

## LİDERLERİN ÜSLUBUNA İLİŞKİN ALGILARIN SEÇMENLERİN OY VERME DAVRANIŞLARINA ETKİSİNDE DINDARLIĞIN DÜZENLEYİCİ ROLÜ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÖRNEĞİ<sup>1</sup>

### THE MODERATING ROLE OF RELIGIOSITY ON THE EFFECT OF THE LEADERS' WORDING ON VOTING BEHAVIOR: CASE OF UNIVERSITY STUDENTS

Korhan KARACAĞLU  
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi  
İşletme Bölümü  
[kkaracaoglu@nevsehir.edu.tr](mailto:kkaracaoglu@nevsehir.edu.tr)  
ORCID: 0000-0003-0577-231X

Eda Nur OZAN  
[edii\\_snmz@outlook.com](mailto:edii_snmz@outlook.com)  
ORCID: 0000-0002-4528-847X

#### ÖZ

#### ABSTRACT

#### Geliş Tarihi:

12.04.2023

#### Kabul Tarihi:

05.06.2023

#### Yayın Tarihi:

30.06.2023

#### Anahtar Kelimeler

Üslup, Oy Verme Davranışı, Dindarlık

#### Keywords

Wording Style, Voting Behavior, Religiosity

Üslup, demokrasilerde halkın siyasete müdahil olmak için bilinçli ya da bilinçsiz şekilde tercihini bir siyasal partiden yana kullanması anlamına gelen oy verme davranışını da etkileyebilmektedir. Liderlerin benimseyecekleri uzlaşmacı veya çatışmacı üslup seçmenin oy verme davranışına yansırken son dönemlerde dindarlığın da oy verme davranışının şekillenmesinde etkili olan kültürel bir öğe olarak ön plana çıkabildiği görülmektedir. Bu araştırmada, liderlerin üslubunun seçmenin oy verme davranışı üzerindeki etkisinde dindarlığın düzenleyici rolünün araştırılması amaçlanmıştır. Bu kapsamda, Nevşehir ilinde yüksek öğrenim gören öğrenciler ile anket tekniği ile veri toplanmıştır. Verilerin analizi ve geliştirilen hipotezlerin test edilmesinde, değişkenler arasındaki doğrudan ve düzenleyici etkinin belirlenebilmesi için SPSS PROCESS makrosundan yararlanılmıştır. Araştırma sonuçları, uzlaşmacı ve çatışmacı üslubun sosyolojik oy verme davranışını etkilediğini ancak dindarlığın bu etkide düzenleyici rolünün olmadığını ortaya koymuştur. Aynı şekilde uzlaşmacı ve çatışmacı üslubun rasyonel oy verme davranışını etkilediği fakat bu ilişkilerde dindarlığın düzenleyici bir rolünün bulunmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca uzlaşmacı ve çatışmacı üslubun psikolojik oy verme davranışını etkilemediği de ulaşılan bir başka bulgudur.

Wording can also affect the voting behavior of the people in democracies, which means consciously or unconsciously choosing a political party to get involved in politics. While the conciliatory or confrontational wording adopted by the leaders is reflected in the voting behavior of the electorate, religiosity is also a cultural element that can be effective in shaping the voting behavior. In this study; it is aimed to investigate the moderator role of religiosity in the effect of the wording style of the leaders on the voting behavior of the voters. For this purpose, a survey was conducted with associate, undergraduate and graduate students studying at university in Nevşehir province. SPSS PROCESS macro was used to determine the direct and moderating effect between the variables in the analysis of the data and testing the developed hypotheses. According to the results of the research, it was seen that the conciliatory and confrontational wording style affected the sociological voting behavior but religiosity did not have a moderating role in this relationship. Another result is that the conciliatory and confrontational wording style affected the rational voting behavior. However, religiosity does not have a moderating role in this relationship. In addition, it is another finding that the conciliatory and confrontational style does not affect the psychological voting behavior.

**DOI:** <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.1282022>

**Atıf/Cite as:** Karacaoglu, K., & Ozan, E. N. (2023). Liderlerin üslubuna ilişkin algıların seçmenlerin oy verme davranışlarına etkisinde dindarlığın düzenleyici rolü. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 13(2), 1243-1258.

<sup>1</sup> Bu makale, 2021 yılında Eda Nur OZAN tarafından Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Politikası ve İşletmeciliği Anabilim Dalında kabul edilen Yüksek Lisans tezinden türetilmiştir.

## Giriş

Siyasetin toplumsal yapı içerisinde; varlığını korumasında temelde iletişim sürecine gereksinim duyulmaktadır. Beşeri münasebetlerde bir başka ifadeyle sosyal bir zeminde insanlar arasında meydana gelen iletişim, dinamik ve fonksiyonel bir süreçtir. Akdağ (2009: 294) içinde gönderilen mesajın da yer aldığı iletişim kavramını, siyasetin can alıcı unsurlarından biri olarak ifade etmektedir. Başarır'a göre (2015: 3) siyasal iletişim yönünden, iletilmek istenen mesajların seçmenlere ulaştırılmasında en önemli kaynak rolünü siyasi liderler üstlenmektedir. Çünkü oy verenler, siyasi liderlerin ifadelerine fazlasıyla dikkat etmektedirler. Seçmenlerin oy verme eğilimleri ile ilgili yapılan bazı çalışmalarda da liderin rolünün çok mühim olduğu hatta en başta gelen faktör olduğu belirtilmektedir (Doğan ve Göker, 2013: 29).

Siyasal iletişim araştırmalarında seçmenlerin neye göre ve nasıl oy verdikleri ile ilgilenilmiştir. Seçmenin oyunu alabilmek için onlarla kurulan siyasal iletişim, içinde bulunulan şartlara göre değişmektedir. Örneğin liberal ve demokratik yaklaşımın geçerli olduğu gelişmiş batılı ülkelerde seçmenlerin kolay ikna edilemeyen görece donanımlı kişiler oldukları görülmektedir. Bu yüzden, söz konusu ülkelerde bir siyasal mesajın seçmenlerin genelini kapsamaması; toplumsal kesimler veya sınıflar arasındaki gerilimi azaltması ve herkese hitap etmesi gerekmektedir (Lilleker, 2013, 22). Bu nedenle gelişmiş kapitalist ülkelerde siyasal iktidarın temel ilkelerinden birinin rakipleri eleştirmede aşırıya kaçılmaması olduğu ifade edilebilir. Dolayısıyla siyasal iletişimde, devamlı problemlerden ve muhaliflerinizden söz etmemek, oy verenleri ve muhaliflerinizi aşağılamamak ve sorunları dile getirirken çözümleri de göstermek gerekmektedir (Çobanoğlu, 2007, 167). Doğan ve Göker (2013) tarafından seçmen davranışını etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik yapılan araştırmada; aday, siyasal parti, propaganda, gündem, kitle iletişim araçları, kamuoyu araştırmaları, aile, din, çıkar grupları, ekonomi politikaları ve liderlerin üslubu vb. faktörlerin etkili olduğu vurgulanmıştır (Doğan ve Göker, 2013: 9). Özellikle Z kuşağı üzerinde yapılan araştırmalarda onların oy verme davranışları üzerinde referans grupları ile sosyal medyanın etkisinin fazla olduğuna işaret edilmektedir (Öztürk Küçük ve Toklu, 2020). Konuya ilişkin Başarır (2016) tarafından yapılan çalışmada çatışmacı üslup ile sosyolojik oy verme arasında pozitif, uzlaşmacı üslup arasında negatif, psikolojik oy verme ile çatışmacı üslup arasında ise pozitif yönlü orta şiddette ilişkiler bulunduğu tespit edilmiştir. Güllüoğlu ve Yıldırım (2020) tarafından üniversite öğrencileri üzerinde siyasal iletişimde üslup ile ilgili yapılan araştırmada genç seçmenlerin uzlaşmacı üslubu benimseyen siyasetçilere karşı algılarının olumlu, çatışmacı üslubu benimseyenlere karşı algılarının ise olumsuz olduğu sonucuna varılmıştır. Ancak, literatürdeki oy verme davranışı üzerindeki liderin üslubunun etkisine yönelik yapılan araştırmalarda dindarlığın etkisini ele alan herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Zira Z kuşağının dindarlık eğilimi üzerine süregelen çeşitli tartışmaların da bulunduğu dikkate alındığında dindarlığın da bu araştırmada farklı bir değişken olarak araştırılmasının mevcut literatürün zenginlik kazanmasına katkıda bulunma olasılığı bakımından kıymet ifade edeceği düşünülmektedir. Ayrıca bu çalışma sonucu elde edilecek bulguların, hali hazırdaki seçmenin oy verme davranışını çözümlenmede siyasetçiler ve gelecekte siyaset ile ilgilenmeyi düşünenlere benimseyecekleri üslubun türünü belirlemede ve seçmenin hangi saiklerden hareketle oy verme davranışında bulunabildiklerini kestirmede yardımcı olabileceği düşünülmektedir.

Bu çalışmada, "liderlerin üsluplarına yönelik seçimde meydana gelen algı, onların oy verme davranışlarını nasıl ve ne yönde etkilemektedir ve bu etkide farklı dindarlık düzeyleri nasıl bir role sahiptir?" şeklindeki sorulara cevap aranmaya çalışılacaktır. Bu kapsamda araştırmanın amacı; öncelikle liderlerin üslubunun seçmenlerin oy verme davranışına etkisini belirlemek ve bu ilişkide dindarlığın düzenleyici rolünün olup olmadığını ortaya koymaktır. Bu kapsamda araştırmanın örneklemini, 1990'lı yılların sonları ile 2000'li yılların başında dünyaya gelmiş Z kuşağını temsil eden Nevşehir ilindeki üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Çalışma, Cavit 19 döneminde öğrencilere online anketler uygulanarak gerçekleştirilmiştir.

