal medyanın ülke siyasetindeki etki düzeyi de %71,7 olarak bulunmuştur. Özellikle son yıllarda siyasal alanda sosyal medyanın hızlı ve etkili bir araç olarak toplumun önemli bir kesimine ulaşmada bir araç olarak kullanılması bu sonuçla ortaya çıkmaktadır.

Tablo 5. Katılımcıların Sosyal Medya İle Siyasal Katılım Frekans Dağılımları

Fikirler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	Sayı (n) Yüzde (%)	Sayı (n) Yüzde (%)	Sayı (n) Yüzde (%)	Sayı (n) Yüzde (%)	Sayı (n) Yüzde (%)
Bir siyasi konu hakkında görüşümü çevrim-içi olarak paylaşıyorum.	284 51,5	92 16,7	77 14,0	25 4,5	73 13,2
Siyasi konulardaki dilekçe vb. kampanyalara çevrim-içi olarak katılıyorum.	323 58,6	70 12,7	71 12,9	41 7,4	46 8,3
Sosyal medyada siyasi konularda paylaşımlarda bulunurum.	307 55,7	68 12,3	85 15,4	37 6,7	54 9,8
Desteklediğim siyasilerin sosyal medya hesaplarını takip ederim.	277 50,3	77 14,0	59 10,7	69 12,5	69 12,5
Sosyal medyada benzer görüşteki kişileri/sayfaları takip ederim.	204 37,0	70 12,7	139 25,2	54 9,8	84 15,2
Sosyal medyada farklı görüşteki kişileri/sayfaları takip ederim.	185 33,6	87 15,8	116 21,1	93 16,9	70 12,7
Sosyal medyadaki siyasi içerikleri günlük hayatta da tartışırım/konuşurum.	147 26,7	96 17,4	124 22,5	80 14,5	104 18,9
Siyasi kurumlarla/kişilerle sosyal medya kanalları üzerinden iletişime geçerim.	324 58,8	96 17,4	47 8,5	21 3,8	63 11,4
Siyasileri etkilemek amacıyla sosyal medyada yapılan faaliyetlere katılıyorum.	342 62,1	75 13,6	90 16,3	24 4,4	20 3,6
Desteklediğim siyasetçilerin faaliyetlerini sürekli takip ederim.	210 38,1	128 23,2	79 14,3	72 13,1	62 11,3
Başka kişilerce paylaşılan içerikleri sosyal medyada paylaşıyorum.	246 44,6	106 19,2	100 18,1	71 12,9	28 5,1
Sosyal medyada tartışmalı konular hakkında paylaşımlarda bulunurum.	326 59,2	78 14,2	97 17,6	36 6,5	14 2,5
Desteklediğim siyasi partinin hesaplarını takip ederim.	370 67,2	62 11,3	65 11,8	31 5,6	23 4,2
Kendime yakın görmediğim siyasi kişi veya partileri de takip ederim.	365 66,2	49 8,9	90 16,3	26 4,7	21 3,8
Seçim zamanlarında sosyal medyadaki siyasi kampanyalara katılıyorum.	375 68,1	80 14,5	64 11,6	14 2,5	18 3,3
Sosyal medya uygulamalarına sınırlama getirilmesi oy tercihim etkiler.	167 30,3	83 15,1	99 18,0	100 18,1	102 18,5
Arkadaşlarımla sosyal medyadaki siyasi içerikleri siyasal görüşümü etkiler.	316 57,4	105 19,1	59 10,7	29 5,3	42 7,6
Siyasi toplulukların sosyal medyadaki siyasi içerikleri siyasal görüşümü etkiler.	318 57,7	89 16,2	72 13,1	45 8,2	27 4,9

Z kuşağı bireylerin sosyal medya kullanımı ile siyasal katılım tutum ve davranışlarının belirlenmesine yönelik verilen yanıtlar değerlendirildiğinde; siyasal bir konu hakkında çevrimiçi olarak görüşün paylaşılmadığı (%68), siyasal konulardaki kampanyalara katılımın düşük olduğu (%71), sosyal platformlarda paylaşımda bulunmanın az olduğu (%67), destek verilen siyasi figürlerin sosyal medya hesaplarının takip edilmediği (%64), sosyal medyada benzer ve farklı görüşteki sayfalar ile kişilerin fazla takip edilmediği ve sosyal medyadaki siyasal konuların günlük hayatta çok konuşulmadığı ortaya çıkmıştır.

