



## TÜRKİYE'DE DUYGUSAL KUTUPLAŞMA VE OY VERME İLİŞKİSİ

### THE RELATIONSHIP BETWEEN AFFECTIVE POLARIZATION AND VOTER TURNOUT IN TURKEY

Seda ÇALIŞIR\*

#### ÖZ

Bu çalışma, Türkiye'de 2011, 2015 ve 2018 genel seçimlerinden sonra yapılan seçim sonrası anketlerinden yararlanarak seçmenlerin duygusal kutuplaşma düzeylerini ve bu kutuplaşmanın oy kullanma yolu ile siyasi katılıma etkilerini incelemektedir. İki partili sistemlerde yaygın olarak gözlemlenen ve araştırılan duygusal kutuplaşma, son yıllarda çok partili sistemlerde de görülmeye başlanmıştır. Duygusal kutuplaşma, seçmenlerin yakın hissettiği siyasi kurum ve kişilerin yanında, uzak hissettiği hatta hiç hoşlanmadığı karşı grupların varlığında ortaya çıkan, birey seviyesinde bir kutuplaşmadır. Partizan duygular taşıyan seçmenler bir partiye, lidere veya parti destekçilerine yakınlık hissederken, karşıt gruplara uzaklık ve hoşnutsuzluk duyabilmektedir. Hem çok ülkeli çalışmalarda raporlanan yüksek duygusal kutuplaşma skorları hem de seçimlere katılımın yüksek oranları, Türkiye'de iki kavramın etkileşimine dair çeşitli soruları barındırmaktadır. Çalışmanın bulgularına göre, Türkiye'de duygusal kutuplaşma seviyesi ve oy kullanma arasında, pozitif ve istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Duygusal kutuplaşan seçmenler, politik etkililik konusunda kime oy verdiğini daha çok önemsemekte

\* Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü (İktisat), İstanbul, Türkiye, calisir.seda@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6067-585X>

\* Makale Geliş Tarihi / Article Received: 02.06.2024  
Makale Kabul Tarihi / Article Accepted: 13.08.2024

ve bu seçmenler için seçim günü oy kullanmak, demokrasiye katılmanın etkili bir yolu olarak kendini göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Duygusal Kutuplaşma, Siyasi Katılım, Oy Verme, Partizanlık, Türkiye.

#### ABSTRACT

This study uses post-election surveys conducted after the 2011, 2015 and 2018 general elections in Turkey to examine the level of affective polarisation among voters and its effects on voter turnout. Affective polarisation, which has been experienced in multi-party systems in recent years, is an individual-level polarisation that emerges in the presence of political institutions and individuals that voters feel close to, as well as opposing groups that they feel distant from or even dislike. When partisan salience is pronounced, voters are likely to experience a strong sense of affinity toward a specific party, its leader, or similarly aligned individuals, while concurrently feeling a sense of detachment and aversion toward opposing groups. In a multi-party system with high voter turnout rates like Turkey, high levels of affective polarisation raise several questions in line with the findings reported in cross-country studies. Our analyses yield that higher affective polarization correlates positively and significantly with increased voter participation in Turkey. Our findings suggest that voters driven by affective polarization perceive voting as a crucial means of political engagement and effectiveness.

**Keywords:** Affective Polarization, Political Participation, Turnout, Partisanship, Turkey.

#### GİRİŞ

Oy kullanma yoluyla siyasi katılım, demokratik bir rejimin –minimalist de olsa– en temel eylem noktasıdır. Serbest ve adil seçimler yolu ile mevcut hükümete devam mesajını ya da değişim taleplerini ileten vatandaşlar, demokrasi katılımcısı olarak rejime güvenoyu verirler. Siyasi katılımın oy kullanma yolu ile rağbet bulmadığı rejimlerde siyasi elitlerin vatandaşların taleplerine kayıtsız kalma, anti-demokratik eylemlerinin sorumluluğundan kaçması olasılığı artmaktadır. Bununla birlikte, demokrasiler son yıllarda dünya genelinde çeşitli krizlerle karşılaşmıştır ve liberal demokrasilerden otokrasilere kadar hemen hemen tüm

rejim türlerinde değişen seviyelerde demokratik kazanımların azalması ve beraberinde kutuplaşma tecrübe edilmektedir. Kutuplaşma kavramı tek başına ya da önüne bazı sıfatlar -duygusal, siyasi, ekonomik, toplumsal, genç- eklenerek ele alınabilir ve siyaset bilimi literatürü bu bağlamda oldukça verimli bir çalışma havuzu sağlar.

Kutuplaşmanın birey seviyesinde ve bilişsel düzeydeki dinamiklerine odaklanan duygusal kutuplaşma kavramı, ilk kez psikoloji disiplininde ortaya çıkmış, son on yılda ise siyaset biliminde yoğunlukla çalışılmaktadır. Duygusal kutuplaşma, seçmenlerin siyasi partilere ve/veya liderlere ve parti destekçilerine yönelik tutumlarını, bir başka deyişle kendi destekledikleri partiyi destekleyenlere yani iç grup üyelerine sempati, dış grup üyelerine ise düşmanlık beslemelerini ifade etmektedir. Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nde yoğunlaşan çalışmalar iki partili sistemin doğal kutuplaşmış yapısı ile siyaset bilimcilere pratik bir çalışma alanı sunmuştur (Iyengar vd., 2012; Lelkes, 2016; Mason, 2018; Iyengar vd., 2019). Son yıllarda ise karşılaştırmalı ülke çalışmaları ile duygusal kutuplaşmanın çok partili sistemler içindeki nasıl okunması gerektiğine dair çalışmalar yer bulmaktadır (Wagner, 2021; Reiljan vd., 2023). Türkiye'nin de içinde yer aldığı bu çok ülkeli çalışmalarda Türkiye'nin duygusal kutuplaşma skorlarında pek çok ülkeyi geride bıraktığı görülmektedir.

V-Dem Enstitüsü (2022), 2001 yılından bu yana Polonya ve Macaristan gibi demokratik kazanımların düşüş yaşadığı ülkelerde kutuplaşmanın artışına dikkat çektiği çalışmasında 2011 yılında 5 ülkede görülen geri döndürülmesi zor seviyelere ulaşan *toksik* kutuplaşmanın 2021 yılı itibariyle toplam 32 ülkede görüldüğünü bildirmektedir. Akademik söylem ve uzun yıllara yayılan demokrasi endekslerinden elde edilen ampirik verilere göre, Türkiye'nin de demokratik kazanımlarında gerileme yaşanmaktadır (Haggard ve Kaufman, 2021; Przeworski, 2019; Esen ve Gümüştü, 2016). Bununla birlikte seçmenlerin çoğunluğu ilk kez iktidara geldiği 2002 yılından beri genel ve yerel seçimlerde sürekli olarak Adalet ve Kalkınma Partisi (Ak Parti) hükümetine destek vermiştir. Yirmi yılı aşkın süredir ilk kez 2024 yerel seçimlerinde Ak Parti'nin birinci parti konumu değişmiş ve ana muhalefet partisi Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) seçimlerden birinci parti olarak çıkmıştır.

Kutuplaşmanın yüksek seyrettiği Türkiye'de böylesine uzun yıllara dayanan bir seçim hegemonyasının 2024 yerel seçimlerinde sarsılması, vatandaşların sadece seçim günü sandığa gitmeye alışmış, parti kimliğini kolay kolay değiştirmeyen demokrasi katılımcısı olmadığını, yani oy tercihlerinde değişimine açık olduklarını göstermiştir. Kutuplaşmanın bir kere ortaya çıktıktan sonra aynı yerde sayan bir yapı olmadığını da bizlere hatırlatan bu değişim eğilimi,

vatandaşların birey seviyesinde ve bilişsel düzeyde partizan kimliklerini nasıl güncellediklerini, partileri nasıl algıladıklarını ve siyasi katılım kararını alırken ne düzeyde bu algıları ile hareket ettiklerini merak konusu haline getirmiştir. Türkiye’de seçime katılım 1982’den bu yana çok az seçimde %80’in altına düşmüş (bkz. Tablo 1), yakın zamanda gerçekleşen 2024 yerel seçimleri (%78.1) ise son yıllarda en düşük katılımın gerçekleştiği seçim olarak dikkat çekmiştir. Kutuplaşmanın son yıllarda -en azından duygusal manada- arttığını izlediğimiz Türkiye’de, seçime katılımın gidişatındaki değişkenliğin kutuplaşma ile ele alınması iki kavram arasındaki etkileşimin ortaya konması açısından ilgi çekici durmaktadır.

Bu noktada çalışmamız, Türk seçmenin duygusal kutuplaşma ve siyasi katılım ilişkisini 10 yıllık bir süreç için ilk kez ortaya koyarak bundan sonraki çalışmalar için bu alanda temel bir çalışma olarak anılmayı hedeflemektedir. Bu bağlamda çalışmanın yanıt arayacağı sorular şunlar olacaktır: Türkiye gibi çok-partili bir sistemde duygusal kutuplaşma, seçime yüksek katılım oranlarının ne derece belirleyicisi olabilir? Yüksek duygusal kutuplaşma, partizan seçmenlerin oy kullanma yoluyla siyasi katılım eğilimini artırır mı? Türk seçmenin oy kullanmaya verdiği önem, duygusal kutuplaşma seviyesinden etkilenir mi? Bu sorulara, Karşılaştırmalı Seçim Sistemleri Çalışması’nın (CSES) Türkiye’de 2011, 2015 ve 2018 genel seçimlerinden sonra yapılan seçim sonrası anket verileri ile yanıt aranmaktadır. Çalışmanın bulgularına göre, Türkiye’de duygusal kutuplaşma seviyesi ile oy kullanma arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Sosyo-demografik değişkenler için kontrol edildiğinde de benzer etkiler devam etmektedir. Değişkenlerin tekil etkilerinin yanı sıra duygusal kutuplaşma skorları ile partizan kimliklerin etkileşimini içeren model tahminlerinde de duygusal kutuplaşmanın seçmenleri sandığa götürme gücü parti seviyesinde belirginleşmektedir.

Çalışmamızın planı şu şekilde olacaktır: Sıradaki bölümde Türkiye’de duygusal kutuplaşmanın ortaya çıkışı, ardından çalışmanın test edeceği hipotezler ve ilgili literatüre yer verilecektir. Takip eden bölümde çalışmanın kullandığı veri seti ve araştırma deseni ile değişkenlerin özelliklerinden bahsedilecek ve sonraki bölümde de ortaya koyulan hipotezlerin sonuçlarının tartışılacağı bölüm yer alacaktır.

## 1. TÜRKİYE’DE DUYGUSAL KUTUPLAŞMANIN İZLERİ

Türkiye’de geleneksel siyasal katılım, yerel ve ulusal seçim pratikleri etrafında örgütlenmiş ve kurumsallaşmıştır (Çarkoğlu ve Kalaycıoğlu, 2007). 2000’li yılların başından itibaren Türkiye’de parti parçalanması ve oynaklığı

azalmış ve siyasi kutuplaşma kalıcı hale gelmiştir (Özbudun, 2013). Aynı dönemin, Türkiye'de duygusal kutuplaşma ve vatandaş katılımı arasındaki ilişkinin köklerinin de ortaya çıktığı dönem olduğu söylenebilir. 1950'deki ilk çok partili seçimin ardından, Türkiye 1960'tan 1980'e kadar ılımlı çok partili sistemi tecrübe etmiş, sol-sağ eksenli ideolojik kutuplaşmanın ve kentsel toplumsal hareketlerin yükselişe geçtiği 1973-1980 yılları arasında daha aşırı, kutuplaşmış bir parti sistemine sahip olmuştur (Özbudun, 2013).