Çalışma toplam iki kısımdan oluşmaktadır. Teorik çerçeve başlıklı birinci kısımda, üslup, oy verme davranışı ve dindarlık kavramlarına yer verilmektedir. İkinci kısımda ise öğrencilerin siyasi liderlerin üsluplarına yönelik algılarının onların oy verme davranışı üzerindeki etkisinde dindarlığın düzenleyici rolünün bulunup bulunmadığını belirlemek için yapılan görgül araştırmanın bulguları ele alınmaktadır. Çalışma, araştırma bulgularının alan yazına ve uygulamaya olan katkıları ile gelecekte yapılacak olan çalışmalara yönelik önerilerin yer aldığı sonuç ve tartışma kısmı ile son bulmaktadır.

## Teorik Çerçeve

Bu başlık altında üslup, oy verme davranışı ve dindarlık kavramları hakkında genel bilgilerin yanı sıra kavramların birbirleri ile olan ilişkilerine yer verilmiştir.

### Üslup ve Oy Verme Davranışı İlişkisi

Arapça bir kavram olan üslup, sözlükte ‘*yol, uzun yol, yüz, mezhep, sanat, büyülenme, anlatımda takip edilen usul ve yöntem*’ gibi anlamlara gelmektedir. Üslup; dili, hitap edenin kişiliğine bağlı olarak kendine has bir şekilde kullanıp duygu ve düşüncelerini ifade etme tarzıdır (Fettahoğlu, 1993: 178). Literatürde de farklı üslup çeşitlerinden bahsedilmektedir. Bu araştırmada üslup hitabi üslup türü bağlamında ele alınmıştır. Hitabi üslupta hitap edilen hedef kitle genellikle kalabalık insan toplulukları olmakla birlikte üslubun bu çeşidi anlam ve sözlerin kuvvetlendirilmesine dayanmaktadır (Alan’dan aktaran Çevikoğlu, 1999: 10). Hatipleri birbirlerinden ayıran üsluplarıdır. Zira her insanın özelliklerini yansıttıkları kendilerine özgü birer üslubu vardır, tıpkı ses tonunun şahsiliği gibi. Aynı konuyu dile getiren hatiplerin konuyu ifade etme tarzları dünyaya bakış açlarına, düşünce yapılarına ve kelime dağarcıklarına göre değişmektedir (Fettahoğlu, 1993: 179). Üslup kavramı, hitap edenin düşüncelerini aktarmak için dilin kaynaklarından yararlandığı metotların bütünüdür.

Mutlu (1989), disiplinler arası bir çalışma alanı olarak tanımladığı siyasal iletişim kavramını, siyasal süreçler ile iletişim süreçleri arasındaki ilişkileri inceleyen bir akademik alan şeklinde ifade etmektedir. İnal’a göre (İnal’dan aktaran Şişman, 2018: 6) ise siyasal iletişim, liderlerin siyasi söylemlerinin, siyasi mevzular ile ilgili tartışmaların medya kanalı ile aktarılmasıdır. Kentel de siyasal iletişimi “siyasal arenada birbirini anlama ve anlatma çabasıdır” olarak tanımlamıştır (Kentel’den aktaran Dünder 2011: 11).

Siyasal iletişimde liderin üslubu hakkında kanaat oluşturulurken kullandığı dilin çatışmacı mı yoksa uzlaşmacı mı olduğuna bakılır. Bu araştırmada üslup kavramı çatışmacı ve uzlaşmacı üslup biçiminde ele alınmıştır. Çatışmacı üslupta siyaset, toplum nezdinde karşıt görüşler arasındaki; laf dalaşı, çatışma, mücadele, zıt görüşlülerin siyasi kavgası şeklinde tanımlanmaktadır. İnsanların sosyo-ekonomik yönden birbirlerinden farklı olmaları nedeniyle düşünceleri de menfaatleri de bu yönde farklı olabilmektedir. Bu durum ise çatışmayı ortaya çıkarmaktadır. Liderlerin siyasi üsluplarındaki ayrıştırıcı/ötekileştirici sözler, nefret içerikli söylemler, kutuplaştırıcı dil, muarızlarına yönelik sarf ettikleri olumsuz ifadeler ve onları küçümseyen sözler, bazı çevrelerin sinir uçlarına dokunacak biçimde dile getirilen söylemler, öfke içerikli ifadeler, aralarındaki polemikler ve karşılıklı meydan okumalar bütünüyle çatışmacı üslubun birer iz düşümü olarak değerlendirilebilir.

Uzlaşmacı üslupta ise Dönmezer’in toplumsal sistem içinde toplumsal bütünleşme kavramsallaştırmasına dikkat çekilerek (1999: 169) toplumsal sistemin sürekliliği ve bütünleşme arasında bir bağlantı kurulmaktadır. Bütünleşmenin var olması da toplumda uzlaşmanın sağlanmasına bağlıdır. Yücekök (1987: 11) bahse konu uzlaşmayı toplumdaki üst yapı kurumlarının görevi olarak görmekte, bu görev çatışmanın kontrol altına alınması ve ortadan kaldırılması olarak tanımlanmaktadır. Bu noktada siyasi liderler de söz konusu üst yapı kurumları ile birlikte hareket ederek ya da onlardan habersiz şekilde uzlaşmanın sağlanması noktasında bazı görevler üstlenebilmektedirler. Uzlaşmacı üslupta karşıdakini umursama ve değer atfetme söz konusu olduğundan uzlaşmacı üslubun nezaket ve incelik içeren bir tarafı vardır. Bu itibarla politik tartışmanın taraflarının tartışmalarda argümanlarını saygı ekseninde ifade etmeleri sağlanabilir.

Siyasal katılımın en önemli biçimi olan oy verme davranışı, oy verenin sosyal yaşam içinde geliştirdiği ilişkilerinde ön plana çıkan siyasete dair davranışlarından biridir. Demokratik toplumlarda tüm seçmenlerin yasal yollardan en kolay kazandıkları hak olan oy verme, siyasi yöneticileri seçmede eşit ağırlıkta etki gücü olan vatandaşların önemli bir kısmının iradesini ortaya koyduğu en başta gelen seçmen davranışıdır. Seçmen hem partisine hem de siyasi lidere sadakatini oy verme davranışı ile göstermektedir.

Niemi ve Weisberg (1993) oy verme davranışı ile ilgili olarak iki temel yaklaşımın altını çizmektedir. Sosyal psikolojik yaklaşım bunlardan ilki, akılcı seçim yaklaşımı ise ikincisidir. Campbell, Converse, Miller ve Stokes’un (1960) ortaya koyduğu sosyal psikolojik yaklaşım oy verme davranışının özünde tutumların bulunduğu işaret etmektedir. Seçmenlerin kendi çıkarlarını ön planda tutarak oy verme tercihinde buldukları yaklaşımı ise akılcı seçim yaklaşımı olarak adlandırılmaktadır (Arslantürk, 2012: 23-24). Alan yazındaki çalışmalarda birçok mikro ve makro unsurun seçmenin oy verme davranışını etkilediğinden bahsedilmektedir. Bu unsurlar oldukça karmaşık ve açıklanması güç olmakla birlikte, yapılan çalışmalarda tüm seçmenleri kapsayan bazı davranış modelleri belirlenmiştir (Ceylan ve İspir, 2020: 1493). Oy verme

davranışı biçiminde ifade edilen bu davranış modelleri üç ana kuram etrafında açıklanmaktadır (Aydoğan Ünal, 2016).

Sosyolojik model söz konusu kuramlardan ilkidir. Bu modele göre, sosyolojik yapılara ve sosyal gruplara üye olmanın oy verme davranışı üzerinde önemli bir etkisinin bulunduğu bilinmektedir. Sosyolojik kuram; oy verenlerin daha ziyade sosyo-ekonomik statü, din, yaşanılan yer, mensup olunan grup vb. faktörleri ön plana çıkarmaktadır. Bu teorinin temelinde seçmenden çok, seçmenin ait olduğu sosyal gruplar ve partiler yer almaktadır (Aktaran: Kalender, 2005: 40).

Seçmen tercihini belirleyen psikolojik ya da literatürdeki genel kabul gören ismiyle siyasi parti ile özdeşleme bir diğer yaklaşımdır. Psikolojik yaklaşımdan kast edilen, kişinin herhangi bir partiye karşı psikolojik bağlılık duymasıdır (Kalender, 2005: 46). Campbell vd. ile Powell ve Cowart, (2003) seçmenlerin parti tercihinde ilk zamanlar daha çok aile çevresinin etkili olduğunu ileri sürmektedir (Kalender, 2005: 47). Kişinin ilk gençlik dönemlerinde ailesinden kaynaklı maruz kaldığı siyasi etki, ilerleyen zamanlardaki politik tercihlerinde psikolojik bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır.

Son teori olan rasyonel yaklaşım ise parti rekabeti ve oy kullanma kavramından hareketle Downs tarafından ortaya konulmuştur (Scarborough, 1984:3). Rasyonel tercih bir başka deyişle ekonomik tercih yaklaşımı, seçmenin bireysel menfaatlerine hitap edecek şekilde kendisine en iyi hizmeti sunabilecek partiyi ve adayı dikkate alarak oy verme eğilimini ifade etmektedir. Bu teoride seçmenin amaç ve istekleri esas alınmaktadır (Kalender, 2005: 50-51). Bu teoride oy verme davranışı bakımından bireyselleşen seçmenin tamamen olmasa da sosyolojik ve psikolojik unsurların etkisinden sıyrıldığı ve tercihini daha çok akılcı bir şekilde ekonomik ve hizmet odaklı bir şekilde belirlediğinden bahsedilebilir.