Siyasi kurumlarla/kişilerle sosyal medya kanalları üzerinden iletişime geçme, siyasileri etkilemek amacıyla sosyal medyada yapılan faaliyetlere katılma, desteklenen siyasetçilerin faaliyetlerini sürekli takip etme, başka kişilerce paylaşılan içerikleri sosyal medyada paylaşma, sosyal medyada tartışmalı konular hakkında paylaşımlarda bulunma, desteklenen siyasi partinin hesaplarını takip etme, yakın görülmeyen siyasi kişi veya partileri takip etme ve seçim zamanlarında sosyal medyadaki siyasi kampanyalara katılma noktasında Z kuşağı bireylerin katılımcı olmadıkları görülmektedir. Bu durum günlük hayatta aktif olan Z kuşağının siyasal hayatın içinde yer almadığını göstermektedir. Sosyal medya kısıtlamaları, arkadaş paylaşımlarının siyasal düşüncüyü etkileme düzeyi ve diğer siyasi toplulukların sosyal medyadaki siyasi paylaşımlarının Z kuşağı bireylerini etkileme düzeyi düşük kalmıştır (%60+). Sosyal medyada siyasal katılım düzeylerinin düşük olması Gürel'in (2023) ve Sarihan'ın (2023) çalışmasına benzerlik taşımaktadır.

Tablo 6. Katılımcıların Sosyal Medya ile Siyasal Katılım Ölçeği Toplam Puan Ortalamalarının Belirlenmesi

	Minimum-Maksimum Puan	Toplam Puan Ortalaması/Standart Sapma
Sosyal Medya ile Siyasal Katılım Ölçeği	18,0-85,0	37,7±15,7

Katılımcıların Sosyal Medya ile Siyasal Katılım Ölçeği toplam puan ortalaması 37,7±15,7 olarak bulunmuştur. Bireyler, her bir soruya verdikleri cevaba göre en az 1 puan en çok da 5 puan almışlardır.

Tablo 7. Katılımcıların Bazı Özelliklerine Göre Toplam Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması

	Ortalama/Standart Sapma	Test değeri/p değeri
Cinsiyet		
Kadın	35,0±14,6	t=-4,28 / p =0,001*
Erkek	40,7±16,5	
Eğitim durumu		
Ön lisans	46,4±17,1	F=3,850 /p =0,001*
Lisans	34,3±13,7	
Lisansüstü	32,7±13,0	

İnternetteki sürenin sosyal medya platformlarında geçirme süresi		
Büyük kısmı	36,7±13,7	F=2,69/p =0,045*
Yarısı	37,1±16,7	
Azını	40,4±20,6	
Geçirmem	43,6±13,3	
Gün boyunca internette geçirme süreci		
0-3 saat	38,4±17,7	F=9,712/p=0,004*
4-6 saat	36,8±15,4	
7-9 saat	34,5±10,6	
10 saat+	49,7±17,1	
Daha önce oy kullanma durumu		
Evet	41,0±18,0	t=4,662/ p =0,001*
Hayır	34,8±12,8	
Okunulan bölümün paylaşım durumunu etkileme durumu		
Evet	39,1±17,3	t=2,656/p=0,008*
Hayır	35,7±13,0	

t=İkili bağımsız gruplarda parametrik test

F=Üçlü bağımsız gruplarda parametrik test $p \leq 0,05$

Erkek katılımcıların ölçek toplam puan ortalamaları kadınlara göre daha fazla olduğu ve istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık belirlenmiştir. Bu sonuç, Balcı ve Sarıtaş'ın (2016) çalışmasında da ortaya çıkmıştır. Eğitim düzeyi arttıkça toplam puan ortalamalarının azaldığı sonucu bulunmuştur. Gün boyunca internette 10 saat ve üzeri geçiren Z kuşağı bireylerin ölçek toplam puan ortalamaları 0-3 saat geçirenlere göre daha fazla puan aldığı ve istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Günün her saati internete bağlanabilen katılımcıların bağlanamayan katılımcılara göre daha fazla puan aldığı ve istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Daha önce oy kullananların kullanmayanlara ölçek toplam puan ortalamaları daha fazla bulunmuştur. Okunulan bölümün sosyal medya paylaşım durumunu etkilediğini ifade edenlerin ifade etmeyenlere göre ölçek toplam puan ortalamalarının daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bazı özelliklere (sosyal medyanın ülke siyasetini etkileme durumu, en çok kullanılan kitle iletişim aracı gibi) göre ise gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. ($p \geq 0,05$).