70'li yıllarda, dünyanın genelinde olduğu gibi Türkiye'de de oy kullanma ve parti üyeliği gibi geleneksel siyasi katılımda düşüş eğilimi görülmektedir. Bu düşüş çoğu demokraside 1980'den itibaren doğrusal bir patika takip etmektedir (Hooghe ve Kern, 2017). Sanayileşmiş ülkelerde sosyo-ekonomik koşullar ve kaynaklara erişim büyük ölçüde artmış olmasına rağmen, parti sistemiyle yönetilen en uzun demokrasi örneği olan ABD'de dahi siyasi katılım aşağı yönlü bir grafik çizer (Putnam, 2001). Güncel olarak parlamento seçimlerinde ortalama küresel seçmen katılımı %61 seviyesindedir (Wisevoter, 2024). Düşük siyasi katılımın en çok gençler arasında belirgin olduğu da siyasi katılım literatüründe ortaya koyulmaktadır (Wattenberg, 2007).

2024 itibariyle Türkiye'de ortalama seçmen katılımı parlamento seçimlerinde %86, yerel seçimlerde %84,1 ve referandumlarda %83,6 olarak gerçekleşmiş olup, 1982'den bu yana sadece birkaç kez %80'in altına düşmüştür (YSK). Pateman'ın (1970) belirttiği gibi, demokratik bir yönetimin var olabilmesi için katılımcı bir toplumun var olması gerekir. Türkiye'nin, seçime katılım<sup>2</sup> açısından bu şartı yerine getirdiğini söyleyebiliriz. Tablo 1'de Türkiye'de ilk kez gerçekleşen 1950'deki çok partili seçimlerden günümüze kadar geçen yıllarda genel ve yerel seçimlere ve halk oylamalarına katılım oranları gösterilmektedir. 1960'ın sonlarında düşüş eğiliminin başladığı, özellikle yerel seçimlerde %50 seviyelerine kadar gerilediği gözlenmektedir. Özbudun (1976) bu düşüşü Türkiye için de geçerli bulduğu hızlı sosyo-ekonomik modernleşme ve köyden kente göç üzerinden tartışmaktadır. Seçime katılım oranlarına dair bugüne kadar yapılan çalışmalar, makro düzeydeki değişimlerle seçmenin davranışı arasında bir ilişki üzerinden çıkarımlarda bulunmuş ve aslında seçmenin oy kullanma ya da kullanmama kararı ile bilişsel ve duygusal düzeyde bir bağ kurulmamıştır. Seçime katılımın düşmesi, partizan bağların kolay kolay değişmemesi ve eski

---

<sup>2</sup> 1982 Anayasası'nı değiştiren 17 Mayıs 1987 tarihli ve 3361 sayılı kanuna göre, seçime katılım bir yükümlülük olarak belirlenmiş ve yükümlülüğün yerine getirilmemesi halinde parasal yaptırımlar öngörülmüştür. [https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/19464\\_1.pdf](https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/19464_1.pdf) (erişim tarihi: 27 Kasım 2023.) Ancak, YSK en son 2015 genel seçimlerinde oy kullanmayanlara yönelik para cezası uygulamasını duyurmuş, o tarihten sonraki hiçbir seçim için herhangi bir yaptırım miktarı açıklamadığı için seçime katılımın anayasal yükümlülüğü *de facto* uygulanmamaktadır.

partilerinden ayrılan seçmenlerin, bağlılıklarını hemen başka bir partiye geçirmekten çekinmesi ile açıklanmaktadır (Özbudun, 1976). Başka bir deyişle, eskiden desteklediği partiyi artık desteklemek istemeyen ya da parti kapatmaları, askeri müdahaleler nedeniyle eski partisine destek veremeyen seçmenlerde oy kullanmama eğilimi görülmüştür. Partizan bağların güncellenmesi sürecindeki bu geçiş eski bağlara sadakat olarak görülmektedir. Çarkoğlu (2012) ise bu durumu tek bir partiye uzun süreli bağlılıktan ziyade, bir parti ailesine veya belirli bir siyasi duruşa uyum sağlama eğilimine bağlamaktadır.

**Tablo.1: Türkiye’de Genel ve Yerel Seçimlere ve Halk Oylamalarına Katılım Oranları (1950-2024)**

Seçim yılı	1950	1954	1957	1961	1963	1965	1968	1969	1973	1977	1982	1983	1984	1987	1988	1989	1991
Genel seçime katılım%	89,4	88,6	76,7	81,4	-	71,4	-	64,3	66,8	72,4	-	92,4	-	93,4	-	-	83,9
Yerel seçime katılım%	-	-	-	-	77,6	-	55,2	-	51,4	50,1	-	-	88,5	-	-	77,8	-
Halk oylamasına katılım%	-	-	-	81,1	-	-	-	-	-	-	91,4	-	-	95,0	88,9	-	-

Seçim yılı	1994	1995	1999	2002	2004	2007	2009	2010	2011	2014	2015-I	2015-II	2017	2018	2019	2023	2024
Genel seçime katılım%	-	85,2	87,2	79,1	-	84,3	-	-	83,2	-	83,9	85,2	-	86,2	-	88,9	-
Yerel seçime katılım%	90,5	-	87,1	-	76,3	-	85,2	-	-	89,2	-	-	-	-	84,7	-	78,1
Halk oylamasına katılım%	-	-	-	-	-	67,5	-	73,7	-	-	-	-	85,4	-	-	-	-

Kaynak: Yüksek Seçim Kurulu (YSK)

Türkiye’de çok partili dönemin başladığı 1946 yılından bu yana, dağılarak/isim değiştirerek ya da birleşerek kapanan partileri dışarıda bıraktığımızda hiçbir siyasi parti askeri müdahalelerden, partilerden bazıları da farklı zamanlarda Anayasa Mahkemesi’nin parti kapatma kararlarından kaçmayı başaramamıştır. 1980 askeri müdahalesinden sonraki dönemde demokratik dekonsolidasyonun çok partili bir sistemle telafi edilmesi umudu 1990’larda seçimlerde birçok yeni kurulmuş partinin yarışına tanıklık etmiştir. Bununla beraber ülkede 1980’den sonra uygulamaya konulan olgunlaşmamış neoliberal politikaların sonucunda ekonomik kriz yıllarını ve kısa ömürlü koalisyon hükümetlerini tecrübe eden Türkiye’de aynı dönemde seküler-İslamcı hareketler ve Türk-Kürt milliyetçiliği arasındaki kutuplaşma da hissedilir olmuştur.

Ak Parti, neoliberal siyasi rasyonalitenin çoğu ülkede zirveye ulaştığı ve sağ siyasetin küresel olarak yükselişe geçtiği 2000’li yılların başında iktidara gelmiştir. Aynı dönemde, sosyo-ekonomik koşullar ve modernleşme 1970’lerden çok daha ileri düzeye ulaşmış ancak dünyadaki trendin aksine Türkiye’de seçime katılım oranları yükseliş eğiliminde olmuştur.<sup>3</sup> Merkez sağ partilerin 2002 genel seçimlerinde kısmen ulusal baraj nedeniyle başarısız olmasıyla 1999’daki meclis

<sup>3</sup> Oy verme alışkanlığı teorileri, bir seçimde oy kullananların bir sonraki seçimde de oy kullanma olasılığının yüksek olduğunu ve bunun tersinin de geçerli olduğunu kabul etmektedir (Plutzer, 2002; Fowler, 2006).

dağılımı tamamen değişmiş; Türk siyaseti iki partili parlamento tecrübesini yaşamaya başlamıştır. 2002'deki yüksek seçim barajının yansımaları 2007 seçimlerindeki oy verme kalıplarını etkilemiş görülmektedir, önemli sayıda seçmen daha büyük partiler lehine küçük partileri terk etmiş, bazıları da taktiksel oy verme stratejilerine başvurmuştur (Sayarı, 2012).

Araştırmacılar, popülist sağ partileri destekleyen bireylerin zayıf sosyal entegrasyona, güçlü duygusal kutuplaşmaya ve hem medyanın hem de toplumun kendilerine adil davranmadığı inancına sahip olma eğiliminde olduklarını vurgulamaktadır (Bischof ve Wagner, 2019; Gidron ve Hall, 2020); bunun aksine, büyük siyasi partileri destekleyenler, çok sayıdaki seçmen kitlesi ile olumlu sosyal ve ekonomik bağlara sahip olabilir ve kendilerini iyi temsil edilmiş hissedebilirler.

Yakın zamanda kurulmuş, İslamcı köklere sahip, sosyal entegrasyonu zayıf ve mütedeyyin bir grubu temsil eden sağ bir parti olan Ak Parti'nin, 2010'larda seçmen desteğine sahip büyük partiler arasında konumlandığını ve baskın bir parti haline geldiğini belirtmek gerekir. Kendine partizan bağlılığı olan ve/veya olmayan ama sadık bir seçmen kitlesi edinen Ak Parti, Avrupa Birliği'ne uyum ve Post-Washington Konsensüsü kapsamında kaynakların depolitizasyonu hedefiyle Batı ile yakın bağlar kurmuş ve girdiği 15 seçimden 14'ünde birinci parti olarak başarı sağlamıştır.

Müslüman-Sünni retorik ve neoliberal siyasi rasyonaliteyi harmanlayan Ak Parti hükümetleri dönemi, siyasi kutuplaşmanın yanında Türk seçmenin de duygusal olarak kutuplaştığı bir dönemi başlatmıştır. Kendi partisine desteğini arttıran ve partizan bağlarını güçlendiren seçmenler, karşı partiler ve liderleri hakkında uzak ve olumsuz düşünceler beslemeye başlamıştır. Bilişsel açıdan seçmenlerin bu konumlanması, seçim zaferinin seçmenlerin kazandığı kişisel bir zafer gibi algılanmasına yol açmıştır. Duygusal kutuplaşma literatürünün pek çok ülke çalışmasında ortaya koyduğu gibi, seçmenler seçim sonuçlarını tercih ettikleri parti için bir zafer ya da kişisel bir başarı olarak yorumlarken diğer yandan kişinin tercih ettiği partinin seçimleri kaybetmesi kişisel bir başarısızlık olarak görülebilmektedir (Greene, 2004; Huddy vd., 2015; Mason, 2015). Her iki durum da oy kullanma yoluyla siyasi katılıma ilgiyi arttırmaktadır. Ward ve Tavits (2019) CSES verilerini kullanarak, duygusal kutuplaşmanın vatandaşların siyasi rekabet ve parti sistemlerine ilişkin algılarını şekillendirdiğini göstermektedir. Şekil 1'de görüleceği gibi, aynı veri setini kullanarak yaptığımız hesaplamalara göre<sup>4</sup> Türkiye, 2011-2018 arası dönemde duygusal kutuplaşma skorunda 58 ülke

---

<sup>4</sup> Duygusal kutuplaşma skorunun hesaplanmasına dair izlenen prosedüre 'Araştırma Deseni ve Veri Analizi' bölümünde yer verilmektedir.

arasında birinci sıradadır. Bu veriler, diğer birçok çalışma ile de uyumlu sonuçlar ortaya koymaktadır (Wagner, 2021; Reiljan vd., 2023; Boxell vd., 2024).