Oy verme, katılımcı yönetim anlayışının benimsendiği demokrasilerde halkın siyasete katılmak için başvurduğu en temel ifade biçimi olarak değerlendirilmektedir (Damlapınar ve Balcı, 2005: 59). Demokrasiyi kuramdan pratiğe dönüştüren oy verme davranışının başat figürü olan seçmenler, tercihlerini bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde ortaya koymaktadırlar (Hülür ve Kalender, 2003: 165). Siyasal iletişimde oy verenlerin nasıl ve neyi dikkate alarak oy kullandıkları üzerinde durulmuştur. Seçmenlerin davranışını etkileyen unsurların belirlenmesine yönelik bugüne değin yapılan araştırmalarda bir dizi faktörden bahsedilmektedir. Siyasi parti, adaylar, siyasi konjonktür/gündem, propaganda, yazılı ve görsel medya araçları, kamuoyu araştırmaları, din/dindarlık, aile, çıkar grupları, ekonomi politikaları ve liderin üslubu gibi unsurlar bunlar arasında sayılabilir (Doğan ve Göker, 2013: 9).

Seçmenin oy verme davranışında liderin üslubu kadar son dönemlerde Z kuşağının dine, dindarlığa ve dindarlara karşı tutumunun da etkili olabileceği düşünülmektedir. Bu yüzden de bu çalışmada dindarlık bir başka değişken olarak ele alınmaktadır.

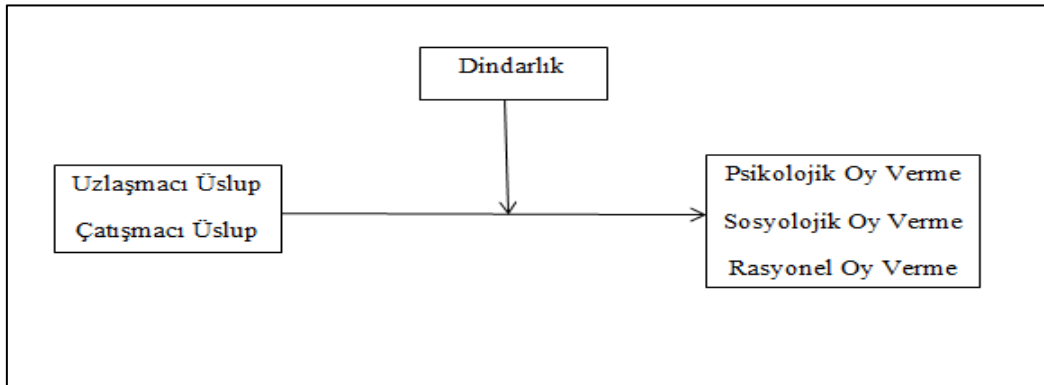
### **Dindarlık**

Din kelimesinden türeyen dindarlık kavramı, gündelik dilde aynı anlamlarda görülüp kullanılsa da dindarlık, bir dine inananların riayet etmesi gereken kuralların o kişinin hayatında bir yaşam biçimine dönüşmesidir. Genel manada kişinin dindar şeklinde algılanabilmesi; bireyin dini özümsemesine, dinin emirlerini yerine getirmesine ve yasaklarına ise uymasına ve de dini bir kontrol mekanizması olarak görmesine bağlıdır (Subaşı, 2004: 43). Dindarlık dinin gereklerini yerine getirme gibi öznellikler taşıyan (Subaşı, 2004: 61) ve kişisel düzeyde davranışlar şeklinde ortaya çıkan çok boyutlu ve ölçülebilir bir olgudur (Gürses, 2010: 24). Dindarlık, sosyal hayata etkisinden dolayı mühim bir kavram ve bilimsel olarak incelenmesi gereken bir konudur. Çünkü birey inandığı değerler istikametinde yaşamını idame ettirmeyi ister ve bu yönde de öğrendiği bilgileri davranışına dönüştürmeyi tercih eder (Yılmaz, 2014: 42). Tek tip bir dindarlıktan dinin kendi içinde barındırdığı farklılıklar yüzünden bahsetmek mümkün görünmemektedir. Nasıl ki çeşitli dinlerin mensuplarının dindarlık anlayışı aynı değilse, dindarlık anlayışı kişiden kişiye ve kültürden kültüre de farklılık göstermektedir (Uysal, 2006: 74). Öyle ki aynı dine inanan ve üstelik aynı dini grup içinde bulunan bireylerin özde birbirlerinden farklı olmalarından dolayı kendine has bireysel dini yönelimleri dahi söz konusu olabilmekte ve bu durumda da dindarlık kavramını tanımlamak daha da güç hale gelebilmektedir (Hökelekli, 2010: 81). Allport (2004: 46) dünyada var olan insanların sayısı ile orantılı dindar olma eğilimi veya dini algılama çeşitliliğinden söz eder. Spilka-Hood ve diğerleri (Altunsu tarafından aktarılan 2016: 562) de dindar olmanın yüzlerce olası yollunun olduğunu söylerken aynı şeyden söz etmektedir. Dindar olarak adlandırılan biri, bağlı bulunduğu dinin emir ve yasaklarına uyan, yapılan yönlendirmeler ile de dinin icap ettirdiklerini yerine getiren kişidir. Ayrıca birey ait olduğu dini kültürden direkt veya indirekt olarak etkilenmektedir. Çoğunlukla da kişinin etkileşim halinde olduğu toplumsal

çevre bu durumda çok mühim bir rol oynamaktadır. Kişinin dindar olup olmadığını anlamak Fromm'a (1997: 239) göre çok zordur zira o bazı kişilerin sözlü olarak dindar olduklarını ifade etmelerine karşın, gerçekte iç dünyalarında dindar olmadıklarını ve dindar olmadıklarını söyleyen kişilerin de aslında çok dindar olabileceklerine işaret etmektedir.

Bu çalışmada Z kuşağına mensup gençlerin farklı dindarlık düzeylerine sahip olmalarının onların siyasi liderlerin üslubuna ilişkin algılamalarının oy verme davranışları üzerindeki etkisine nasıl yansıdığı sorusuna yanıt aranmaktadır. Liderlerin üslubu ile oy verme davranışı arasındaki yukarıda vurgulanan ilişkilere dair literatür ve bu araştırma sorusundan hareketle aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

- H<sub>1</sub>:** Dindarlık, çatışmacı üslubun psikolojik oy verme davranışı üzerindeki etkisinde düzenleyici bir role sahiptir.
- H<sub>2</sub>:** Dindarlık, uzlaşmacı üslubun psikolojik oy verme davranışı üzerindeki etkisinde düzenleyici bir role sahiptir.
- H<sub>3</sub>:** Dindarlık, uzlaşmacı üslubun sosyolojik oy verme davranışı üzerindeki etkisinde düzenleyici bir role sahiptir.
- H<sub>4</sub>:** Dindarlık, çatışmacı üslubun sosyolojik oy verme davranışı üzerindeki etkisinde düzenleyici bir role sahiptir.
- H<sub>5</sub>:** Dindarlık çatışmacı üslubun rasyonel oy verme davranışı üzerindeki etkisinde düzenleyici bir role sahiptir.
- H<sub>6</sub>:** Dindarlık, uzlaşmacı üslubun rasyonel oy verme davranışı üzerindeki etkisinde düzenleyici bir role sahiptir.



**Şekil 1:** Araştırmanın Modeli

Yukarıdaki araştırma modelinde, liderlerin üslubunun alt boyutları olan uzlaşmacı ve çatışmacı üslup bağımsız değişkenler, oy verme davranışını temsil eden psikolojik, sosyolojik ve rasyonel oy verme bağımlı değişkenler ve dindarlık ise düzenleyici değişkendir.

### **Araştırmanın Yöntemi ve Bulguları**

Araştırmanın bu kısmında görgül araştırma için takip edilen yöntem ve analizler sonucunda ulaşılan bulgulara yer verilmiştir.

### **Araştırmanın Amacı ve Önemi**

Çalışmanın temel amacı; üniversite öğrencilerinin siyasi liderlerin üslubuna ilişkin algılarının onların oy verme davranışları üzerindeki etkisinde dindarlığın düzenleyici rolünün belirlenmesidir. Literatürde liderlerin üslubu ile seçmenin oy verme davranışı arasında bir bağlantı olduğunu destekleyen teorik ve ampirik olmak üzere sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Bunlar arasında Doğan ve Göker (2013) ile Başarır (2016) tarafından yapılan çalışmalar sayılabilir. Bu çalışmalarda liderlerin oy verme davranışı üzerinde üslubun nasıl bir etkide bulunduğu genel seçmen kitlesi üzerinde yapılan uygulama ile ortaya konulmuştur. Ancak bu çalışmada konu görece genç bir seçmen kitlesini temsil eden üniversite öğrencilerinden toplanan verilerle araştırılmıştır. Ayrıca bu çalışmada daha önce araştırılmamış olan dindarlık değişkeni, üslup kaynaklı oy verme davranışını nasıl etkiliyor bu soruya da cevap aranmaya

çalışılmıştır. Zira gençlerin dine ve dindarlığa yönelik tutumlarının sürekli gündemde olduğu ve tartışıldığı bir dönemde bu değişkenin etkisinin de incelemesinin literatüre katkı bakımından değer ifade edeceği düşünülmektedir. Bu çalışmanın Z kuşağına mensup gençlerin oy verme davranışlarının hangi dinamiklerden etkilendiğinin belirlenebilmesi, bu dinamikler arasında liderlerin benimsedikleri üslubun etkisinin anlaşılması ve kişilerin dindarlık düzeylerinin bu etkileşimdeki rolünün belirlenmesi noktasında hali hazırda siyaset ile uğraşan kişilere de bazı pratik mesajlar verebilmesi bakımından da katkı sağlayabileceği değerlendirilmektedir.