4. TARTIŞMA

Teknolojinin günlük hayattaki kullanımını son yıllarda giderek artmaktadır. İletişim teknolojilerinin gelişmesi ve teknolojik altyapıların önemli bir düzeyde geldiği günümüzde bu durumun farklı alanlarda yansımaları olmaktadır. Teknolojinin sosyal, kültürel, ekonomik, çevresel etkileri olduğu gibi siyasal alanda da belirli bir düzeye etkisi olmaktadır. Bu durum, siyasal alanın şekillenmesinde ve yöneten/yönetilen ilişkilerinin şekillenmesinde ön plana çıkmaktadır. Teknolojinin son yıllarda büyük bir gelişim göstermesi geleneksel iletişim kanalları ile geleneksel medyanın arka planda kalmasına neden olmuştur. Radyo, televizyon ve gazete gibi geleneksel ve yavaş iletişim araçlarının popülerliğini kaybettiği ve yerini sosyal medya araçlarına

bıraktığı görülmektedir. Sosyal medyanın hızlı ve toplumun her kesimine ulaşan bir yapıda olmasının bu geçiş sürecini hızlandırdığı ifade edilebilir.

Geleneksel anlamda oy verme faaliyetini, modern anlamda oy vermenin yanında çeşitli faaliyetleri ve çalışmalarını kapsayan siyasal katılım olgusunun geçmişten günümüze çeşitli evrelerden geçtiği ve sürekli bir değişim ve gelişim sürecinde olduğu söylenebilir. İmparatorluklar ile krallıkların yerini demokratik temeller üzerine kurulu devlet sistemlerine bıraktığı ve modern devletlerin ortaya çıktığı son birkaç yüzyılda yöneten/yönetilen ilişkileri farklılaşmıştır. Bu durum, bireysel hak ve özgürlüklerin korunması ve kullanılması amacıyla yönelik bir düşünce temelinde dayandırılır. Siyasal yetkinin paylaşımı ve meşru siyasal alanın yaratılmasına yönelik yeniden biçimlenen siyasal katılım kavramı, bireylerin talep ve ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik bireysel ve toplumsal hareketleri içine almaktadır. Bu durum, siyasal katılımın çeşitli araçlarla ortaya çıkmasına ve kamu otoritelerinin buna göre sorumlu tutularak denetim altına alınmasına katkı sağlamaktadır.

Araştırmada, Z kuşağı bireylerin dijital teknolojilerle yüksek bir oranda iç içe olduğu ortaya çıkmıştır. Günün önemli bir kısmını dijital platformlarda geçiren bireylerin geleneksel medya kanallarına hiç önem vermedikleri ve sosyal medya platformlarını kullandıkları görülmektedir. Bu durum, kuşak tutum ve değerlerinin farklılaşması olarak değerlendirilmektedir. Z kuşağının bu yönüyle diğer kuşaklardan farklılaştığı görülmektedir. Zamanı değerlendirme, eğlenme ve gündemi takip etmenin hızla değişen günümüzde Z kuşağı için önemli olduğu ortaya çıkmıştır. Z kuşağının yaşın küçük olmasının araştırmada bireylerin oy vermemesine neden olduğu görülürken, siyasal düşüncenin bireylerin oy vermelerini etkileyen en önemli kavram olduğu görülmektedir. Aile faktörünün oy vermeyi etkileyen en düşük faktör çıkması Z kuşağını diğer kuşaklardan ayıran önemli bir olgudur. Sosyal medyanın araştırmada siyasal alanda önemli bir platform olduğu ortaya çıkmıştır.