## 2. DUYGUSAL KUTUPLAŞMA VE SİYASİ KATILIM

1940'larda ve 1950'lerde siyasi katılım dünya genelinde, oy verme ve kampanya faaliyetlerine katılım olarak anlaşılıyordu. Bu kavram 1960'ların başında politikacılar ve partiler tarafından yürütülen kampanyalar ve vatandaşlar ile kamu görevlileri arasındaki kabul görmüş temaslar gibi geleneksel siyaset kavramsallaştırmalarıyla ilgili faaliyetleri de kapsayacak şekilde olgunlaşmıştır (van Deth, 2014). 1970'lere gelindiğinde, protesto faaliyetlerinin yanı sıra kadın hareketi ya da pasifist hareketler gibi yeni toplumsal hareketleri de içeren geleneksel olmayan biçimler ortaya çıkmıştır (van Deth, 2014). Modern toplumun siyasi ve siyasi olmayan alanları arasındaki ayrımın bulanıklaştığı 1990'larda, siyasi katılımın tanımı da siyasi olabilen ancak mutlaka siyasi olması gerekmeyen sivil faaliyet ve eylemlere doğru genişlemiştir (Weiss, 2020).

Çalışmamızın merkez kavramlarından kutuplaşma kavramı hem farklılıkların varlığına vurgu yapan hem de siyasi yeniden hizalanmalar yoluyla kutupsuzlaşma olasılığından uzaklaşılacak bir süreç ve durumdur (DiMaggio vd., 1996; Somer vd., 2021). *Duygusal kutuplaşma*daki grup içine yönelik sempatinin ve grup dışına olumsuz ve uzak tutumların farklılığı ise kavramın birey seviyesinde ve bilişsel düzeyde irdelenmesine olanak tanımaktadır. Grup dışına yönelik düşmanlık/mesafe, Schmitt tarzı dost-düşman ayrımında bir tutuma tekabül edebileceği gibi eksik hoşlanma/hoş olmayan duygular besleme seviyelerinde de olabilir.

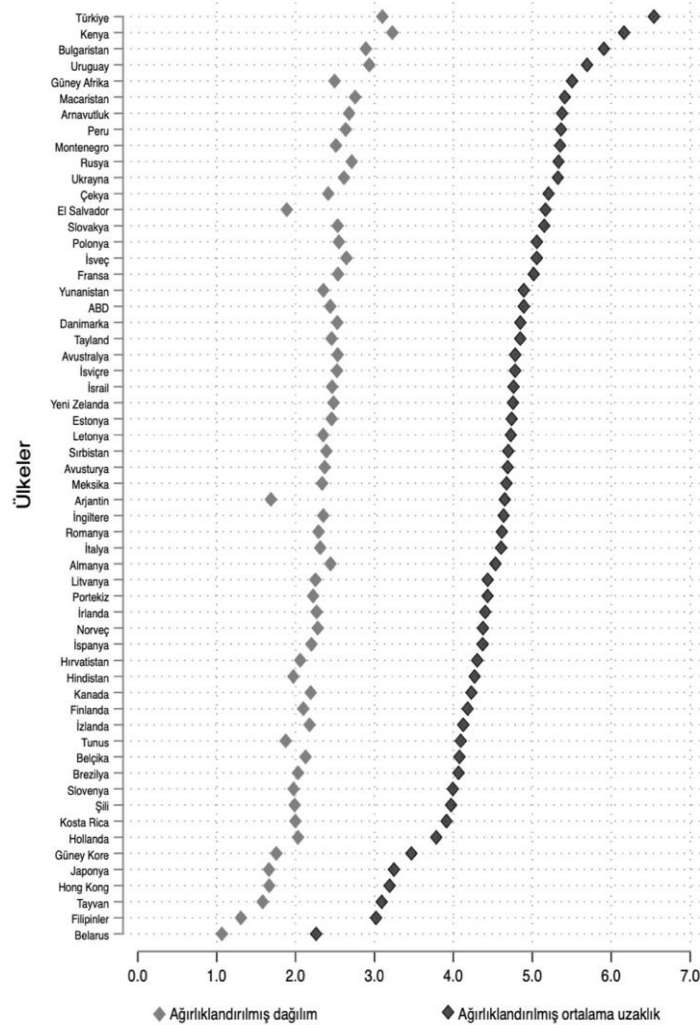
Duygusal kutuplaşma literatürü, partizanlık da dahil olmak üzere sosyal ve siyasi kimliklerin gelişimini ve sonuçlarını açıklamak için de kullanılan Sosyal Kimlik Teorisi'nden (SKT) yararlanmaktadır (Tajfel, 1970; Tajfel ve Turner, 1979). Partizanlığın bir tutum olmanın ötesinde bir sosyal kimlik olarak algılanması, SKT'nin duygusal kutuplaşma için sunduğu çerçevenin önemli bir ayağıdır (Bankert vd., 2017; Greene, 1999, 2002, 2004; Huddy vd., 2018). SKT, insanların sosyal gruplara olan duygusal ve psikolojik bağlılıklarının sosyal kimliklerini büyük ölçüde belirlediğini onaylamaktadır. Bu duygusal bağlar, insanların günlük rutinlerini hatta hayatta aldıkları kararları yönlendirme potansiyeli ile önemlidir. Grup bağları güçlendikçe, grup üyeliği bir varoluş kimliğine dönüşür, dahası olduğu gibi ve dış tehditlere karşı korunması gereken bir aidiyet olarak anlaşılır (Renström vd., 2021). Röllicke (2023), grup dışındakinden hoşlanmama durumunun normatif yönünü göz ardı etmemek gerektiğini paylaşmaktadır. Demokrasinin çoğulcu tanımını da düşündüğümüzde toplumun homojen bir topluluktan çok, birbirinden farklı sese, görüşe sahip



insanların bir arada yaşadığı, adil ve özgür seçimler yoluyla yöneticilere belirli süre ile yönetme yetkisi verdiği, farklılıklara rağmen belli bir seviyede korunan ahenk ile bir aradalığı ile ele alındığında toksik seviyeye ulaşmayan kutuplaşma demokrasi için faydalı de görülebilir.

Siyaset biliminde duygusal kutuplaşmaya çalışmaları, ABD’li seçmenler ve iki partili sistem üzerinden çoğalmaya başlamış (Iyengar vd., 2012; Iyengar vd., 2019; Mason, 2015; 2018) ve son yıllarda çok partili sistemler üzerine çalışmalarla da gelişmeye devam etmektedir (Wagner, 2021; Hartevelde vd., 2022a; Gidron vd., 2020; Reiljan, 2020; Reiljan ve Ryan, 2021; Renström vd., 2021). Karşılaştırmalı ülke çalışmaları ile duygusal kutuplaşmanın seviyesinin Türkiye, İsveç, Fransa gibi çok partili sistemlerde ABD’dekinden önemli ölçüde daha yüksek olduğunu ortaya koyulmuştur (Wagner, 2021; Reiljan vd., 2023; Boxell vd., 2024).

### Şekil.1: Ülkelerin Duygusal Kutuplaşma Skorları (CSES, 2011, 2015, 2018)



Şekil 1’de görülebileceği gibi CSES verileri ile yaptığımız hesaplamalara göre çok partili sistemin uygulandığı birçok Avrupa ülkesinde duygusal kutuplaşma skoru ABD’yi geride bırakmıştır. Sıradaki bölümde çalışmanın odağındaki oy kullanma yolu ile siyasi katılım ve duygusal kutuplaşma seviyesi arasındaki ilişkiye dair literatürden çalışmalara ve Türkiye’de bu ilişkinin ortaya koyulması için test edilecek hipotezlere yer verilecektir.

### **3. OY VERME VE DUYGUSAL KUTUPLAŞMA ARASINDA NASIL BİR İLİŞKİ OLABİLİR?**

Siyasi katılım ve duygusal kutuplaşma kavramları ve bu kavramları konu edinen çalışmalar, siyaset bilimi disiplinde iki farklı literatür oluşturmaktadır. Yukarıda tartışıldığı üzere, duygusal kutuplaşma son on yılda eserlerin yoğunlaştığı bir alan iken, siyasi katılım çalışmaları 1950’lerden beri artarak devam etmektedir. Bu iki literatür son dönemde iç içe geçmeye de başlamıştır. Araştırmalar, kutuplaşmış toplumlarda aktif siyasi katılımın daha belirgin olduğunu göstermektedir (Wojcieszak, 2011). Bunun yanında partizanlığın da siyasi katılımı artıran bir yönü olduğunu ortaya koyan çalışmalar vardır (Campbell vd., 1960; Greene, 2004). Yine birçok siyaset bilimci, partizanlığın duygusal bir bileşen içerdiğini kabul etmektedir (Campbell vd., 1960; Green vd., 2002; Lupu, 2015).

Grup içi siyasetin dinamikleri seçimlere katılım için bir motivasyon kaynağı olarak hizmet edebilir. Duygusal kutuplaşma, siyaseti gruplar arası rekabetle ilişkilendirerek, seçmenleri sadece ideolojik bir tercihtense grup siyasetinin dinamiklerine göre şekillenen siyasi katılım kararına yöneltebilir (Edlin vd., 2007). Harteveld ve Wagner (2023), Almanya, İspanya ve Hollanda üzerine yaptıkları çalışmada, kutuplaşmanın, seçmenleri iç grup veya dış grup pozisyonlarını benimsemeye teşvik edebileceğini, böylece siyasi katılımı artırabileceğini ve bunun da kutuplaşmayı güçlendireceğini öne sürmektedirler. Belirli bir düzeyde siyasi kutuplaşmanın varlığında da seçmenler adaylar arasında daha kolay seçim yapabilmektedir (Campbell, 2016; Enyedi, 2008; LeBas, 2018). Örneğin, radikal sağ ya da sol popülist partiler tarafından önerilen anti-demokratik duruşları ayırt eden seçmenler (Bantel, 2023) demokratik normları ön planda tutarak oy kullanmaktadırlar.

Seçmenler zaman zaman kime oy vereceği konusunda belirgin bir karara sahip olmasa da duygusal açıdan uzak ve olumsuz hissettiği adaylara ya da partilere oy kullanmayacağından emin olabilmektedir. Pozitif partizanlığı ve ideolojik kutuplaşmayı hesaba katan ve duygusal kutuplaşmanın siyasi katılım üzerinde belirgin bir anlamlı etkisinin sürdüğünü kaydeden çalışmalar da

literatürde yer alır (Wagner, 2021; Wald ve Tavits, 2019). Oy verme eğilimi ile partizan duygusal kutuplaşma arasındaki ilişkiye baktığı çalışmada Serani (2022), hem grup içi beğenin hem de grup dışı nefret duygularının insanların oy verme eğilimini artırdığını ve ikincisinin etkilerinin daha belirgin olduğunu göstermektedir.

Duygusal kutuplaşma ve siyasi katılım arasındaki nedensellik analizi için yeterli çalışma birikimi bulunmasa da partizanlık<sup>5</sup> ve siyasi katılım arasındaki etkileşim literatürde yer almaktadır (Huddy ve Bankert, 2017). Partizanlık çoğunlukla sosyal kimlik teorisinden hareketle duygusal bir parti özdeşleşmesi olarak anlaşılmış ya da rasyonel seçim teorisine dayalı olarak politika ve politikacılarla rasyonel/araçsal bir ilişki biçimi olmuştur (Carius-Munz, 2020). Daha detaylı bakıldığında partizanlığın sezgisel bir kimlik olmanın ötesinde, siyasi kimliğin temelini oluşturan, siyasi olayları, adayları ve konuları değerlendirmek, oy verme tercihleri konusunda ipuçları sağlayan çok yönlü bir kavram olduğu söylenebilir (Dalton, 2015). Nitekim, oy kullanma kararının grup dışına yönelik olumsuz duygulardan ziyade kişinin kendi partisine yönelik olumlu duygulardan kaynaklandığına dair literatürde güncel çalışmalar yer almaktadır (bkz. Phillips, 2024).