### **Araştırmanın Metodolojisi**

Araştırmada nicel araştırma yaklaşımı kullanılmış ve tarama araştırması kapsamında anket tekniğinden yararlanılmıştır. Toplanan verilerin analizinde; tanımlayıcı istatistikler, korelasyon analizleri ile regresyon analizi yoluyla düzenleyici etkinin tespitinde SPSS PROCESS makrosundan yararlanılmıştır. Ölçeklerin geçerlik ve güvenilirlikleri test edilirken ise AMOS yazılımı kullanılmıştır. Araştırma, örnekleme dahil olan her bir üniversite öğrencisinin belirli bir zaman dilimindeki algı ve tutumlarını yansıtmaya sebebiyle kesitsel bir araştırma özelliği taşımaktadır. Bu bağlamda araştırmanın analiz birimi her bir üniversite öğrencisidir.

### **Araştırmanın Örnekleme**

Z kuşağına mensup öğrencilerin, siyasi liderlerin üslubuna dair algılarının oy verme davranışları üzerindeki etkisinde dindarlığın düzenleyici rolünün tespit edilmesine yönelik görgül araştırma bulgularının yer aldığı bu çalışmada, veri toplama yöntemi olarak nicel yaklaşımlardan anket tekniği kullanılmıştır. Bu anket çalışması Nevşehir ilinde ön lisans, lisans ve lisansüstü düzeyde öğrenim gören toplam 241 kişi üzerinde ve Covid-19 şartlarında, kolayda örnekleme yöntemi ile online olarak uygulanmıştır.

### **Araştırmada Kullanılan Ölçüm Araçları, Geçerlilik ve Güvenilirlik Sonuçları**

Araştırmada liderlerin çatışmacı ve uzlaşmacı üslupları ile ilgili alan yazın taraması sonucunda Başarır (2016) tarafından geliştirilen 30 maddelik ölçek kullanılmıştır. Likert tipi ölçekteki ifadeler 1 “Kesinlikle Katılmıyorum”dan 5 “Kesinlikle Katılıyorum”a doğru sıralanmıştır. Bu çalışmada ölçeğin Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı, arzu edilen değer olan 0,70’in üzerindedir ve 0,89 olarak hesaplanmıştır. Seçmenlerin oy verme davranışlarını ölçmek için yine Başarır (2016) tarafından geliştirilen 20 maddelik ölçekten yararlanılmıştır. Sosyolojik oy verme, psikolojik oy verme ve rasyonel oy verme boyutlarından oluşan ölçek ifadeleri 1 “Kesinlikle Katılmıyorum”dan 5 “Kesinlikle Katılıyorum”a doğru sıralanmıştır. Oy verme davranışı ölçeğinin Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı sonucu 0,72 bulunmuştur. Araştırmada dindarlığı ölçmek amacıyla Allport ve Ross (1967) tarafından geliştirilen dini yönelim ölçeği kullanılmıştır. Söz konusu ölçek, Gorsuch ve McPherson (1989) tarafından içsel ve dışsal dindarlık ölçeği şeklinde güncellenmiştir. Bu çalışmada 14 maddeden oluşan bahse konu ölçeğin içsel dindarlık ile ilgili olan sekiz maddesi kullanılmıştır. Ölçek ifadeleri 1 “Kesinlikle Katılmıyorum”dan 5 “Kesinlikle Katılıyorum”a doğru sıralanmıştır. Dindarlık ölçeğinin Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı sonucu 0,89 bulunmuştur.

Çalışmada kullanılan ölçeklerin geçerliğini test etmek amacıyla AMOS paket programı kullanılarak doğrulayıcı faktör analizleri yapılmış ve ölçeklerin uyum iyiliği değerlerine ilişkin sonuçlar aşağıdaki Tablo 1’de özetlenmiştir. Yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda üslup ile ilgili ölçeğin faktör yükü 0,50 eşik değerinin altında kalan dört madde ölçekten çıkarılmıştır. Geriye kalan 26 madde analizlerde kullanılmıştır. Oy verme davranışı ile ilgili 20 maddenin doğrulayıcı faktör analizi sonucunda üç faktör altında toplandığı tespit edilmiştir. Ancak faktör yükü 0,50 kesme değerinin altında kalan iki madde ölçekten çıkarılmıştır. Kalan 18 madde üzerinden analizler yapılmıştır. Dindarlık ölçeği için yapılan DFA sonucunda 8 maddelik tek boyutlu yapı korunmuştur.

Doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarının farklı uyum indekslerine göre değerlendirilmesi gerekmektedir. Araştırmacılar, modellerin hangi uyum indekslerine göre değerlendirilmesi gerektiği ile ilgili aralarında bir fikir birliği olmadığını vurgulamakla birlikte Hu ve Bentler (1999) maximum likelihood yöntemi ile yapılan YEM hesaplamalarında SRMR ile birlikte TLI, CFI, NFI veya RMSEA indekslerinden birisinin, Kline (2016) ise  $X^2/df$ ,  $X^2$  ait  $p$  değeri, RMSEA, CFI ve SRMR indekslerinin raporlanmasının yeterli olacağını ifade etmektedirler. Bu çalışmada sonuçlar raporlanırken Kline (2016) tarafından belirtilen uyum iyiliği istatistikleri tercih edilmiştir. Yukarıdaki alan yazın bilgisinden hareketle bu çalışmada birçok çalışmada sıklıkla başvurulan;  $X^2/df$ , GFI, AGFI, RMSEA, NFI ve CFI uyum iyiliği istatistikleri kullanılmıştır. Söz konusu uyum iyiliği istatistiklerine ilişkin sonuçlar Tablo 1’deki gibidir.

**Tablo 1:** Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları ve Uyum İyiliği İstatistikleri

Model	X <sup>2</sup> /df	RMSEA	GFI	CFI	AGFI	NFI	SRMR
Üslup Ölçeği	1,378	0,040	0,919	0,965	0,895	0,885	0,0453
Oy Verme Davranışı Ölçeği	1,942	0,063	0,947	0,949	0,913	0,902	0,0535
Dindarlık Ölçeği	2,339	0,075	0,973	0,987	0,937	0,977	0,0261
<b>İyi / Kabul Edilebilir Uyum</b>	<b>≤ 3</b>	<b>≤ .08</b>	<b>≥ .90</b>	<b>≥ .90</b>	<b>≥ .85</b>	<b>≥ .90</b>	<b>≤ .10</b>

Elde edilen sonuçlara göre araştırmada kullanılan ölçeklerin uyum iyiliği değerleri Schermelleh-Engel, Moosbrugger ve Müller'in (2003) belirttiği gibi iyi uyum düzeyini yansıtmaktadır. Buna göre kullanılan ölçeklerin geçerliği bu çalışmanın verileri ile de doğrulanmaktadır.

Araştırmalarda, kullanılacak analiz yöntemlerinin tespitinde verilerin normal dağılım sergileyip sergilemediği büyük önem arz etmektedir. Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğinin tespitinde literatürde genel kabul gören yöntemlerden biri olan çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmıştır (Çokluk, Şekercioğlu & Büyüköztürk, 2018; Gürbüz & Şahin, 2016). Bundan önce veri temizlemesi kapsamında veri setinin genel yapısını bozan uç ve kayıp değerler kontrol edilmiş akabinde veri setinin normal dağılım gösterip göstermediğinin belirlenmesinde çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmıştır. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin -3 ile +3 arasında olması verilerin normal dağıldığına işaret olarak değerlendirilmektedir (Shao, 2002). Ayrıca Kline'a göre veri setinin normal dağılıma yakın bir dağılıma sahip olduğunu söyleyebilmek için çarpıklık mutlak değerinin üçün altında ve basıklık mutlak değerinin ise 10 değerinin altında olması arzu edilmektedir (Kline, 2010). Dolayısıyla bu araştırmada kullanılan ölçeklerde yer alan maddelere ilişkin çarpıklık ve basıklık değerlerinin istenilen aralıkta olması nedeniyle verilerin normal dağılım koşulunu sağladığı anlaşılmaktadır. Bu koşulun sağlanması araştırmada parametrik analizlerin kullanılmasını mümkün kılmıştır.

### Bulgular

Değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistiklerle, korelasyon ve regresyon analizi sonuçlarına aşağıda yer verilmiştir.

	Ort.	Stn. Sap.	Çatış. Üslup	Uzlaş. Üslup	Rasy. Oy Verme	Sos. Oy Verme	Psi. Oy Verme	Dindarlık
<b>Çatış. Üslup</b>	1,60	,602	1					
<b>Uzlaş. Üslup</b>	4,54	,507	-,515**	1				
<b>Rasy. Oy Verme</b>	3,96	,684	-,230**	,364**	1			
<b>Sosy. Oy Verme</b>	2,54	,946	,361**	-,208**	-,004	1		
<b>Psik. Oy Verme</b>	2,46	1,09	,228**	-,234**	-,331**	,384**	1	
<b>Dindarlık</b>	3,37	1,06	,128*	-,095	-,047	,150*	,169**	1

**Tablo 2:** Araştırmanın Değişkenlerine İlişkin Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Sonuçları

Tablo 2 incelendiğinde öğrencilerin çatışmacı üslup ile ilgili kendilerine yöneltilen sorulara verdikleri cevapların ortalaması 1,60 ile katılmıyorum seçeneğine yakındır. Bu sonuçtan yola çıkarak öğrencilerin çatışmacı üslubu onaylamadıkları ifade edilebilir. Buna mukabil öğrencilerin verdikleri cevapların ortalamasına (4,54) bakıldığında uzlaşmacı üslubu tercih ettikleri görülmüştür. Başka bir deyişle öğrencilerin, siyasi liderlerde çatışmacı üsluptan çok, uzlaşmacı üslubu onayladıklarından söz edilebilir. Öğrencilerin oy verme davranışları arasında daha çok rasyonel oy verme davranışını daha çok öne çıkardıkları tespit edilmiştir. Zira ortalama değerler bakımından 3,96 değeri ile rasyonel oy verme psikolojik ve sosyolojik oy vermeden daha önünde yer almaktadır.