Z kuşağının sosyal medya ile siyasal katılım oranları ele alındığında, siyasal alanda aktif bir tutum içinde olmadıkları ve siyasal alana karşı çekingen bir yaşam tarzına sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Özellikle eğitimlerini sürdüren Z kuşağı bireylerinin önceliklerinin farklı olmasının siyasal alana ilgi duymamalarına neden olduğu düşünülebilir. Bu durum, sosyal medya kullanımında da ön plana çıkmış ve sayısal olarak da tespit edilmiştir. Aktif bir kuşak olan Z kuşağının bu düşüncesinin siyasal alana karşı olan güvensizliğin bir sonucu olarak da yorumlanması söz konusudur. Erkek katılımcıların kadınlara göre siyasal katılımda ön plana çıktığı görülürken, eğitim seviyesi yükseldikçe siyasete ilginin azaldığı ortaya çıkmıştır.

SONUÇ

Siyasal katılımda sosyal medyanın önemli bir araç olduğu ve son yıllarda gerek siyasi partiler gerekse de siyasi kişiler ve vatandaşlar tarafından aktif olarak kullanıldığı görülmektedir. Sosyal medyanın hızlı olması, toplumun büyük bir kesimine ulaşmada kolay bir platform olması kullanılabilirliğini artırmıştır. Geleneksel siyasal katılım metotları yanında çeşitli amaçlarla kullanılabilen sosyal medyanın hükümet

politikalarının değişmesinde de etkili olduğu açıktır. Gerek seçim zamanı siyasi partilerin gerekse de bireylerin taleplerini yetkili makamlara ulaştırmada sosyal medyadan aktif olarak yararlandıkları görülmektedir.

Z kuşağı bireylerin sosyal medyayı en çok kullanan kuşak oldukları bilinmektedir. Haliyle bu grubun siyasal toplumsallaşması incelenmeye değerdir. Araştırmada Z kuşağı bireylerin siyasal tutum ve davranışlarının sosyal medya ekseninde bir değerlendirmesi yapılmıştır. Siyasal katılımı sosyal medyanın Z kuşağının katılım davranışını diğer kuşaklara göre daha fazla etkilemesine (Varlık ve Erendağ Sümer, 2022) rağmen, aktif olmadıkları görülmektedir. Dolayısıyla araştırmada Z kuşağı bireylerin sosyal medyayı aktif olarak kullandığı ancak siyasal katılım düzeylerinin bu yoğunluğa göre düşük olduğu görülmektedir. Sosyal medyanın siyaseti belirleyici bir yapısı olmasına rağmen Z kuşağının bu denli düşük bir siyasal katılım oranında kalmasının, hem var olan siyasal sistemin bireylerce güvenli olarak kabul edilmemesine hem de bu kuşak bireylerinin önceliklerinin farklı olmasına bağlanabileceği ileri sürülebilir.

Sonuç olarak sosyal medyanın siyasal alandaki etkisi gün geçtikçe artmaktadır. Hatta siyasal partilerin dahi aktif olarak kullandıkları bir platform olması, sosyal medyanın bireylerin talep ve ihtiyaçlarının gündemde olması ve karşılanması noktasında etkili bir araç olarak görülebilir. Bu bağlamda Z kuşağı ile birlikte diğer kuşak bireylerinin de hızlı bir şekilde siyasal otoritere ulaşılmasını ve buna göre politikalar oluşturmasını sağlayabileceği söylenebilir. Bu kapsamda bir başka siyasal katılım aracı olarak sosyal medyanın etkili bir şekilde kullanımı önem taşımaktadır. Özellikle Z kuşağı ile diğer kuşakların farklı bölgelerde karşılaştırmalı olarak sosyal medya aracılığı ile siyasal tutum ve davranışlarının belirlendiği çalışmaların literatüre katkı sağlayacağı söylenebilir.