Bolsen ve diğerleri (2014: 237) tarafından savunulduğu üzere, “partizan kimlikler kamuoyu oluşumunda kesinlikle kritik bir rol oynamaktadır ve yönelimsel muhakeme genellikle bireyin kendi partisine sadık ve tutarlı olma ve diğer partiyle olan farklılıkları en üst düzeye çıkarma arzusu tarafından yönlendirilmektedir”. Parti kimliği sadece oy tercihimizi belirlemekten daha fazlasını yapar; vatandaşların nasıl tutum geliştireceklerini ve siyasetle nasıl ilişki kuracaklarını şekillendirmeye yardımcı olur (Campbell, 1960; Johnston, 2006). Güçlü partizanlar partilerine oy verir, kampanya sırasında siyasi eylemde bulunur, partilerine dışarıdan gelen tepkilerine karşı savunur ve duygusal kutuplaşma sergiler (Huddy vd., 2018). Iyengar ve diğerleri (2019)’ne göre, partizanlığın güçlü bir grup kimlik oluşturması, aileden gelen partizan bağlardan köklerini alır ve bu partizanlık her seçim dönemi pekiştikinden değişime uğraması muhtemel değildir. Parti sistemindeki dalgalanmaların yüksek olduğu Türkiye’de, bu bağlamda partizan bağlılıkların benzer parti ailelerinin farklılaşan isimleri altında nesiller arasında aktarılmıştır (Çarkoğlu, 2012; Kalaycıoğlu, 1998, 2008).

---

<sup>5</sup> Bu çalışmada kullandığımız partizan kavramı, CSES anketinde yakın hissettiği bir partinin olduğunu ifade eden katılımcıların verdiği “çok yakın hissediyorum” ve “yakın hissediyorum” yanıtlarına dayanarak oluşturulan değişkeni ifade etmektedir. Bu değişken çalışmanın odağındaki 5 parti (Ak Parti, CHP, HDP, İYİP, MHP) için yaratılmıştır.

Literatürde ortaya konduğu üzere duygusal kutuplaşma seviyesinde artış, seçmen katılımını motive ederek siyasi katılım üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahip olabilir (Bankert, 2021; Hartevelde ve Wagner, 2023; Iyengar ve Krupenkin, 2018; Wagner, 2021; Ward ve Tavits, 2019), ancak bazı çalışmalar karşıt görüşler sunmaktadır (Ahn ve Mutz, 2023, Phillips, 2024). Phillips (2024), oy verme yoluyla siyasi katılımın alışkanlık yönünü vurgulayarak, duygusal kutuplaşmanın yeni seçmenleri çekmek yerine yalnızca halihazırda siyasi alana dahil olanları harekete geçirdiğini savunmaktadır. Ahn ve Mutz (2023)'a göre ise iki kavram arasındaki ilişki sınırlıdır; siyasi katılımın belirleyicileri arasında duygusal kutuplaşmadan daha çok önce gelen değişkenler söz konusudur. Hartevelde ve diğerlerine (2022a) göre, duygusal kutuplaşmanın siyasi katılım üzerinde kalıcı bir etkisi bulunmamaktadır. Bahsettiğimiz noktalardan hareketle hem tüm anket verisi hem de partizan alt gruplar için test edeceğimiz ilk hipotez aşağıdaki gibidir:

**Hipotez 1 (H1):** Duygusal kutuplaşması yüksek olan seçmenlerin, oy kullanma yoluyla siyasi katılım olasılığı da yüksektir.

Campbell ve diğerlerinin (1960: 42) belirttiği gibi: "...siyasetin unsurlarına ilişkin algı ve değerlendirmelerin ölçülmesi, oy verme eyleminin açıklanmasında enerjimizin ilk yüküdür". Yazarlar oy verme güdülerini kampanyaya ilgi, seçim sonucuna ilişkin endişe, politik etkililik duygusu ve vatandaşlık görevi duygusu olarak sıralamaktadırlar. Ayrıca, dış gruba düşmanlık ve iç grup kayırmacılığı da daha önce bahsettiğimiz gibi siyasi katılım motivasyonunun iki temel nedenidir. Muhalefet düşman ya da tehdit olarak görüldüğünde, seçim daha büyük bir sorun ve yüksek riskli bir rekabet haline gelmektedir (Valentino vd., 2011; Abramowitz ve Webster, 2018; Huddy ve Yair, 2021; McLaughlin vd., 2020). Diğer partilere karşı düşmanlık ne kadar büyük olursa, seçim rekabeti riskli seviyede algılanmaktadır ve siyasi katılım yüksek seyrederek. Ward ve Tavits (2019)'in ortaya koyduğu gibi karşı partiye ve/veya partililere olumsuz duygular ve seçim sonuçlarının desteklenen parti lehine sonuçlanmaması durumunda risk algısını tetikleme nedenleriyle vatandaşlar daha çok oy kullanma eğiliminde olabilmektedir. Ayrıca, partizan ve sosyal kimlikler birbirini güçlendirdiğinde, vatandaşların siyasi katılımı artmaktadır.

Literatürün üzerinde durduğu öfke ve Schadenfreude<sup>6</sup> gibi bazı duygular da siyasi katılımı motive edebilir ve seçmenleri harekete geçirebilir (Valentino vd., 2011; Huddy vd., 2015). Özellikle ikinci duygu durumunda, grup içi seçim başarısı, dış grupların başarısızlığından kaynaklanan bir öz tatmin olarak algılanmaktadır. Huddy ve diğerlerinin (2015: 3) belirttiği gibi, '[p]artililerin (...) içselleştirilmiş partizan kimliği duygusu, partinin başarısızlıklarının ve zaferlerinin

<sup>6</sup> Almanca dilinden olan bu kelime, başkasının üzüntüsüne sevinme durumunu ifade eder.

kişisel hale geldiği anlamına gelir. Pozitif farklılığa verilen önem, özellikle bir partinin konumu veya statüsü tehdit altında olduğunda devam etmektedir.'

Seçmen katılımına ilişkin psikolojik açıklamalar, seçmenlerin önemli bir kısmının kişisel motivasyonlar ve medya etkisinin bir kombinasyonu ile oy kullanmaya yönlendirildiğini öne sürmektedir. Örneğin seçimlere katılım, adayların medyada daha fazla yer bulması ve daha yüksek tanıtım nedeniyle başkanlık seçimlerinde tipik olarak daha yüksektir (Edlin vd., 2007). Birden fazla ülkenin karşılaştırıldığı çalışmalarda, duygusal kutuplaşmanın zaman içinde dalgalanmalar gösterdiği ve seçim öncesi dönemlerde en yüksek seviyelere ulaştığı gösterilmiştir (Boxell vd., 2024; Hernandez vd., 2021, Hartevelt vd., 2022a). Tıpkı bir futbol taraftarının her dört yılda bir düzenlenen Dünya Kupası'nın başlamasına son günler kala heyecanla beklemesi gibi seçimlere olan ilgi de seçim günü yaklaştıkça artma eğilimindedir (Edlin vd., 2007). Benzer şekilde, yerel ve ulusal seçimlere olan ilgi, seçmenin seçimin yüksek riskli bir rekabet olup olmadığını değerlendirmesine bağlı olarak farklılık gösterebilir (Arceneaux ve Nickerson 2009). Rekabetin büyük olduğu seçimlerde, bir başka deyişle kazananın ve/veya kazanan tarafı destekleyen seçmenlerin elde edeceği faydaların, karşı tarafta yer alanın ise doğal olarak kayıpta olacağı durumlarda seçmenler seçim sonuçlarına yüksek ilgi duyar ve seçimler daha yüksek katılımı sonuçlanır. Abramowitz ve Stone (2006) ile Abramowitz ve Saunders (2008), ABD için yaptıkları çalışmada, George W. Bush'un başkan seçilmesiyle ilgili kanıtlar sunarak, liderlere yönelik beğenin/nefretin harekete geçirici bir etkisi olduğunu ve daha seçimin yüksek katılımı sonuçlandığını göstermişlerdir.

Seçmenlerin oy kullanma kararı ve oluşacak sonuçlara dair beklentilerini dikkate alan Rasyonel Seçim Teorisi'ne göre vatandaşlar, sonuçlara ilişkin fayda beklentilerinin düşük olması ya da hiç olmaması durumunda seçim günü oy kullanmayı irrasyonel bulmaktadır (Downs, 1957; Riker ve Ordeshook, 1968). Seçim sonucuna dair beklentinin oluşması, çıkacak sonucun olası etkilerini değerlendirme ve oy kullanma ya da kullanmama kararını içeren bu yaklaşımda oy vermek, istenen sonuca ulaşmak için araçsal bir eylem haline gelmektedir (Fiorina, 1981). Son yıllarda Fransa'daki cumhurbaşkanlığı seçimleri bunun en belirgin örneğini teşkil eder. Aşırı sağ yükselişte olduğu ülkede girdiği her seçimde oyunu artıran Ulusal Birlik ve lideri Marine Le Pen, radikal sağ politikalara karşı birleşen ve bu politikalara olumsuz bakan seçmenlerin kullandığı stratejik oylar nedeniyle zafer elde edememektedir. Dolayısıyla, duygusal kutuplaşmanın varlığında bunun oy kullanmaya yansımaları her zaman grup içine olan sempatiden değil, grup dışına olan olumsuz bakıştan da beslenmektedir. Bu durumun bir benzeri, Türkiye'de 2002 genel seçimlerinde ulusal seçim barajı nedeni ile meclisin dışında kalan partileri destekleyen seçmenlerin, 2007

seçimlerinde stratejik davranarak oylarını 2002'nin kazananı büyük partilere yöneltmesi şeklinde tecrübe edilmiştir (Sayarı, 2012).

Seçmenler, oylarının bir şeyleri değiştireceğini düşündüklerinde, kimin seçildiğinin gerçekten önemli olduğuna inandıklarında, seçimlerde oy kullanma eğilimlerin önemli seviyede artış göstermektedir. Dolayısıyla vatandaşların algıları, bilişsel düzeyde partileri nereye koydukları siyasi katılım üzerinde itici bir güç olabilmektedir. O halde, duygusal açıdan kutuplaşma düzeyinin politik etkililik üzerindeki etkisine bakmak anlamlı durmaktadır. Bu muhtemel ilişkiyi test edeceğimiz hipotez aşağıdaki gibidir:

**Hipotez 2 (H2):** Duygusal kutuplaşması yüksek olan seçmenlerin, oy kullanma yoluyla siyasi katılıma verdiği önem de yüksektir.

#### 4. ARAŞTIRMA DESENİ VE VERİ ANALİZİ

Bu bölümde, Türkiye için CSES<sup>7</sup> verileri kullanılarak çalışmadaki temel değişkenler ve tanımlayıcı istatistiklerin analizi sunulacaktır. CSES veri setinin tercih edilmesinin bir nedeni, duygusal kutuplaşma, oy kullanma eğilimi, partizanlık gibi değişkenleri ülkeler arasında standart bir şekilde ölçmesi ve karşılaştırmalı çalışmalara imkân vermesidir. Diğer bir tercih sebebi de açık kaynak olarak erişilebilir olmasıdır. CSES'in sunduğu Türkiye verileri, 2011 genel seçimleri, 2015 Haziran genel seçimleri ve 2018 genel seçimleri sonrasında yapılan seçim-sonrası anketlerine dayanmaktadır. Literatürde siyasi katılım ve duygusal kutuplaşma arasındaki ilişkiyi inceleyen az sayıda çalışmanın kullandığı veri setlerine baktığımızda, CSES, Sosyal Bilimler için Boylamsal İnternet Çalışmaları (LISS Panel), E-DEM Panel gibi kamuya açık veri setlerini kullanan kesitsel çalışmalar dikkat çekmektedir. Bu çalışmalarda siyasi katılım için tercih edilen temel bağımlı değişkenler olarak oy verme ve/veya oy verme eğilimi öne çıkmaktadır. CSES'in seçim sonrası anketi verilerine göre, anket katılımcılarının %93'ü (3265 kişi) bir önceki seçim(ler)de oy kullanmış, bu alt grubun da %87'si önceki tüm seçimlerde oy kullanmıştır; son seçimde oy kullananların %2'si önceki seçimlerde oy kullanma ehliyetine sahip değildir ve %11'i önceki seçimlerde oy kullanmamıştır. Siyasi katılımın izleyen seçim dönemlerinde devamlılık arz etmesi, siyasi katılım literatüründe oy kullanmanın bir kere yapıldıktan sonra alışkanlık haline gelmesi üzerinden değerlendirilmektedir (Phillips, 2024).