Araştırmada liderlerin üslubuna yönelik algılarla, öğrencilerin oy verme davranışları arasındaki ilişkiye dair elde edilen bulgulara göre, liderlerin tercih edebilecekleri çatışmacı üslup ile rasyonel oy verme davranışı arasında negatif yönlü ve zayıf bir ilişki (-0,230) olduğu görülmektedir. Bir başka deyişle çatışmacı üsluptaki artış, rasyonel oy verme davranışı azaltırken, çatışmacı üsluptaki azalış rasyonel oy verme davranışını artırmaktadır. Bunun aksine uzlaşmacı üslup ile rasyonel oy verme davranışı arasında (0,364) korelasyon katsayısı değeri ile pozitif yönde orta düzeyde bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca çatışmacı üslup ile sosyolojik oy verme arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişkinin (0,361) olduğu

araştırma ile ulaşılan bir başka bulgudur. Başka bir ifadeyle çatışmacı üslup ile sosyolojik oy verme davranışı birlikte hareket etmektedir. Biri artarken diğeri de artmakta biri azalırken diğeri de azalmaktadır. Buna karşın uzlaşmacı üslup ile sosyolojik oy verme arasında negatif yönde, zayıf bir ilişkinin (-0,208) bulunduğu sonucuna varılmıştır. Uzlaşmacı üslup arttıkça, sosyolojik oy verme azalmaktadır. Benzer bir durum uzlaşmacı üslup ve çatışmacı üslup bakımından psikolojik oy verme arasında da geçerlidir. Öyle ki çatışmacı üslup ile psikolojik oy verme arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki (0,228) uzlaşmacı üslup ile psikolojik oy verme arasında (-,234) ise negatif yönlü zayıf bir ilişki vardır. Liderlerin çatışmacı bir üslubu tercih etmeleri, öğrencilerin psikolojik oy verme eğilimini artırmakta, uzlaşmacı bir üslup benimsemeleri ise psikolojik oy verme davranışı azaltmaktadır.

Araştırmada öğrencilerin dindarlık düzeyleri ile oy verme davranışları arasındaki ilişkiye de bakılmıştır. Ulaşılan sonuçlara göre öğrencilerin dindarlık düzeyleri ile rasyonel oy verme davranışları arasında negatif yönlü ancak istatistiksel olarak anlamsız bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca dindarlık düzeyi ile sosyolojik ve psikolojik oy verme arasındaki ilişki ise sırasıyla 0,150 ve 0,169 değerleri ile pozitif yönlü ve zayıftır. Bu sonuç öğrencilerin dindarlık düzeyi arttıkça sosyolojik ve psikolojik oy verme düzeyleri artırmakta, azaldıkça ise azaltmaktadır şeklinde yorumlanabilir.

Üniversite öğrencilerinin liderlerin üsluplarına yönelik algılarının oy verme davranışları üzerindeki etkisinde dindarlık seviyelerinin düzenleyici rolünü test etmek için bootstrap yöntemini esas alan regresyon analizi yapılmıştır. Bootstrap yönteminin Bron ve Kenny'nin (1986) yönteminden daha güvenilir sonuçlar verdiği öne sürülmektedir (Gürbüz, 2019; Hayes, 2018). Aşağıdaki düzenleyicilik analizleri Hayes (2018) tarafından geliştirilen PROCESS makro kullanılarak yapılmıştır. Analizlerde bootstrap tekniği ile 5000 yeniden örneklem seçeneği tercih edilmiştir. Bootstrap tekniği kullanılarak yapılan aracılık ve düzenleyicilik analizlerinde araştırma hipotezinin desteklenebilmesi için analiz sonucu elde edilen %95 güven aralığındaki (confidence interval CI) değerlerinin sıfırı (0) kapsamaması gerekmektedir (MacKinnon, Lockwood ve Williams, 2004). Düzenleyici etki analizlerine ilişkin regresyon analizi sonuçlarına aşağıda yer verilmiştir.

**Tablo 3:** Çatışmacı Üslubun Psikolojik Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkisinde Dindarlığın Düzenleyici Rolü

Etkiler	İlişki	Kat sayısı	Standart hata	t değeri	p	LLCI	ULCI
Ana	ÇÜ→POY	.1783	.0951	1.8746	.0621	-.0091	.3656
	DİN→POY	.1488	.0581	2.5608	<b>.0111</b>	.0343	.2632
Etkileşimli	ÇÜ*DİN	.1118	.1112	1.0056	.3156	-.1073	.3309
Model Özet							
R	R <sup>2</sup>	F	Sd1	Sd2	p		
.2190	.0480	3.9803	3.0000	237.000	.086		

Çatışmacı üslubun psikolojik oy verme davranışını etkileyip etkilemediği ve bu etkide dindarlığın düzenleyici rolünün belirlenmesine ilişkin geliştirilen regresyon modelinin Tablo 3'deki analiz sonuçlarına göre anlamlı olmadığı görülmektedir [F= 3,9803, p<0,086]. Buna göre çatışmacı üslubun psikolojik oy verme üzerindeki etkisi anlamsız bulunmuştur. Her ne kadar dindarlık ile psikolojik oy verme arasındaki ilişki anlamlı olsa da bir bütün olarak düzenleyici etkiyi test eden regresyon modeli anlamsızdır. Bu sonuçlardan hareketle araştırma için geliştirilen H<sub>1</sub> hipotezi reddedilmektedir.

**Tablo 4:** Uzlaşmacı Üslubun Psikolojik Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkisinde Dindarlığın Düzenleyici Rolü

Etkiler	İlişki	Kat sayısı	Standart hata	t değeri	p	LLCI	ULCI
Ana	UÜ→POY	-.2273	.1120	-2.0307	<b>.0434</b>	-.4479	-.0068
	DİN→POY	.1468	.0590	2.4905	<b>.0134</b>	.0307	.2630
Etkileşimli	UÜ*DİN	-.1319	.1238	-1.0652	.2879	-.3759	.1120
Model Özet							
R	R <sup>2</sup>	F	Sd1	Sd2	p		
.2250	.0506	4.2115	3.0000	237.000	.063		

Uzlaşmacı üslubun psikolojik oy verme davranışına etkisinde dindarlığın düzenleyici rolünün belirlenmesine dair geliştirilen ve sonuçları Tablo 4'de verilen analizi sonuçlarına göre regresyon modelinin anlamlı olmadığı görülmektedir [F= 4,2115, p<0,063]. Tablo 4'deki sonuçlara göre her ne kadar uzlaşmacı üslup ve dindarlığın psikolojik oy verme üzerindeki etkisi anlamlı olsa da bir bütün olarak düzenleyici değişkenin de içinde yer aldığı regresyon modeli anlamsızdır. Bu bulgulardan hareketle geliştirilmiş olan H<sub>2</sub> hipotezi reddedilmektedir.



**Tablo 5:** Uzlaşmacı Üslubun Sosyolojik Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkisinde Dindarlığın Düzenleyici Rolü

Etkiler	İlişki	Kat sayısı	Standart hata	t değeri	p	LLCI	ULCI
Ana	UÜ→SOY	-.3527	.1016	-3.4709	<b>.0006</b>	-.5529	-.1525
	DİN→SOY	.1415	.0535	2.6433	<b>.0088</b>	.0360	.2469
Etkileşimli	UÜ*DİN	.0120	.1124	.1070	.9149	-.2094	.2335
Model Özet							
R	R <sup>2</sup>	F	Sd1	Sd2			p
.2966	.0880	7.6220	3.0000	237.000			.0001

Uzlaşmacı üslubun sosyolojik oy verme davranışını etkilediği ve modelin anlamlı olduğu Tablo 5'deki regresyon analizi sonuçlarından anlaşılmaktadır [F= 7,6220, p<0,001]. Analiz sonuçlarına göre sosyolojik oy verme değişkenindeki değişimin yaklaşık %9 gibi bir kısmının uzlaşmacı üslup değişkeninden kaynaklandığı sonucuna ulaşılmıştır. Ancak düzenleyicilik etkisini gösteren etkileşimli etki katsayısının 0,0120 ile güven aralığının alt sınırı olan -0,2094 ile üst sınırı olan 0,2335 arasında kaldığı ve sıfırı kapsadığı tespit edilmiştir. Bu sonuçlardan hareketle dindarlığın uzlaşmacı üslup ile sosyolojik oy verme ilişkisinde düzenleyici bir etkisinin olmadığını görülmüştür. Elde edilen bu sonuçlardan hareketle H<sub>3</sub> hipotezi reddedilmiştir.