A STUDY ON THE SOCIAL MEDIA USE AND POLITICAL PARTICIPATION/ATTITUDES OF GENERATION Z INDIVIDUALS

1. INTRODUCTION

As people settled down and started to live collectively, the social sphere was recreated and individuals developed behaviors accordingly in urban areas. The emergence of the modern state and the attribution of value to human rights and freedoms have affected the political sphere and a participatory understanding of governance has come to the fore. Political participation refers to the involvement of individuals in governance through both classical participation channels and extraordinary participation channels. Today, political participation is considered as an important phenomenon with various factors. In particular, the fact that social media has become an online communication channel and is actively used by a large segment of the society, especially by Generation Z, has also affected the dimension of political participation. It is important to measure the political participation attitudes and behaviors of Generation Z, which has a more dynamic structure and hyperactive attitudes at the point of access to information, through social media. How Generation

Z, which values online communication channels and thus social media rather than physical communication, evaluates the phenomenon of political participation is valuable. In this study, social media and political participation attitudes were analyzed in the context of Generation Z. Within this framework, political participation, Generation Z and social media were evaluated within the scope of the literature. As a result of the findings obtained from the participating individuals, the social media and political participation attitudes of Generation Z were analyzed.

2. METHODS

The population of the study consists of individuals belonging to Generation Z in Turkey. The sample group is the Generation Z individuals in TR52 Region (Karaman-Konya provinces). In the study, Cronbach's alpha coefficient, which expresses the reliability of the survey questions, was 0.928. The data were analyzed with SPSS 25 package program. Descriptive statistical analyses such as mean±standard deviation, number-percentage were used. The suitability of the data for normal distribution was examined with the Kolmogorov-Smirnov test. In parametric tests, independent two-group t test and independent three-group One-Way ANOVA test were used. Statistical significance level was accepted as $p < 0.05$.

3. RESULTS

The average age of the participants was 20.96 ± 1.63 and 53.5% of them were female. Since the research covers Generation Z individuals, it is an expected result that the age ranges are in these values. Among the participants, those who can connect to the internet at all hours of the day are 80.8%. In daily internet use, it is seen that close to 80% of Generation Z individuals connect to the internet for more than 4 hours (79.3%). It is seen that the departments that individuals study have a significant effect on their social media posts (58.1%). This situation can be evaluated within the scope of the effect of the field of education on social media. The Cronbach's Alpha Coefficient of the Scale of Political Participation with Social Media was found to be 0.928. It can be stated in this framework that the survey questions used in the research are sufficient. The mean total score of the participants in the Scale of Political Participation with Social Media was found to be 37.7 ± 15.7 . Individuals received a minimum score of 1 point and a maximum score of 5 points according to their answers to each question.

4. DISCUSSION

When the social media and political participation rates of Generation Z are analyzed, it is revealed that they are not active in the political field and have a timid lifestyle towards the political field. It can be thought that the different priorities of Generation Z individuals, especially those who continue their education, cause them not to be interested in the political field. This situation has also come to the forefront in social media use and has been determined numerically. This opinion of Generation Z, which is an active generation, can also be interpreted as a result of distrust in the political

sphere. While it was observed that male participants were more prominent in political participation than female participants, it was revealed that interest in politics decreased as the level of education increased.

CONCLUSION

It is known that Generation Z individuals are the generation that uses social media the most. Therefore, the political socialization of this group is worth examining. In this study, an evaluation of the political attitudes and behaviors of Generation Z individuals was made on the axis of social media. It is seen that Generation Z individuals actively use social media, but their level of political participation is low compared to this intensity. It can be argued that the fact that Generation Z has such a low level of political participation despite the fact that social media has a determining structure in politics can be attributed to the fact that the existing political system is not accepted as safe by individuals and that the priorities of the individuals of this generation are different. In conclusion, the impact of social media in the political arena is increasing day by day. The fact that social media is a platform that even political parties actively use can be seen as an effective tool in terms of keeping the demands and needs of individuals on the agenda and meeting them. In this context, it can be said that generation Z and other generations can quickly reach political authorities and formulate policies accordingly.