Anket verisinde yer alan bir soruda katılımcıların partizan olup olmadığı sorulur: "*Kendinizi genellikle herhangi bir partiye yakın olarak görüyor musunuz?*" Bu soruda yer alan 'yakın' kelimesi bir siyasi partiye duygusal bağlılığı ifade

---

<sup>7</sup> Bu veri seti, 1996 ile 2019 yılları arasında 55 ülkede yapılan seçimleri kapsayan seçim anketlerinin bir derlemesidir.

etmektedir (Huddy vd., 2020). Katılımcıların %28'i herhangi bir siyasi partiye yakın hissetmemektedir. Ancak mutlak bir oran, o grubun duygusal olarak kutuplaşmadığı anlamına gelmemektedir. Bir başka soruda katılımcılara "*Kendinizi en çok hangi partiye yakın hissediyorsunuz?*" diye sorulmakta ve bu soruyu partizanlık düzeyini soran ikinci bir soru takip etmektedir: "*Kendinizi bu partiye çok mu yakın hissediyorsunuz, biraz mı yakın hissediyorsunuz, yoksa pek yakın hissetmiyor musunuz?*" Katılımcıların %50'si kendilerini partilerine son derece yakın hissederken, %47'si de partilerine biraz yakın hissetmektedir.

Karşılaştırmalı siyasette duygusal kutuplaşma çalışmaları, partilere, liderlere ve parti destekçilerine yönelik tutumları ölçen duygu termometrelerini<sup>8</sup> (Iyengar vd., 2012; Druckman ve Levendusky, 2019) kullanmaktadır. Diğer bazı çalışmalarda sosyal mesafe ölçümleri (Hobolt vd., 2021; Levendusky ve Malhotra, 2016; Druckman ve Levendusky, 2019; Westwood vd., 2018; Kingzette vd., 2021), güven oyunları (Voelkel vd., 2023; Broockman vd., 2022) ve parti destekçileri hakkındaki özellik derecelendirmeleri (Iyengar vd., 2012; Levendusky, 2013; Druckman ve Levendusky, 2019) kullanılmaktadır. Druckman ve Levendusky (2019) duygu termometrelerinin, özellik derecelendirmelerinin ve güven derecelendirmelerinin benzer tutum türlerini ölçtüğünü, sosyal mesafe ile ilgili soruların ise daha çok davranışsal bir yapıyı ölçtüğü için diğerleriyle daha az korelasyon gösterdiğini belirtmektedir.

Duygusal kutuplaşma skoru hesaplamasında Wagner'in (2021) öncü makalesini temel alan bu çalışma, duygu termometresi sorularına verilen parti beğenme-beğenmeme puan ortalamalarının yayılması (*spread of like-dislike*) yöntemini kullanmaktadır. Hesaplama prosedürü iki partili bir sistemde çok daha basitken, çok partili bir sistemde parti sayısı ve seçilen hesaplama metoduna göre daha karmaşık bir hale gelebilmektedir. Örneğin, bir anket katılımcısının partilere verdiği skorlar incelendiğinde en hoşlanmadığı parti büyük bir parti ise, oy oranlarına göre ağırlıklandırılmış bir hesapta bu seçmen, daha küçük bir partiden hoşlanmayan bir diğer seçmene göre duygusal olarak daha fazla kutuplaşır<sup>9</sup>. Özellikle sevilen ve sevilmeyen partilerin büyük rakipler olduğu senaryolarda ve parti büyüklüğünün duygusal kutuplaşma ile güçlü korelasyonu göz önüne alındığında (Wagner, 2021; Ward ve Tavits, 2019; Kawecki, 2022), bir

<sup>8</sup> Bu ölçüm, tipik olarak '0 ila 10' veya '0 ila 100' arasında değişen sayısal bir ölçek kullanır; burada '0' aşırı hoşnutsuzluğu ve '10/100' aşırı beğeniyi gösterir.

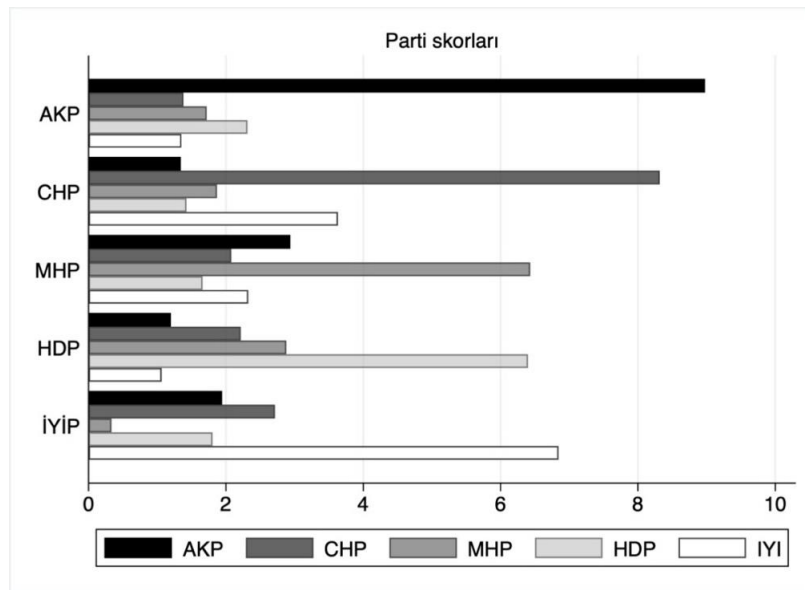
<sup>9</sup> Bunu bir örnek ile açıklayacak olursak, 4 partinin puanlanmasının sorulduğu ankette oy oranı sırasıyla %40, %30, %15, %15 olan partilere 10,0,0,0 ve 0,0,0,10 veren 2 seçmenin partilerin oy oranları ile ağırlıklandırılmış duygusal kutuplaşma skorları sırasıyla 4.9 ve 3.6; oy oranları hesaba katılmadan ise iki seçmen için de eşit ve 4.33'tür. Birinci seçmen, oy oranı daha yüksek oran partiden hoşlanmakta ve diğer partilerden hoşlanmamaktadır. İkinci seçmen de ülkenin en az oy alan partisinden en yüksek seviyede hoşlanmakta ve diğer partilerden hiç hoşlanmamaktadır.



ağırlıklandırma prosedürü kullanmak daha makul bir seçim olarak ortaya çıkmaktadır (Gidron vd., 2020). Bununla birlikte, çok partinin yer aldığı duygusal kutuplaşma çalışmalarında parti sistemi parçalanmasının dikkate alınması önemlidir. Örneğin, radikal sağ partilere yönelik düşmanlık, büyük partilerin baskınlığı nedeniyle düşük düzeyde bir duygusal kutuplaşma içinde absorbe edilebilir (Gidron vd., 2020; Reiljan vd., 2020, 2023; Bettarelli vd., 2022; Harteveld, 2022b). Türkiye örneğinde, parlamentoda hem büyük hem de küçük siyasi partilerin bulunması nedeniyle duygusal kutuplaşma skoru hesaplamasında partilerin oy oranları dikkate alınarak birey seviyesinde ağırlıklandırma prosedürü kullanılmıştır. Duygusal kutuplaşma skoru hesaplamasına dair daha detaylı açıklamalara ve literatürde kullanılan bir diğer duygusal kutuplaşma hesaplama yöntemi olan “ortalama uzaklık” (*mean-distance*) yöntemine dair notlar EK bölümünde raporlanmaktadır.

Duygusal kutuplaşmaya yönelik çalışmalarda parti kimliği belirterek grup içi/grup dışı yakınlığa ilişkin sorular ölçümü kolaylaştırmanın bir yoludur, ayrıca cevap opsiyonlarına sıralı bir bölüm eklemek de katılımcıların cevaplamaını kolaylaştırmaktadır. CSES anketi, temel bağımsız değişkenimiz olan duygusal kutuplaşma ile ilgili olarak katılımcılara aşağıdaki soruyu yöneltilmektedir: "*Siyasi partilerimizin her biri hakkında ne düşündüğümüzü bilmek isteriz. Bir siyasi partinin adını okuduktan sonra, lütfen "0'dan 10'a kadar bir ölçekte değerlendirin; burada "0" o partiyi kesinlikle sevmediğiniz, "10" ise o partiyi kesinlikle sevdiğiniz anlamına gelmektedir. Eğer adını duymadığınız ya da hakkında yeterince bilgi sahibi olmadığınızı düşündüğümüz bir parti sorulursa, bilmediğinizi söylemeniz yeterli. İlk parti A Partisidir.*"

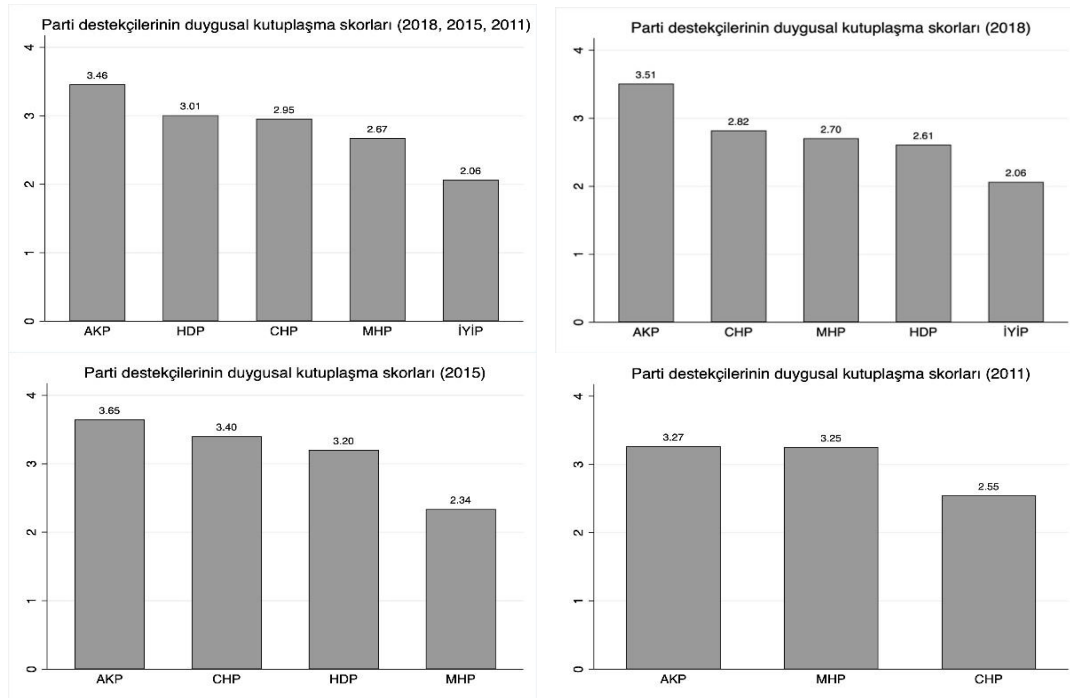
**Şekil.2: Seçmenlerin Partilere Verdiği Ham Skorlar (CSES, 2011, 2015, 2018)**





Çalışmada yer verilen siyasi partiler şunlardır<sup>10</sup>: muhafazakâr, İslamist Ak Parti, sosyal demokrat CHP, Türk milliyetçisi Milliyetçi Hareket Partisi (MHP), Kürt milliyetçisi Halkların Demokratik Partisi (HDP) ve Türk milliyetçisi İyi Parti (İYİP). Çalışmanın odağındaki 5 partiyi destekleyen seçmenlerin kendi partileri ve diğer partiler için verdikleri skorların ortalamaları şekil 2’te görülmektedir. Buna göre, seçmenler kendi partilerini diğerlerinden ciddi şekilde ayrı tutmakta ve en yüksek skoru vermektedir. Ankette 0-10 aralığında kendi partisine en yüksek puanı verenler Ak Parti seçmenleri iken, bu partiyi CHP seçmenleri, İYİP seçmenleri, MHP seçmenleri ve HDP seçmenleri takip etmektedir. Karşı partilere verilen skorlara bakıldığında Ak Parti’yi destekleyenlerin en düşük puan verdiği iki parti İYİP ve CHP, CHP’yi destekleyenlerin en düşük puan verdiği iki parti Ak Parti ve HDP, MHP’yi destekleyenlerin en düşük puan verdiği iki parti HDP ve CHP, HDP’yi destekleyenleri en düşük puan verdiği iki parti İYİP ve Ak Parti ve son olarak İYİP’i destekleyenlerin en düşük puan verdiği iki parti MHP ve HDP olmuştur.