**Tablo 6:** Çatışmacı Üslubun Sosyolojik Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkisinde Dindarlığın Düzenleyici Rolü

Etkiler	İlişki	Kat sayısı	Standart hata	t değeri	p	LLCI	ULCI
Ana	ÇÜ→SOY	.4230	.0840	5.0378	<b>.0000</b>	.2576	.5885
	DİN→SOY	.1407	.0513	2.7429	<b>.0066</b>	.0396	.2418
Etkileşimli	ÇÜ*DİN	-.0205	.0982	-.2090	.8346	-.2140	.1729
Model Özet							
R	R <sup>2</sup>	F	Sd1	Sd2			p
.3667	.1345	12.2760	3.0000	237.000			.0000

Tablo 6'da çatışmacı üslubun sosyolojik oy verme davranışını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Regresyon analizi sonuçlarından [F= 12,2760, p<0,000] modelin anlamlı olduğu görülmektedir. Sosyolojik oy verme değişkenindeki varyansın yaklaşık %13 gibi bir kısmının çatışmacı üslup değişkeninden kaynaklandığı tespit edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre çatışmacı üslup ve dindarlığın sosyolojik oy verme ile ilişkisinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür. Fakat çatışmacı üslup ile sosyolojik oy verme arasındaki ilişkide dindarlığa ilişkin -0,0205 katsayı değerinin, güven aralığının alt sınır olan -0,2140 ve üst sınırı olan 0,1729 değerleri arasında sıfırı kapsamamasından dolayı dindarlığın düzenleyicilik etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlardan hareketle araştırmanın H<sub>4</sub> hipotezi reddedilmiştir.

**Tablo 7:** Çatışmacı Üslubun Rasyonel Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkisinde Dindarlığın Düzenleyici Rolü

Etkiler	İlişki	Kat sayısı	Standart hata	t değeri	p	LLCI	ULCI
Ana	ÇÜ→ROY	-.3156	.0605	-5.2188	<b>.0000</b>	-.4344	-.1965
	DİN→ROY	-.0809	.0369	-2.1901	<b>.0295</b>	-.1537	-.0081
Etkileşimli	ÇÜ*DİN	.0507	.0707	.7169	.4741	-.0886	.1900
Model Özet							
R	R <sup>2</sup>	F	Sd1	Sd2			p
.3621	.1311	11.9224	3.0000	237.000			.0000

Çatışmacı üslubun, rasyonel oy verme davranışını etkilediği ve modelin anlamlı olduğu Tablo 7'deki regresyon analizi sonuçlarından anlaşılmaktadır [F= 11,9224, p<0,000]. Analiz sonuçlarına göre rasyonel oy verme değişkenindeki değişimin yaklaşık %13 gibi bir kısmının çatışmacı üslup değişkeninden kaynaklandığı tespit edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre çatışmacı üslup ve dindarlık değişkenleri ile rasyonel oy verme arasındaki ilişkilerin anlamlı olduğu görülmüştür. Ancak dindarlığın, çatışmacı üslup ile rasyonel oy verme arasındaki ilişkide 0,0507 katsayı değeri ile güven aralığının alt sınırı olan -0,0886 ve üst sınırı olan 0,1900 katsayı değerleri arasında sıfırı kapsamamasından dolayı düzenleyici bir rolünün olmadığı bulgusuna ulaşılmıştır. Buradan hareketle araştırmanın H<sub>5</sub> hipotezi reddedilmektedir.

**Tablo 8:** Uzlaşmacı Üslubun Rasyonel Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkisinde Dindarlığın Düzenleyici Rolü

Etkiler	İlişki	Kat sayısı	Standart hata	t değeri	p	LLCI	ULCI
Ana	UÜ→ROY	.5089	.0676	7.5245	<b>.0000</b>	.3756	.6421
	DİN→ROY	-.0650	.0356	-1.8258	.0691	-.1352	.0051
Etkileşimli	UÜ*DİN	-.0160	.0748	-.2137	.8309	-.1634	.1314
Model Özet							
R	R <sup>2</sup>	F	Sd1		Sd2		p
.4671	.2182	22.0493	3.0000		237.000		.0000

Uzlaşmacı üslubun, rasyonel oy verme davranışını etkilediği ile ilgili Tablo 8'deki regresyon analizi sonuçlarına göre regresyon modeli anlamlıdır. [F= 22,0493, p<0,000]. Analiz sonuçlarına göre bağımsız değişken olan uzlaşmacı üslubun bağımlı değişken olan rasyonel oy verme davranışındaki varyansın yaklaşık %22 gibi bir kısmını açıklama gücüne sahip olduğu görülmektedir. Analiz sonuçlarına göre uzlaşmacı üslup ile rasyonel oy verme arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu görülmüştür. Ancak dindarlığın, uzlaşmacı üslup ile rasyonel oy verme arasındaki ilişkide düzenleyici bir role sahip olup olmadığı ile ilgili olarak -0,0160 olan etkileşimli etki değerinin güven aralığının alt sınırı değeri olan -0,1634 ile üst sınır değeri olan 0,1314 arasında sıfırı değerini kapsamamasından dolayı düzenleyici bir rolünün olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre araştırmamızın H<sub>6</sub> hipotezi reddedilmektedir.

### Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu çalışmada Z kuşağı üyesi gençlerin oy verme davranışları üzerinde siyasi liderlerin üslubunun etkisi incelenmiş ve bu etkide dindarlığa ilişkin algıların düzenleyici bir rolünün bulunup bulunmadığı ele alınmıştır.

Yapılan görgül araştırma bulgularına göre; üniversite öğrencisi gençlerin liderlerin çatışmacı üsluplarını tasvip etmedikleri daha çok uzlaşmacı üslup lehine görüş bildirdikleri tespit edilmiştir. Öğrencilerin oy verme davranışı bakımından; sosyolojik ve psikolojik oy verme davranışı yerine daha çok rasyonel oy verme eğilimini öne çıkardıkları görülmektedir. Z kuşağı üyelerinin yaşam biçimleri, karakter ve tutumları bir arada değerlendirildiğinde; geleneksel inançları benimseyen, aile birimine önem veren, akran kabulüne çok önem veren bir kuşak özelliği göstermeleri onların sosyolojik oy verme eğilimini öne çıkarmalarının gerekçesi olarak değerlendirilebilir. Araştırma sonuçlarına göre rasyonel oy verme eğiliminin en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmüştür. Bu sonuç bahse konu Z kuşağı gençliğinin bilgi, teknoloji, internet ve sosyal medyayı birlikte akılçılık potasında eritme becerisi ile ön plana çıkan bir özellik ortaya koyduğunu göstermektedir.

Öğrencilerin çatışmacı üslup algıları ile rasyonel oy verme davranışı arasında ters yönlü zayıf bir ilişkinin olduğu ortaya konulurken, bunun aksine liderlerin benimseyecekleri uzlaşmacı üslup ile rasyonel oy verme davranışı arasında da pozitif yönlü orta kuvvette bir ilişkinin bulunduğu görülmüştür. Öte yandan çatışmacı üslup algısı ile sosyolojik oy verme arasında pozitif ve orta düzeyde bir ilişkinin bulunduğu buna karşın, uzlaşmacı üslup ile sosyolojik oy verme arasında negatif ve zayıf bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Uzlaşmacı üslup ve çatışmacı üslup açısından benzer bir sonuç psikolojik oy verme için geçerlidir. Zira liderlerin çatışmacı üsluplarına dair öğrencilerdeki algı arttıkça bu durum onların psikolojik oy verme eğilimlerini artmakta, uzlaşmacı üslup algısına dair algı arttıkça da psikolojik oy verme davranışlarına dair eğilimi azalmaktadır.

Uzlaşmacı ve çatışmacı üslubun psikolojik oy verme davranışı üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik geliştirilen regresyon modelinin anlamsız olduğu ortaya çıkmıştır. Ancak uzlaşmacı üslubun sosyolojik oy verme davranışını negatif yönde etkilediği dindarlığın ise sosyolojik oy verme davranışını pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Ancak uzlaşmacı üslubun sosyolojik oy verme davranışı üzerindeki etkisinde dindarlığın düzenleyici rolünün bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Çatışmacı üslup ile dindarlığın sosyolojik oy verme davranışını pozitif yönde etkilediği ve yine bu etkide dindarlığın düzenleyici bir rolünün bulunmadığı görülmüştür. Çatışmacı üslubun rasyonel oy vermeyi negatif, uzlaşmacı oy vermenin rasyonel oy vermeye ilişkin tutumları pozitif yönde etkilediği, dindarlığın ise bu ilişkide yine düzenleyicilik rolünün olmadığı sonucuna varılmıştır. Ayrıca dindarlığın rasyonel oy vermeyi negatif yönde etkilediği ancak bu etkinin istatistiksel olarak anlamsız olduğu araştırma ile ulaşılan bir başka sonuçtur. Araştırma ile elde edilen bu sonuçlarla Başarır (2016) tarafından yapılan çalışma ile elde edilen; çatışmacı üslup ile sosyolojik oy verme arasında pozitif, uzlaşmacı üslup arasında negatif, rasyonel oy verme ile çatışmacı üslup arasında negatif ile uzlaşmacı üslup arasında ise pozitif yönlü orta şiddette ilişkiler bulunduğu