KAYNAKÇA

- Aristoteles. (1975). *Politika*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Aydın, A., ve Poyraz, E. (2022). Dijital Yerlilerin Dijital Kamu Diplomasisi Uygulamalarına Yönelik Algısı: Kültür Diplomasisi Özelinde Bir Değerlendirme. *Uluslararası Sosyal Siyasal ve Mali Araştırmalar Dergisi (USSMAD)*, (2)1, 1-11.
- Aydın, İ.E. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir Araştırma: Anadolu Üniversitesi Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 373-386.
- Balcı Ş., ve Sarıtaş, H. (2016). Facebook ve Siyasal Katılım: 2014 Yerel Seçimleri Araştırması. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (27), 511-535.
- Bauman, Z. (2019). *Akışkan Modernite* (Çev.: Sinan Okan Çavuş). İstanbul: Can Yayınları.
- Büdü Aydın, E. (2023). Kuşakların Teknoloji Kullanımının Mahremiyet Kapsamında Karşılaştırılması: Dijital Melezler ve Dijital Yerliler. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder)*, 11 (2), 1679-1702.
- Büyüktosunoğlu, T. (2013). *Selçuk ve Dicle Üniversitesi Öğrencilerinin Siyasal Katılma Davranışları Üzerine Uygulamalı Bir Çalışma*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Ana Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Chachava, R. (2007). *What is Politics?* Erişim: 25 Temmuz 2024, <https://taxuna.files.wordpress.com/2015/11/whatis-politics.pdf>.
- Çalışır, G., ve Okur Çakıcı, F. (2015). Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Sosyal Medyada Kurulan Benlik İnşasının Temsili. *Turkish Studies*, (10)10, 267-290.
- Çalışkan, K. (2016). Siyasal Kültür: Yeni Yaklaşımlara Genel Bir Bakış. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (4)2, 23-46.
- Çalışkan, M., ve Mencik, Y. (2015). Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya. *Akademik Bakış Dergisi*, (50), 254-277.
- Çelik, Z. (2024). *Bir Kriz Kaynağı Olarak Sosyal Medya: Sosyal Medyadan Sorumlu Yöneticiler ile Nitel Bir Araştırma*. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dijital Ekonomi ve Pazarlama Ana Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.

- Çetin, Z. (2022). Bir Seçmen Olarak Z Kuşağı ve Davranışlarına Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Theoretical & Empirical Research on Management*, 2(1), 11-25.
- Çolak, M. (2021). *Z Kuşağının Siyasal Katılım Düzeyleri ve Etki Eden Faktörler Üzerine Bir İnceleme*. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Çukurçayır, M.A. (2002). *Siyasal Katılma ve Yerel Demokrasi: Küreselleşme Sürecinde Yurttaş, Yönetim, Siyaset*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Dabner, N. (2012). Breaking Ground” in the Use of Social Media: A Case Study of a University Earthquake Response to Inform Educational Design with Facebook. *Internet and Higher Education*, (15)1, 69-78.
- Dalton, R.J. (2018). *Political Realignment: Economics, Culture, and Electoral Change*. Oxford University Press.
- Değirmenci, N., ve Gülel, F. E. (2022). Dışsal Siyasal Etkililik İle Siyasal Katılma Arasındaki İlişkiye Bakış: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir İnceleme. *Türk Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 17-31.
- Demirel, Z.H. (2021). Çalışma Hayatında Geleceğin İnsan Kaynağı: Alfa Kuşağı. *OPUS International Journal of Society Researches*, 18(Yönetim ve Organizasyon Özel Sayısı), 1796-1827.
- Dilekli Karatay, Z. (2024). *Z Kuşağının Türkiye'nin Dış Politikalarına Yönelik Yaklaşımı Üzerine Bir Araştırma*. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı. Doktora Tezi.
- Ekşi, N. (2017). *Yeni Ürün Geliştirme Sürecinde X-Y-Z Kuşaklarının Satın Alma Tercihlerindeki Farklılıkların ve İlişkilerin İncelenmesi: Cep Telefonu Üzerine Uygulama*. Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Elciyar, K. (2016). *Sosyal Medyanın Üniversite Öğrencilerinin Siyasal Katılım Davranışlarına Etkisi*. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Tasarımı ve Yönetimi Ana Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Erden, Ö.O. (2023). Türkiye’de Siyasal Kültür: Temel Bir Demokrasi Meselesi. *Memleket Siyaset Yönetim (MSY)*, (18)39, 166-193.
- Erdinç, İ.E. (2020). *Kişilik Özellikleri Bağlamında Gençlerin Siyasal Katılımı*. Konya: Palet Yayınları.