**Şekil.3: Türkiye’de Partilere Yönelik Duygusal Kutuplaşma Skorları (CSES, 2011, 2015, 2018)**

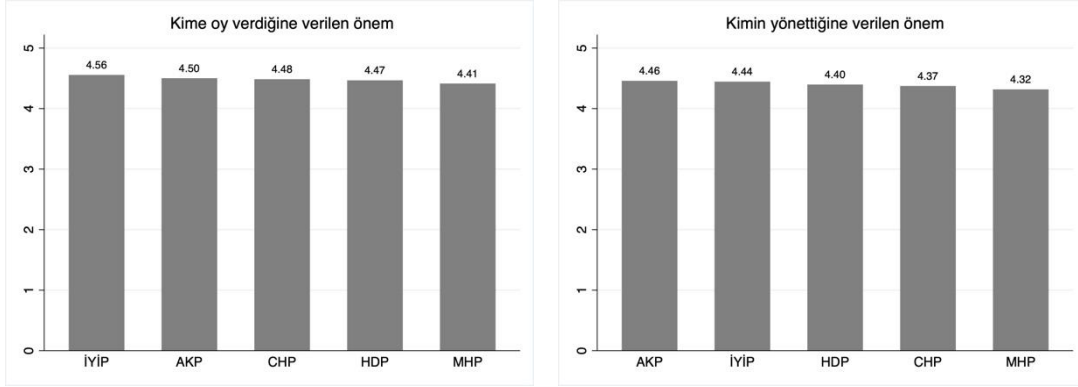


<sup>10</sup> 2018 anket verilerine göre. CSES 2011 anketinde AKP, CHP ve MHP’yi, 2015 anketinde ise AKP, CHP, MHP, HDP ve Saadet Partisi’ni (SP) dahil etmiştir; ancak bu çalışmada söz konusu dönemlerde parlamentoda yer alan partiler ve seçmenleri için analiz yapıldığı için SP tahmin modelimizden çıkarılmıştır.

Çalışmanın ilgilendiği sorulara verilen “*Bilmiyorum*” yanıtları kayıp veri olarak değerlendirilmiştir. Şekil 3’te görüldüğü gibi 3 seçim dönemini kapsayan ortalama duygusal kutuplaşma skoru (DKS) 3.5 ile Ak Parti seçmenleri arasında en yüksek değere sahipken, İYİP seçmenleri 2.1 ile en düşük DKS’ye sahiptir. Şekilde görülen değerler bir parti için ne kadar yüksekse, o partiyi destekleyen anket katılımcıları da o kadar yüksek derecede duygusal kutuplaşma göstermektedir. Literatürde genel olarak iddia edilenin aksine, milliyetçi aşırı-sağ partilerden MHP’nin DKS değerleri 2.7 düzeylerinde ve diğer partiler içerisinde ortalarda seyretmektedir. Ak Parti’nin öncülük ettiği 2009’da demokratik açılım ve 2012’de Kürt açılımı politikaları ile yumuşama dönemine giren milliyetçi uçlar ile Kürt milliyetçileri arasındaki gerilim, Temmuz 2015’teki ateşkes ile sona ermiştir. Haziran 2015 seçimleri sonrasında MHP seçmenlerinin ortaya koyduğu görece düşük DKS, söz konusu dönemdeki hükümet politikalarının sonucudur. MHP ile Ak Parti arasında 2018 cumhurbaşkanlığı seçimleri öncesinde kurulan Cumhuriyet İttifakı, MHP seçmenleri arasında Kürt hareketine karşı milliyetçi duyguları körüklemiştir. MHP destekçileri için DKS’nin 2011, Haziran 2015 ve 2018 genel seçimlerinden sonra sırasıyla 3.3, 2.3, ve 2.7 olarak izlediği dalgalı grafik bu iddiayı desteklemektedir.

CSES verilerinden seçmenlerin politik etkililik konularında yaklaşımını ölçmek için bazı sorular bulunmaktadır: "*Bazı insanlar, insanların kime oy verdiğinin ne olacağı konusunda hiçbir fark yaratmayacağını söylüyor. Diğerleri ise insanların kime oy verdiğinin olacaklar üzerinde büyük bir fark yaratabileceğini söylüyor. Bu karttaki ölçeği kullanarak (burada 1 oy vermenin olacaklar üzerinde hiçbir fark yaratmayacağı ve 5 oy vermenin büyük bir fark yaratabileceği anlamına gelmektedir) kendinizi nereye yerleştirirsiniz?"* Şekil 4’te sol tarafta görüleceği gibi, bütün parti seçmenleri hangi adaya oy verdiklerine oldukça fazla önem atfetmektedir. Verilen puanlar her bir parti seçmeni için ortalama 4.5 seviyesinde olup, en yüksekten en düşüğe parti sıralaması İYİP, Ak Parti, CHP, HDP ve MHP şeklindedir. Benzer bir soru da: "*Bazı insanlar iktidarda kimin olduğunu fark etmediğini söylüyor. Diğerleri ise kimin iktidarda olduğunu büyük bir fark yarattığını söylüyor. Göstereceğimiz karttaki ölçeği kullanarak (burada 1 kimin iktidarda olduğunu hiç fark etmediği, 5 ise kimin iktidarda olduğunu büyük fark yarattığı anlamına gelmektedir) kendinizi nereye yerleştirirsiniz?"* şeklinde olup kimin yönettiğine verilen önemin değerlendirilmesi beklenmektedir. Şekil 4’te sağ taraftaki sıralamada Ak Parti, İYİP, HDP, CHP, MHP partilerini destekleyen seçmenlerin sıralanışı görülmektedir. Türkiye’de seçmenlerin nerdeyse parti ayrımsız seçimde kime oy verdiğine ve sonucunda kimin yönettiği verdiği önem yüksek seyretmektedir.

**Şekil.4: Seçmenlerin Politik Etkililik Sorularına Verdiği Cevap Ortalamaları (CSES, 2011, 2015, 2018)**



CSES anketi, katılımcıların siyasi elitlere ilişkin tutumları, politik ilgi düzeyleri ve medyadan siyaset takibine dair bazı sorular sormaktadır. Tahmin modeline bu değişkenlerin etkileşim terimi olarak dahil edilmesi, model tahmininde değişen varyansın kontrol edilmesine yardımcı olacaktır. Gelir, eğitim, yaşam alanı (kentsel veya kırsal), cinsiyet, yaş ve dini faaliyetlere katılım gibi çeşitli sosyo-demografik özelliklere de analizlerde yer verilecektir. Çalışmada kullanılan bütün değişkenlerin tanım ve kodları ve istatistiki verileri Ek Tablo 1’de yer almaktadır.

## 5. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde önceki bölümlerde ortaya koyulan hipotezlerin sınaması yapılacak ve elde edilen bulgular tartışılacaktır. İlk hipotezde bağımlı değişken olarak anket katılımcısının anket öncesindeki seçimde oy kullanıp kullanmadığı sorusuna verilen evet/hayır yanıtına istinaden ikili lojistik regresyon tercih edilmiştir.<sup>11</sup> Bu tahmin modelinde elde edilen katsayılar, bağımlı değişkenin mutlak değişimi yerine 0 değerinden 1 değerine geçme yani bir başka deyişle, oy kullanmama kararından oy kullanma kararına değişime dair bir olasılık vermektedir (Wooldridge, 2006).

Tablo 2’de yayılım yöntemi ile hesaplanan duygusal kutuplaşma skoru ile tahminlenen regresyon sonuçları gösterilmektedir. Buna göre, büyük ve küçük partilerin varlığında daha çok tercih edilen yayılım yöntemi ile yapılan tahmine göre Model 1’de duygusal kutuplaşma skorundaki artış, oy kullanma ihtimalini de arttırmaktadır (tahmin katsayısı ( $\beta$ )=0.34\*\*\*, standart sapma (ss)=0.05, hata payı

<sup>11</sup> Bağımlı değişkenin 0 ve 1 değerini aldığı durumlarda literatürde sıklıkla kullanılan bir diğer yöntem de doğrusal olasılık modelidir. Ancak bu yöntemin zayıflığı değişkenlerin olasılık katsayılarını sabit varyans varsayımı altında hesaplamasıdır. Değişen varyans tercihi sebebiyle ikili lojistik regresyon tercih edilmiştir.

olasılığı ( $p < 0.000$ ). Model 2’de sosyo-demografik değişkenlerin eklenmesiyle de istatistiki anlamlılık düzeyi korunmaktadır ( $\beta = 0.36^{***}$ ,  $ss = 0.05$ ,  $p < 0.000$ ). Oy kullanmayanların artan yaş gruplarında oy kullanma eğiliminde olma ihtimali pozitif yönlü ve istatistiki olarak anlamlıdır ( $\beta = 5.37^{***}$ ,  $ss = 1.06$ ,  $p < 0.000$ ). Eğitim seviyesindeki artış (referans kategori okuma yazma bilmeyenler) oy kullanma yoluyla siyasi katılım ihtimalini pozitif yönlü etkilemektedir ( $\beta = 0.34^{***}$ ,  $ss = 0.11$ ,  $p < 0.001$ ). Literatürde eğitimin, siyasi katılımı teşvik ettiğine dair çalışmalar bulunmaktadır (bkz. Verba vd., 1995) Medeni durumun (referans evli olanlar) siyasi katılıma etkisi ise negatif yönlü ve istatistiki olarak anlamlıdır ( $\beta = -0.23^{**}$ ,  $ss = 0.07$ ,  $p < 0.001$ ). Bu bulgu, literatürdeki diğer çalışmalarla da uyumludur (Hobbs vd., 2014; Plutzer, 2002). Gelir seviyesi, dini faaliyetlere katılım sıklığı, yaşanan bölgenin kırsal ya da kent olması ise istatistiki anlamlı bir etki göstermemiştir.