yönünde ulaşılan sonuçlar örtüşmektedir. Ancak bu çalışmada uzlaşmacı ve çatışmacı üslup ile psikolojik oy verme arasında kurulan model anlamsız çıkarken Başarır (2016) tarafından yapılan çalışmada psikolojik oy verme ile çatışmacı üslup arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Bu farklılığın ortaya çıkmasında; seçmenin kendini partisi ile özdeşleştirilmesi, partizanca bir yaklaşımla hareket etmesi, siyasetle daha oy verme yaşına gelmeden ilişki kurması ve bir siyasi organizasyona adeta fanatik bir futbol taraftarı gibi derinden bağlılık göstermesi şeklinde tanımlanan psikolojik oy verme davranışının bu çalışmanın yapıldığı Z kuşağı olarak adlandırılan gençler üzerinde karşılığının yeterince olmamasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Zira Z kuşağının siyaset ile ilgisinin sınırlı olduğu ve siyaset ile ilgisinin yukarıda ifade edilen psikolojik oy verme şeklinde kendini göstermediğinden kaynaklanabilir. Zira Erdem vd. (2023) tarafından Z kuşağının siyasete yüklediği anlam üzerine üniversite öğrencileri örnekleminde yapılan benzer bir araştırmanın bulguları öğrencilerin siyasete yerici, kötüyüleyen manasında pejoratif bir anlam yüklediği sonucunu ortaya koymuştur bu da bu çalışmanın ulaştığı sonuçları desteklemektedir. Sarıoğlu ve Özgen (2018) de Z kuşağının birçok toplumsal sorunu gerçekten önemli görse de mevcut siyasal sistemi kendileri için bir parti, aday veya hatta genel bir platform olarak görmediklerine işaret etmekte dünyadaki gelişim ve değişimlere yön vermede siyasetin önceki kuşaklardaki gibi belirleyici olmadığını belirtmektedirler. Altınöz (2022) tarafından Z kuşağının siyaset algısı üzerine Balıkesir/Karesi’de yapılan çalışmanın bulguları da gençlerin siyasete ilişkin algılarının olumlu olmadığını daha çok yalan ve aldatma şeklinde kendilerinde karşılık bulduğunu belirttikleri görülmüştür. Seçmenlerin oy verme davranışları ile ilgili bu araştırmanın ortaya koyduğu bulgular arasında psikolojik oy verme ile ilgili ortalamanın sosyolojik ve rasyonel oy verme davranışı ortalama değerlerine göre daha düşük kalması da yukarıdaki literatürde ortaya konulan sonuçları destekler niteliktedir.

Çalışmada dindarlık değişkeni ile ilgili ulaşılan sonuçlara da ayrı bir parantez açmanın uygun olacağı düşünülmektedir. Üniversite öğrencilerinin dindar olsun olmasın liderin üslubundan hareketle oy verme davranışlarına etkisinde herhangi bir düzenleyici rolünün olmadığını ortaya koymaktadır. Bu noktada Filiz (2019) tarafından Denizli’de üniversite öğrencileri ve onların oy verme davranışlarının sosyo-psikolojik dinamiklerini belirlemek üzere yapılan çalışmada Z kuşağını temsil eden seçmenlerin, destekledikleri siyasi partinin dini konulardaki tavrını, diğer kuşakları temsil eden seçmen profiline göre daha az dikkate aldıkları tespit edilmiştir. Bu noktada son dönemlerde yapılan bir başka çalışmada (Gökçe ve Tekin 2021) da Z kuşağının dinin bireysel boyutuna daha fazla vurgu yaptıkları, onu kendilerini iyi hissetmelerine yardım eden bir sebep olarak anlamlandırdıkları; açıklamalarında dinin ibadet boyutunun yanında etik, bilgi, ahlak gibi boyutlarına da işaret ettikleri görülmüştür. Ayrıca gençlerin yaşamında dinin etkisinin daha az görüldüğü, ibadethaneye nadir gittikleri veya düzenli bir ibadethane rutinlerinin bulunmadığı, cemaat ile ibadetlere katılmayı tercih etmedikleri ve kendilerini dindar olarak görmedikleri sonuçlarına ulaşılmıştır. Bir araştırma şirketi tarafından 2018 yılında yapılan bir araştırmanın sonuçları da bu konuda çarpıcı ve de bu çalışmanın sonuçlarını destekleyici bulgular içermektedir. Araştırma sonucunda Türkiye’de seyreden yaygın inanç durumunun son 10 yıl içinde birtakım değişimlere uğradığı vurgulanırken, kendisini dindar olarak nitelendirenlerin %4’lük bir oranda azaldığı, kendisini inançsız olarak nitelendirenlerin ise %2’lik bir artış gösterdiği tespit edilmiştir. Son on yılda kendisini inançsız olarak niteleyen bireylerin %90’ının ise otuz beş yaş altında yani daha çok Z kuşağı üyesi gençler oldukları görülmüştür (KONDA, 2018) (Yılmaz ve Aktürk, 2021). Yapıcı (2020) tarafından Z kuşağı üzerinde yapılan bir başka çalışmada da gençlerin dine ve dindarlara karşı olumsuz bir genel eğilim içinde oldukları tespit edilmiştir. Yukarıda literatür sonuçları verilen araştırmaların dindarlığa ilişkin bulguları ile tarafımızca Nevşehir’deki üniversite öğrencileri üzerinde yapılan araştırmanın bulguları genel olarak örtüşmektedir.

Çalışmanın siyasetin içinde olan veya siyasal iletişim sürecini yöneten kişilere de geri bildirim mahiyetinde katkıları olabilecektir. Çalışma sonucunda Z kuşağı üniversite gençliğinin uzlaşmacı üslubu çatışmacı üsluba tercih ettiği sonucundan hareketle siyasal iletişimde uzlaşmacı üslubun benimsenmesinin oy verme davranışına da olumlu yansıtacağı siyasilerce göz önünde bulundurulmalıdır. Ayrıca siyasilerin Z kuşağının sosyolojik ve rasyonel oy verme eğilimi içinde olduğunu dikkate alarak özellikle gençlerin sosyal gruplarına veya çevrelerine yönelik çalışmalar üretmesinin yanı sıra özellikle sosyal medya üzerinden bahse konu gençlik kesimi ile temas kuracak bir siyasal iletişim mekanizmasının geliştirilmesinin öneminin altının çizilmesi gerekir.

Bu çalışmanın literatüre olan katkısı değerlendirilirken araştırma bulgularının bazı sınırlılıklar kapsamında dikkate alınmasının uygun olacağı düşünülmektedir. İlk sınırlılık olarak, Covid-19 uygulamalarından dolayı araştırma verilerinin Nevşehir’de öğrenim gören üniversite öğrencilerinden elde edilmiş olmasıdır. Bu dönemde veriler toplanırken öğrencilere ulaşma konusunda kapanma dönemi olması yüzünden güçlükler

yaşanmıştır. Bu doğrultuda, yapılan değerlendirmeler ve ulaşılan bulgu ve sonuçlar sadece Nevşehir ilindeki öğrencilerin görüşleri ile sınırlıdır. Bütün Z kuşağı ve üniversite gençliğini temsil etme iddiası taşımamaktadır. Buradan hareketle çalışmanın daha geniş örneklem kitlesi üzerinde tekrarlanmasının elde edilen bulguların genellenebilirliğine katkıda bulunabileceği düşünülmektedir. Araştırmanın bir başka kısıtı verilerin anket yoluyla toplanmış olmasıdır. Başka metodolojik yöntemler kullanılarak veri toplanması konunun daha da derinlikli incelenbilmesine ve anlaşılabilmesine katkıda bulunabilecektir.

### Kaynakça

- Akdağ M. (2009). *İnternetin siyasal iletişimdeki yeri ve önemi, siyasetin iletişimi*, ed. Abdullah Özkan. İstanbul: Tasam Yayınları.
- Allport, G.W. (2004). *Birey ve dini*. Çev. Bilal Sambur. Ankara: Elis Yayınları
- Allport G.W. & Ross J.M. (1967). Personal religious orientation and prejudice. *J Pers Soc Psychol.* 1967 Apr;5(4):432-43. doi: 10.1037/0022-3514.5.4.432. PMID: 6051769.
- Altınöz, A. (2022). Z kuşağının siyaset algısı ve katılımı: Karesi ilçesi örneği. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Balıkesir.
- Altunsu Sönmez, Ö. (2016). Dindarlığın Ölçülebilirliği Üzerine Geliştirilen Dindarlık Ölçekleri. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 0 (36), 557-578. DOI: 10.21497/sefad.285505
- Arslantürk G (2012) Değerler, siyasal ideoloji ve bilişsel karmaşıklık düzeyi değişkenlerinin oy verme davranışı ile ilişkisi, [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi Ankara Üniversitesi] Ankara.
- Aydoğan Ünal, B. (2016). Oy Verme Davranışı Modelleri. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 6 (15), 95-119. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/odusobiad/issue/27575/290198>
- Başarır M (2015) Siyasal iletişim sürecinde lider üslubunun seçmen davranışındaki rolü üzerine bir araştırma, [Yayımlanmamış Doktora Tezi Selçuk Üniversitesi] Konya.
- Başarır, M. (2016). Seçmenlerin Oy Verme Davranışları İle Liderlerin Hitaplarında Aradıkları İkna Bileşenleri ve Üslup Çeşitleri Arasındaki İlişki. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*, 1 (2), 218-233. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/inifedergi/issue/45222/566367>
- Campbell, C. Miller, & Stokes. 1960. *The American voter*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Ceylan, F. & İspir, N. (2020). Oy Verme Modelleri Bağlamında Siyasal Rızanın Görünümü. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24 (3), 1489-1511. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ataunisobil/issue/57299/795996>
- Çevikoğlu H (1999) Kur'an-ı Kerim'de edebi üslup, [Yayımlanmamış Doktora Tezi Harran Üniversitesi] Şanlıurfa.
- Çobanoğlu, Ş. (2007). *Suskunluk sarmalı ve siyasal iletişim*. İstanbul: Fide Yayınları.
- Çokluk, Ö. Şekercioğlu, G. & Büyüköztürk, Ş. (2018). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi.
- Damlapınar Z. & Balcı Ş. (2014). *Siyasal iletişim sürecinde seçimler, adaylar, imajlar* Konya: Literatürk Academia.
- Doğan A. & Göker G. (2013). *Siyasal iletişim araştırmaları* Ankara: Nobel Yayınları.
- Dönmezer S. (1999). *Toplumbilim*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Dündar A. (2011) Aday imajının seçmen tercihi üzerine etkisi: Yılmaz Büyükerşen örneği, [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi Anadolu Üniversitesi] Eskişehir.
- Erdem, N., Görün, M. & Kara, G. (2023). Z Kuşağının "Siyaset" Kavramına Dair Metaforik Algılarının Ölçülmesi. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 6 (1), 1-27. DOI: 10.33712/mana.1256510
- Erdinç İ.E. (2010) Siyasal iletişim boyutuyla siyasal reklam: üniversite öğrencilerinin oy verme davranışına yönelik bir araştırma, [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi Marmara Üniversitesi] İstanbul.