- Eriş, V., ve Akıncı, A. (2019). 21. Yüzyıl Demokrasilerinde Siyasal Katılım: Türkiye Örneği. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, (3)2, 35-55.
- Gardner, H., and Davis, K. (2013). *The App Generation: How Today's Youth Navigate Identity, Intimacy and Imagination in Digital World*. New Haven: Yale University Press.
- Göktaş, P., ve Çarıkcı, İ.H. (2015). Kuşakların Siyasal İletişim Kültür ve Liderlik Açısından Değerlendirilmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 7-33.
- Görün, M., Erdem, N., ve Kara, G. (2023). Z kuşağının "Siyaset" Kavramına Dair Metaforik Algılarının Ölçülmesi. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 6(1), 1-27.
- Gürel, E. (2023). *Dijital Medyada Siyasal İletişim ve Z Kuşağı Üniversite Öğrencileri: İstanbul Özelinde Çevrimiçi Siyasal Katılım Üzerine Bir Araştırma*. Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Disiplinlerarası İletişim Bilimleri Anabilim Dalı. Doktora Tezi.
- Hafizoğlu, Y. (2021). Z Kuşağı Seçmen Davranışları. *International Journal of Education and New Approaches*, 4(2), 141-164.
- Hayran, M., ve Hayran, M. (2011). *Sağlık Araştırmaları İçin Temel İstatistik*. Ankara: Omega Araştırma Yayınevi.
- İnal, İ.H. (2023). Z Kuşağının Sosyal Medyanın Siyasi Etkisine Yönelik Algısının Sosyal Medyanın Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkisine Yönelik Algısına Etkisi ve Sosyal Medyada Siyasal İletişim Davranışının Aracılık Rolü. *Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi*, (10)92, 378-394.
- Kahraman, M. (2024). *Z Kuşağının Siyasal Katılıma Etkisi*. Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Ana Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Kalaycıoğlu, E. (1983). *Karşılaştırmalı Siyasal Katılma: Siyasal Eylemin Kökenleri Üzerine Bir İnceleme*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Yayınları.
- Karakoç, R. (2018). Siyasal Katılma Düzey ve Biçimleri Üzerine Bir İnceleme. *International Social Sciences Studies Journal*, 4(24), 5052-5058.
- Karataş, E., ve Tarhan, A. (2024). Y ve Z Kuşağının Siyasal Tutum ve Davranışlarının Oy Verme Yaklaşımları Çerçevesinde Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(1), 393-414.

- Kiraz, E. (2023). *Sosyal Medyada Yer Alan Manipülatif Haber ve Haber Sitelerinin Z Kuşağı Üzerindeki Etkileri*. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Basım ve Yayın Ana Bilim Dalı. Doktora Tezi.
- Küçükşabanoğlu, Z. (2021). *Z'nin Siyaseti*. İstanbul: Motto Yayınları.
- Lietsala, K., and Sirkkunen, E. (2008). *Social Media: Introduction to the Tools And Processes of Participatory Economy*. Finland: Tampere University Press.
- McCrinkle, M., and Wolfinger, E. (2010) *The ABC of XYZ: Understanding The Global Generations*. USA: University of New South Wales Press.
- Mısıroğlu, D. (2023). Türkiye’de Z Kuşağının Siyasal Katılım Süreçlerinin Değerlendirilmesi. *Pearson Journal of Social Sciences & Humanities*, (8)26, 748-760.
- Okur Çakıcı, F. (2016). Osmanlı’dan Türkiye’ye Siyasal Miras: Türk Siyasal Kültürü Üzerine Bir İnceleme. *The Journal of International Scientific Researches*, 1(2), 8-15.
- Okur Çakıcı, F., ve Bayraktar, Ö. (2020). Siyasi Parti Bölünmeleri ve 1946 Sonrasında Gelişen Parti Bölünmelerine İlişkin Siyasi Süreçlerin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma. *Mavi Atlas*, 8(2), 389-411.
- Sarihan, Z. (2023). *Dijitalleşen Siyasete Katılım Bağlamında Z Kuşağı: Siyasi Partilerin İletişim Stratejileri Üzerine Bir İnceleme*. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı. Doktora Tezi.
- Selvi, M. (2020). *Sosyal Medya ve Z Kuşağı Siyasal Katılım Davranışı İlişkisi*. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Tasarımı ve Yönetimi Ana Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Silsüpür, Ö. (2021). Siyasal Katılım, Siyasal İletişim ve Medya. *Türkiye Mesleki ve Sosyal Bilimler Dergisi*, (6), 163-172.
- Strauss W., and Howe, N. (1992). *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*, William Morrow Quill Publications.
- Şenbir, H. (2004). *Z Son İnsan mı?*. İstanbul: Okuyan Us Yayınları.
- Şimşek, A. (2012). *İletişim Araştırmalarının Tarihi*. İletişim Araştırmaları. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