**Tablo.2: Regresyon Sonuçları (H1, Tüm Veri)**

<i>Değişkenler</i>	<u>Tüm veri</u>		
	Model 1	Model 2	Model 3
Duygusal kutuplaşma	0.34*** (0.05)	0.36*** (0.05)	0.22*** (0.05)
AKP partizan			1.18*** (0.17)
CHP partizan			1.43*** (0.27)
HDP partizan			1.28** (0.42)
İYİP partizan			1.49 (1.01)
MHP partizan			1.27*** (0.32)
<i>Gözlem sayısı</i>	3,074	3,023	3,023
<i>Kontrol değişkenler</i>	Hayır	Evet	Evet

Olasılık skorlarının istatistiki anlamlılık düzeyleri:

\*\*\*  $p < 0.01$ , \*\*  $p < 0.05$ , \*  $p < 0.10$ .

Aynı tabloda Model 3’te görüleceği gibi, partizan kimlikler ile yapılan tahminlerde İYİP partizanları dışında Ak Parti, CHP, HDP ve MHP’ye yakın hisseden seçmenlerin duygusal kutuplaşması skoru arttıkça oy kullanma eğilimlerinde artış ihtimali de pozitif yönlü olarak raporlanmıştır ve tüm partiler için istatistiki açıdan anlamlıdır. Bu bulgular, seçmenin oy tercihinde bulunurken parti kimliğini referans aldığını da göstermektedir.

Seçmenler, oy kullanmış olsalar dahi kendilerini bir siyasi partiye yakın hissetmeyebilirler ya da bunu söylemekten kaçınabilirler. CSES verisini kullanan çalışmasında Çakır (2019), 2011 ve 2015 yıllarında Türkiye’deki seçmenlerin

yüzde 20'sinden fazlasının oy kullanmış olsalar da kendilerini bir siyasi partiye yakın hissetmediklerini belirtmektedir. Birinci hipotezin sınamasını detaylandırmak amacıyla CSES'e göre sadece partizan olan anket katılımcıları için analizi genişletmek anlamlı durmaktadır. Tablo 3'te tüm veri seti yerine partilere "yakın" ya da "çok yakın" hissettiğini ifade eden katılımcıların dahil olduğu alt gruplar için oy kullanma olasılığı tahmin sonuçları raporlanmıştır (Model 4-11)<sup>12</sup>. Ayrıca bu modellerde CSES veri setinde yer alan ve modellerin güvenilirliğini arttıran politik ilgi düzeyi ve medyadan siyasi haberleri takip etme sıklığına dair ilave kontrol değişkenler etkileşim terimi olarak dahil edilmiştir. Güncel gelişmeleri takip etmek, seçimin sonuçlarına göre şekillenecek konjonktürü tahmin etmenin bir yoludur. Bu da belli bir seviyede politik ilgiyi gerektirir (Prior, 2010).

**Tablo.3: Regresyon Sonuçları (H1, Partizanlar)**

Değişkenler	AKP partizan		CHP Partizan		HDP partizan		MHP partizan	
	Model 4	Model 5	Model 6	Model 7	Model 8	Model 9	Model 10	Model 11
Duyusal kutuplaşma	0.35** (0.11)	0.39*** (0.11)	0.43*** (0.11)	0.47*** (0.11)	0.44*** (0.11)	0.48*** (0.11)	0.43*** (0.11)	0.47*** (0.11)
Politik İlgi	2.10** (0.77)		1.38*** (0.42)		2.30** (0.74)		2.26** (0.75)	
Medyadan siyaset takibi		2.39* (1.09)		2.44* (1.02)		1.86* (0.78)		1.80* (0.78)
Gözlem sayısı	760	926	910	964	954	956	943	940
Kontrol değişkenler	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet

Olasılık skorlarının istatistiki anlamlılık düzeyleri: \*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.10.

Buna göre, tüm partizan gruplar için duygusal kutuplaşmanın seçmenleri sandığa götürme olasılığı pozitif yönlü ve istatistiki olarak anlamlıdır. Medyadan siyasi haberleri takip etme sıklığı ve politik ilgi düzeyindeki artış ile partizan kimliğin etkileşimi de duygusal kutuplaşması yüksek seçmenlerin oy kullanma eğilimlerini arttırmaktadır.

Literatürdeki diğer çalışmalardan da izlenebileceği gibi 2010 sonrasında Türkiye'de rekabetçi otoriter rejimin varlığına karşın, Ak Parti'nin oy tabanını koruması ve seçmenindeki demokrasiden memnuniyet algısı Türkiye'de vatandaşların demokrasiyi değerlendirme ve onunla etkileşime girme sürecinde partizan eğilimleri sürdürdüğünü doğrulamaktadır. Politik ilgi, siyaseti medyadan takip etmek gibi faktörler, vatandaşların günün meselelerini okuma, belirli bir seçimin risklerini anlama ve seçimde vereceği oyun rengini belirleme istekliliğini

<sup>12</sup> Bu modellerde gözlem sayısı Tablo 2'dekinden farklıdır. Sadece söz konusu partiye 'yakın' ya da 'çok yakın' hissettiğini ifade eden partizan seçmenlerden oluşan alt-gruplar ile tahminleme yapılmıştır. İYİP, 2017 yılında kurulmuş ve sadece 2018 genel seçimlerinde yer almış bir siyasi partidir. Ampirik model tahminlerinde düşük gözlem sayısı nedeniyle İYİP partizanları için sonuç elde edilememiştir.

artırmaktadır (Prior 2010). Kamu yayıncılığı yapan Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT), çalışmanın konu edindiği 2015 genel seçim kampanyası sırasında Ak Parti'ye diğer partilerden daha fazla zaman ayırmış, Ak Parti ve parti lideri Recep Tayyip Erdoğan'a 99 saat yayın süresi ayrılırken, CHP'ye 14, MHP'ye 7,5 ve HDP'ye 3 saat ayrılmıştır (T24, 2015). Bakıldığında 2000'li yıllarla beraber Türkiye'de özel medya kuruluşlarının el değiştirdiği bir dönem tecrübe edilmiştir. Hükümet aleyhinde yayın sürdüren ulusal kanallar vergi yükü ile karşılaşmış ve sahipliklerinin kamu bankalarından kredi anlaşmaları yoluyla hükümete yakın iş insanlarına geçtiği bilinmektedir. Kredi düzenlemelerine ek olarak Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF), 2014 yılı Sayıştay raporuna göre Ak Parti'yi desteklediği bilinen iş insanları lehine medya kuruluşu alımlarında 29 milyon dolarlık Katma Değer Vergisi (KDV) muafiyeti uygulamıştır.<sup>13</sup>

Ek Tablo 2'de ortalama uzaklık yöntemi ile hesaplanmış duygusal kutuplaşma skorları için analiz sonuçları paylaşılmıştır. En yakın hissedilen partiye olan ortalama uzaklık, tanımı gereği partizanlığın verili alınması sonrası hesaplandığından bu yöntemin yayılım yöntemine göre partizanlıkla daha yakından ilişkili olduğunu beklemekteyiz. Elde ettiğimiz sonuçlarımıza göre iki yöntem arasında partizan kimlikler için kontrol edildikten sonra dahi belirgin bir fark gözlenmemiştir. Wagner (2021)'in CSES verisine dayanan çalışması da yayılım ölçüsünün, ortalama mesafe ölçüsüne kıyasla negatif partizanlıkla daha yakından ilişkili olduğunu göstermiştir. Bu noktada, ülke özelinde yapılacak çalışmaların o ülkeye özgün dinamikleri ortaya çıkarabilmesi sebebiyle önemi de yeniden belirlemektedir.

İkinci hipotezin (H2) sınaması için CSES'in sorduğu 'kime oy verdiğine verilen önem' sorusuna verilen yanıtların duygusal kutuplaşma ile ilişkisine bakarken sıralı lojistik regresyon yöntemi kullanılmıştır<sup>14</sup>. Bu değişken, önceki bölümde de belirtildiği üzere vatandaşların sandığa giderek siyasi değişimde etkili olabileceklerine dair inanca sahip oldukları durumda anlamlı sonuçlar verebilmektedir ve bu açıdan politik etkililik sorularına benzemektedir (Campbell vd., 1954). Şekil 5'te duygusal kutuplaşma ve kime oy verdiğine verilen önem arasındaki ilişkinin ortalama marjinal etkileri görülmektedir. Buna göre, duygusal kutuplaşması artan seçmenin kime oy verdiğine çok önem verme olasılığı da artmaktadır ( $\beta = 0.22^{***}$ ,  $ss=0.07$ ,  $p<0.003$ ). Bu etkiler eğitim seviyesi ( $\beta =$

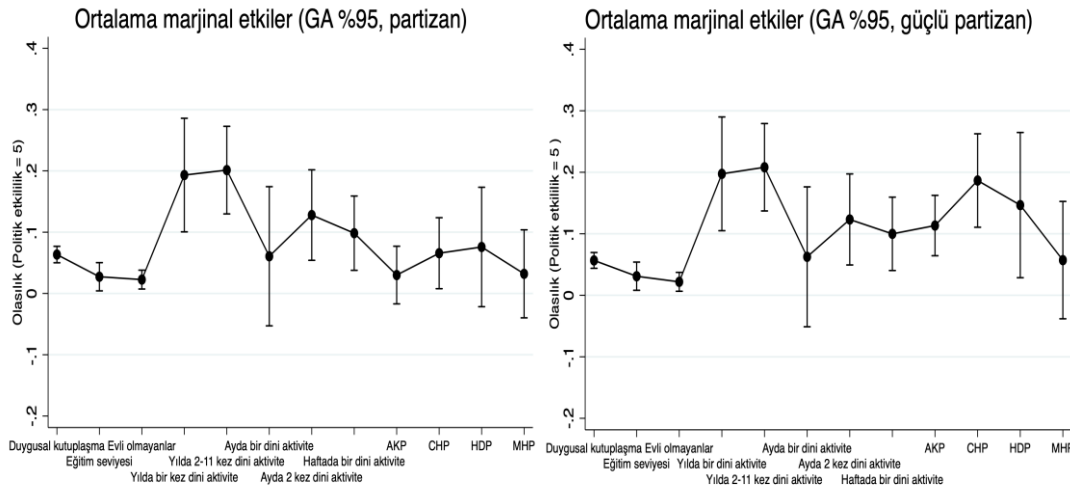
<sup>13</sup> <https://sayistay.gov.tr/reports/download/3454-tasarruf-mevduati-sigorta-fonu> (06.05.2024)

<sup>14</sup> Bu yöntem, bağımlı değişkenin bizim örneğimizde 1-5 arasında değerler aldığı gibi durumlarda farklı cevaplar arasında geçişin olasılık değerlerini vermektedir. Bir başka deyişle, "kime oy verdiğim ne fark eder ne fark etmez" diyen ve soruya yanıt olarak 3 veren katılımcının, 4 vermesi yani "kime oy verdiğim fark eder" yanıtını vermesi olasılığını hesaplar. Bu soruyu kullanan diğer çalışmalar için bkz. Vowles, 2010, 2008; Dalton ve Anderson, 2011.

0.11\*\*\*, ss=0.49, p<0.023) ve evli olmayanlar ( $\beta= 0.95***$ , ss=0.03, p<0.004) arasında da pozitif yönlü ve istatistiki olarak anlamlıdır.

Şekil 5'te görüleceği gibi, dini aktiviteye katılım sıklığı değişkeni için anlamlı sonuçlar çıktığından her bir kategorisi için marjinal etkiler hesaplanmıştır. Dini faaliyetlere düzenli katılım sağlayanların hiç dini aktiviteye katılmadığını belirtenlere göre sandıkta kime oy verdiği önem verme ihtimali artmaktadır. Daha önce yapılan çalışmalarda din, Türkiye'de oy verme davranışındaki en önemli sosyal kırılmalardan biri olarak belirtilmiştir (Kalaycıoğlu, 2012; Aytaç vd., 2017; Aytaç ve Çarkoğlu, 2019). Dinin parti tercihi üzerindeki kapsayıcı etkisi Arzheimer ve Carter (2009) tarafından da vurgulanmaktadır.