- Fettahoğlu S. (1993) Hristiyanlık ve islamiyette hitabet, [Yayımlanmamış Doktora Tezi 19 Mayıs Üniversitesi] Samsun.
- Filiz, U. (2019). Seçmen davranışını etkileyen sosyo-psikolojik faktörler, [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi Pamukkale Üniversitesi] Denizli.
- Fromm E (1997). *Sahip olmak ya da olmak*, çev. Aydın Arıtan. İstanbul: Arıtan Yayınevi.
- Gökçe, S. & Tekin, İ. (2021). Z Kuşağının Dindarlık Eğilimleri. *Talim*, 5 (2), 182-205. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/talim/issue/68006/1029590>
- Güllüpnar Y. & Yıldırım E. (2020). Uzlaşmacı ve Çatışmacı Siyasal Söylemin Siyaset Hakkındaki Algıya Etkileri Üzerine Bir Araştırma, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 13, Sayı: 73, ss. 912-924.
- Gürbüz S. & Şahin F. (2016). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hökekleli H. (2010). *Din psikolojisine giriş*. İstanbul: Dem Yayınları.
- Hu, L.-t., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1–55.
- Hülür, H. & Kalender, A. (2003). Sosyo-politik tutumlar ve din: Konya araştırması. Konya: Çizgi Yayınları
- Kalender A. (2005). *Siyasal iletişim, seçmenler ve ikna stratejileri*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Kline, R. B. (2016). *Principles and practice of structural equation modeling* (4th ed.). New York, NY: The Guilford Press.
- Lilleker, D. (2013). *Siyasal iletişim: temel kavramlar*. (Y. Devran, A. Nas, B. Ekşi, & Y. Göksun), İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- MacKinnon, D. P., Lockwood, C. M. & Williams, J. (2004). Confidence Limits for the Indirect Effect: Distribution of the Product and Resampling Methods. *Multivariate Behavioral Research*, 39(1), 99–128. [https://doi.org/10.1207/s15327906mbr3901\\_4](https://doi.org/10.1207/s15327906mbr3901_4)
- Niemi RG & Weisberg HF (1993). *Controversies in voting behavior*. Washington, D. C.: CQ Press.
- Önal, M. (2010). Edebî Dil ve Üslup / Literary Language and Style. *Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, 14 (36), 23-4. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ataunitaed/issue/2875/39408>
- Öztürk Küçük, H. & Toklu, İ.T., (2020). Seçimlerde Oy Verme Davranışını Ne Etkiler? Z Kuşağı Üzerine Bir Araştırma, *BMIJ*, 8(5): 4546-4574 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v8i5.1679>
- Powell L. & Cowart J (2003). *Political campaign communication*. Boston: Pearson Education Publishers.
- Sarıoğlu, E. B., & Özgen, E. (2018). Z Kuşağının Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir Çalışma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(60), 1067-1081
- Scarborough, E. (1984). *Political Ideology and Voting: An exploratory study*, Oxford: Clarendon Press,.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures. *Methods of Psychological Research*, 8(2), 23–74.
- Shao, A. T. (2002). *Marketing research: An aid to decision making*, Cincinnati, Ohio: South-Western/Thomson Learning.
- Subaşı N (2004). *Gündelik hayat ve dinsellik* İstanbul: İz Yayıncılık.
- Turan, E. & Temizel, M. (2015). Din ve Siyaset İlişkisi Bağlamında Oy Verme Davranışı: Niğde Bölgesinde Bir Araştırma. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(1), 86-99. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iubfdkastamonu/issue/29392/314703>
- Uysal V. (2006). *Türkiye'de dindarlık ve kadın*. İstanbul: Dem Yayınları.
- Yapıcı, A. (2020). Şüphe ve İnanç Kısılcığında Gençlerin Din ve Dindarlık Algıları. *İlahiyat Akademi*, 12, 1-44.

Yılmaz E. & Aktürk A. (2021). *Z kuşağı bir nesli anlamak*, Konya: Palet Yayınları.

Yılmaz H (2014). *Din ve dindarlık* İstanbul: Hikmetevi Yayınları.

Yücekök A.N. (1987). *Siyasetin toplumsal tabanı*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

## EXTENDED SUMMARY

In political communication research, it has been dealt with how and according to what voters vote. The political communication established with the electorate in order to get the vote varies according to the conditions. Among the factors affecting voter behavior in the researches; It is stated that factors such as political party, candidate, agenda, propaganda, mass media, public opinion polls, religion, family, interest groups, economic policies and leader style are effective (Doğan and Göker, 2013: 9). In the study conducted by Basirir (2016) on the subject, positive relations between confrontational wording style and sociological voting, negative relations between conciliatory wording style, positive relations between psychological voting and confrontational wording style, negative relations between rational voting and confrontational wording style, and positive moderate relations between conciliatory wording style found to exist. In this study, it is aimed to determine how and in what way the perception of the voters regarding the wording style used by the leaders affects their voting behavior, and how effect does different religiosity levels have on this effect? An attempt will be made to seek answers to these questions. In this context, the aim of this study is to reveal the effect of leaders' wording styles on voting behavior and to determine whether religiosity plays a moderator role in this effect. In this context, the sample of the research was determined as associate degree, undergraduate and graduate students studying at universities in Nevşehir province.

Quantitative research approach was used in the research and survey design was preferred. In the analysis of the collected data, descriptive statistics, correlation analyzes and SPSS PROCESS macro were used to determine the moderated effect. While testing the validity and reliability of the scales, AMOS software was used. The study has the characteristics of a cross-sectional research since it reflects the perceptions and attitudes of each university student included in the sample in a certain time period.

According to the research findings, it was seen that university students did not approve of the confrontational wording style, but approved of the conciliatory wording style. Students tend to vote more rationally in terms of voting behavior. In terms of its average value, rational voting is ahead of sociological and psychological voting behaviors. In the research, it is seen that the perception of confrontational wording style reveals a negative and weak relationship with students' rational voting behavior. As the confrontational expression style increases, rational voting behavior decreases. On the contrary, the more conciliatory style the leaders adopt, the more rational voting behavior increases. In addition, there is a positive and moderate relationship between confrontational wording style and sociological voting behavior that is, the increase in confrontational style increases sociological voting behavior. On the other hand, it was found that there is a negative and weak relationship between conciliatory wording style and sociological voting behavior. A similar situation in terms of conciliatory and confrontational style also applies to psychological voting behavior. Because there is a weak positive relationship between confrontational wording style and psychological voting behavior, and a weak negative relationship between conciliatory wording style and psychological voting behavior. In fact, as the perception of the leaders' confrontational wording style increases, this situation increases the psychological vote behavior tendency, and as the perception of the conciliatory wording style increases, the tendency towards psychological voting behavior decreases. When the relationship between students' religiousness perceptions and voting behaviors is examined, the relationship between students' religiousness perceptions and their tendencies towards rational voting behaviors is negative but statistically insignificant. In addition, the relationship between religiosity tendency and sociological and psychological voting behavior is positive and weak.

The research findings on whether or not religiosity has a moderated role in the influence of leaders' wording style on voting behavior are as follows. According to the results of the analysis, it was seen that the confrontational and conciliatory wording style did not affect the psychological voting behavior and the research model was not significant. It was seen that the conciliatory wording style affected the sociological voting behavior and the model was significant, but religiosity did not have a moderating role in this relationship. Another finding is that confrontational expression style affects sociological voting behavior, but religiosity does not have a moderating role in this relationship. Another result is that the confrontational wording style affects the rational voting behavior. However, religiosity does not have a moderating role in this relationship. The last finding is that the conciliatory wording style affects the rational voting behavior. However, religiosity does not mediate this relationship.

The results obtained with the research are largely in line with the findings of the study conducted by Basarir (2016). In this study, the model established between a conciliatory and confrontational style and psychological voting was found to be meaningless. However, in the study conducted by Basarir (2016), a positive relationship was found between psychological voting and confrontational style. The fact that university students' religiosity levels are high, medium or low reveals that the style of leaders does not have any moderator effect on their voting behavior. These results are similar to the results of studies conducted by Filiz (2019), Gökçe and Tekin (2021), Yılmaz and Aktürk (2021), and Yapıcı (2020).

The study may also contribute in the form of feedback to those who are involved in politics or who manage the political communication process. As a result of the study, it should be taken into consideration by the politicians that the adoption of the conciliatory style in political communication will also reflect positively on the voting behavior, based on the conclusion that the Z generation university youth prefer the conciliatory style to the confrontational style. In addition, considering that the Z generation tends to vote sociologically and rationally, it should be underlined that the importance of developing a political communication mechanism that will contact the youth segment, especially through social media, should be underlined, as well as producing studies for the social groups or environments of the young people.