- Taş, H.Y., Demirdöğmez, M., ve Küçüköğlü, M. (2017). Possible Effects of Future Architects' Z Generation on Business Life. *OPUS International Journal of Society Researches*, 7(13), 1031-1048.
- Terkan, N. (2003). Siyasal Sistemler ve Halkla İlişkiler. *Selçuk İletişim*, 2(4), 64-75.
- Tosun, G. (2013). *Sosyal Medyanın Yazılı Basında Gündem Oluşturmadaki Rolü (Örnek çalışma: Twitter)*. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Turan, İ. (1986). *Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış*. İstanbul: Der Yayınları.
- Turgut, T. (2024). *Z Kuşağının Yaşam Perspektiflerini ve Değer Profillerini Belirlemeye ve Yaşam Perspektifleri Bataryası Geliştirmeye Yönelik Bir Karma Araştırma*. Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı. Doktora Tezi.
- Twenge, J., Campbell, S., Hoffman, B., and Lance, C. (2010). Generational Differences in Work Values: Leisure and Extrinsic Values Increasing, Social and Intrinsic Values Decreasing. *Journal of Management*, (36)5, 1117-1142.
- Usta, S., ve Dilber, F. (2020). Gençlerin Siyasal Katılımlarında Partiler Arası Seçim İttifakının Rolü: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi'nde Bir Araştırma. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(3), 938-957.
- Varlık, F., ve Erendağ Sümer, F. (2022). Sosyal Medyanın Siyasal Katılım Davranışına Etkisi: X, Y ve Z Kuşakları Üzerine Bir İnceleme. *Gümüüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder)*, 10(2), 984-1018.
- Verba, S. (1965). *Comparative Political Culture*. Lucian W. Pye ve Sidney Verba (Der.), *Political Culture and Political Development*, (Princeton University Press): 512-560.
- Yavuz, M.C., ve Haseki, M.İ. (2012). Konaklama İşletmelerinde E-Pazarlama Uygulamaları: E-Medya Araçları Temelinde Bir Model Önerisi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 116-137.
- Yeşilçayır, C. (2014). Thomas Hobbes'un Geleneksel Siyaset Felsefesine Karşı Çıkışı. *MAVİ ATLAS GŞÜ Edebiyat Fakültesi Dergisi*, (2), 62-72.
- Yıldız, G. (2021). *Dijital Çağın Yeni Kuralları*. Yeni Nesil Pazarlama. Eftalya Kitap.

KATKI ORANI / CONTRIBUTION RATE	AÇIKLAMA / EXPLANATION	KATKIDA BULUNANLAR / CONTRIBUTORS
Fikir veya Kavram / <i>Idea or Notion</i>	Araştırma hipotezini veya fikrini oluşturmak / <i>Form the research hypothesis or idea</i>	Ali TOSUN
Tasarım / <i>Design</i>	Yöntemi, ölçeği ve deseni tasarlamak / <i>Designing method, scale and pattern</i>	Ali TOSUN
Veri Toplama ve İşleme / <i>Data Collecting and Processing</i>	Verileri toplamak, düzenlemek ve raporlamak / <i>Collecting, organizing and reporting data</i>	Ali TOSUN
Tartışma ve Yorum / <i>Discussion and Interpretation</i>	Bulguların değerlendirilmesinde ve sonuçlandırılmasında sorumluluk almak / <i>Taking responsibility in evaluating and finalizing the findings</i>	Ali TOSUN
Literatür Taraması / <i>Literature Review</i>	Çalışma için gerekli literatürü taramak / <i>Review the literature required for the study</i>	Ali TOSUN