### Şekil.5: Politik Etkililik Üzerinde Ortalama Marjinal Etkiler (H2, Partizan & Güçlü Partizan)



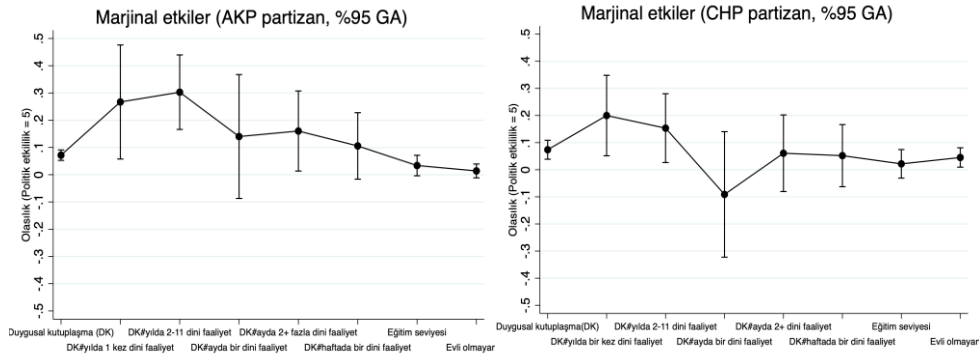
Şekil 5'in sağ tarafında, partiye yakınlığını en yüksek seviyede olduğunu belirten güçlü partizan katılımcılar için marjinal etkiler hesaplanmıştır. Güçlü partizanlığın dahil edildiği modelde politik etkililik üzerinde marjinal etkiler tüm değişkenlerde pozitif yönlü ve istatistiki olarak anlamlıdır. Güçlü partizan seçmenler arasında CHP seçmeninin kime oy verdiği en yüksek önemi verdiğini, bu partiyi HDP, Ak Parti ve MHP<sup>15</sup> seçmeninin takip ettiğini söyleyebiliriz. Sartori (1976), güçlü partizanların çok sadık olduklarının ve oylarını nadiren değiştirdiklerinin altını çizer. Ona göre bunun nedeni, partilerin oylarını verirken hükümetin performansını veya partilerin gündemdeki konular

<sup>15</sup> İkinci hipotezin sınamasında yer verdiğimiz güçlü partizanlık tanımına hiçbir İyi Parti seçmeni uymadığı için bu analizde yer verilmemiştir. Bu çalışmanın konusu olmamakla birlikte, yeni kurulmuş partilerin partizan kimlikleri kısa sürede güçlendiremedikleri söylenebilir.

hakkındaki tutumlarını dikkate almamalarıdır. Bu bir bakıma sadık seçmenin duygusal kutuplaşmasının sandığa bir yansımasıdır.

Çalışmanın veri aldığı 2011-2018 döneminde parlamentoda yer alan iki büyük parti Ak Parti ve CHP'yi destekleyen seçmenler için yapılmış analizin marjinal etkileri Şekil 6'da görülmektedir. Bu analizde bir önceki analizde yer alan ve anlamlı sonuç veren dini faaliyetlere katılım sıklığı değişkeni ile ana bağımsız değişken duygusal kutuplaşma skorunun etkileşimine yer verilmiştir. Buna göre, kendini en yakın duyduğu parti Ak Parti olan seçmenlerin dini faaliyete katılım sıklığındaki artışla kime oy verdiğine verdiği önem arasında istatistiki anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır<sup>16</sup>. Green ve diğerleri (2002) partizanlığın din, cinsiyet ve etnik köken bağlarıyla pekiştirilen psikolojik bir kimlik olduğunu belirtir. Kendini parlamentodaki ikinci büyük parti CHP'ye yakın hisseden duygusal kutuplaşan seçmenin dini faaliyetlere katılım sıklığı benzer bir etkileşim ortaya çıkarmamaktadır. Mudde'ye (2007) göre, din ile bağıni koparan vatandaşların, din ile bağı sağlam görünen bir partiye oy verme eğilimleri düşüktür. Bu durum Türkiye'de çalışmanın odağındaki dönemde ana muhalefet partisi olan CHP'nin sonuçları ile uyumludur.

**Şekil.6:** Politik Etkililik Üzerinde Ortalama Marjinal Etkiler (H2, Ak Parti & CHP Partizan)



<sup>16</sup> 2011'den 2018'e kadar olan dönem, Ak Parti siyasetinin hem söylemlerde hem de kurumsal düzenlemelerde Sünni-Müslüman kimliğine odaklanmakla birlikte 'yeni bir Türkiye' arzusu sergilediği bir dönem olarak nitelendirilebilir. Türk eğitim sistemi 2012 yılında zorunlu eğitimin 8 yıldan 12 yıla çıkarılmasıyla 4+4+4 yeni sistemine geçmiş, 1997 yılında kapatılan imam-hatip ortaokulları yeniden açılmıştır. 2016'da yayınlanan bir genelgeden bu yana, kamu sektörü çalışanları ve devlet okulu öğrencileri, öğle tatilinin uzatılmasına ilişkin bir düzenleme ile Cuma namazına katılabilmektedir. Ayrıca, Ak Parti hükümetine yakınlığı ile bilinen Müstakil Sanayici ve İş Adamları Derneği (MÜSiAD) üyelerine ait bazı mağazalar Cuma namazı saatinde müşterilere hizmet vermeyi durdurmaktadır. Ak Parti hükümetleri sırasında bürokrasideki pozisyonları doldurmak için dini ağların rol oynadığı bilinmektedir; İmam-Hatip Lisesi mezunu bir kişinin bürokraside iş bulma şansı diğer okullardan mezunlara göre daha yüksektir (Akyüz, 2021).



Daha önce yapılan çalışmalarda Türkiye’de politik etkililik puanlarının yüksek seyrettiği gösterilmiştir (Çarkoğlu ve Kalaycıoğlu, 2009). Oy vermeyi bir yurttaşlık yükümlülüğü olarak algılayan ancak hükümet kurma ve politika oluşturma gibi diğer konulardaki etkilerini önemsiz gören vatandaşların, politik etkililik alanında yapabildiği seçim günü oy kullanma hakkını kullanmak ve bunu yaparken de verdiği oyun niteliğine önem göstermesidir. Duygusal kutuplaşan seçmenin “kime oy verdiğim çok farkedem” diyerek politik etkililik konusunda kendini ifadesi Türkiye’de duygusal kutuplaşma ve siyasi katılımın izlerini çalışmanın önemini ortaya koymaktadır. Sayarı (2012)’nin da belirttiği gibi 2002 seçimlerin sonra ulusal barajın seçmenlerin algısında yarattığı, küçük partilerin politik etkililik anlamda zayıf görülmesi ile seçmenler büyük partilere yönelmiştir. Bir başka deyişle, seçmenler küçük partilerin siyasi yaşamda etkinliğini yetersiz gördüğünden, büyük bir partiye oy vermeyi önemli bulmuş ve stratejik oy tercihinde bulunarak oylarının boşa gitmediği algısına kapılmıştır. Yukarıda Tablo 1’de de gösterildiği gibi, zorunlu oy kullanmadan da bağımsız olarak tarihsel anlamda Türkiye’de seçmenler arasında seçimlere katılım önemli olmuştur. Türk halkının siyasi katılım ve temsile değer verdiğine dair tutumsal ve davranışsal kanıtlar da mevcuttur (Çarkoğlu ve Kalaycıoğlu, 2007).

## 6. SONUÇ

Duygusal kutuplaşma, siyasi kutuplaşmanın elit seviyesinde yoğunlaşan tanımını genişleterek, seçmen kutuplaşmasını da içine alır. Partizanlığın 'biz' ve 'bizim gibi olanlar' tanımına ek olarak, 'onlar' ve 'bizim gibi olmayanlar' başlıklarını da içerir, böylece kutuplaşmanın daha kapsamlı bir resmini sunar. Son on yılda siyaset bilimi literatüründe hızla artan ve Türkiye'nin de içinde yer aldığı çok ülkeli duygusal kutuplaşma çalışmaları, Türkiye'nin en yüksek duygusal kutuplaşma skoruna sahip ülkelerden olduğunu göstermiştir. Türkiye gibi seçime katılım oranlarının yüksek olduğu çok-partili bir sistemde duygusal kutuplaşmanın yüksek seyri, bir dizi soruyu da beraberinde getirmektedir.

Duygusal kutuplaşma ile siyasi katılım arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya çalıştığımız bu çalışmada, CSES’in 2011, 2015 ve 2018 genel seçimleri sonrası anket verisi kullanarak elde ettiğimiz sonuçlara göre, Türkiye’de duygusal kutuplaşma seviyesi ve oy kullanma yoluyla siyasi katılım, pozitif yönlü ve istatistiksel anlamlı bir ilişki ortaya koymaktadır. Sosyo-demografik değişkenler ile kontrol ettiğimizde de benzer etkiler korunmaktadır. Değişkenlerin tekil olarak etkilerinin yanında duygusal kutuplaşma skorları ile partizan kimliklerin etkileşimi için yapılan model tahminlerinde de duygusal kutuplaşmanın seçmenleri sandığa götürme gücü partiler seviyesinde belirginleşmektedir.

Çalışmada yer verdiğimiz gibi, Türkiye’de seçimlere katılım, oy kullanmanın anayasal zorunluluk olarak uygulandığı ve uygulanmadığı farklı dönemlerde de yüksek seyretmiştir. Oy vermeyi bir yurttaşlık yükümlülüğü olarak algılayan ancak hükümet kurma ve politika oluşturma gibi diğer konulardaki etkisini yetersiz gören vatandaşların, politik etkililik alanında elinden gelen sandığa giderek oy kullanmaktır. Bu noktada ikinci hipotezde yer verdiğimiz “kime oy verdiğim farkeder” ifadesinin artan duygusal kutuplaşma ile istatistiki olarak anlamlı sonuçlar vermesi de çalışmanın önemli bir bulgusudur. Duygusal kutuplaşan seçmenler için seçim günü oy kullanmak, demokrasiye katılmanın etkili bir yolu olarak kendini göstermektedir. Bu kullandığımız gözlem datasına dayalı bir çıkarım olmakla birlikte, Türk seçmenin demokrasiden ve siyasi katılımından ne anladığı, kavramları nasıl tanımladığını gösteren çalışmalar ile desteklenebilir.

Çalışmanın kısıtlarından biri, anket katılımcılarının seçim sonrası yanlılığı göstermiş olma ihtimaline bağlı olarak partilere verilen hoşlanıp hoşlanmama puanlarının seçim öncesi ile farklı olabilme durumudur. Bir başka deyişle seçmenler kaybeden partileri güçlü bir şekilde sevmezken, güçlü iç grup üyeliğine ait olma ihtiyacı nedeniyle iktidar partisi için yüksek beğeni puanları vermiş olabilirler. Elimizde seçim öncesine dair bir veri bulunmadığından bu karşılaştırmayı yapmak mümkün olmamaktadır. Hem bu potansiyel sorunu ele almak hem de gözlem verisinin nedensellik analizinde eksik kalan kısımlarını güçlendirmek için deneysel bir anket verisi ile benzer analizlerin yapılması bu çalışmanın bulgularını karşılaştırma açısından da literatüre katkı sağlayacaktır. İkinci olarak, kullandığımız veri seti üç farklı zamandan temsil gücü yüksek veri seti olsa da her ankette farklı katılımcıların verilerine dayandığından panel veri özelliği taşımamaktadır. Panel veri ile her anket döneminde aynı katılımcıların izlenmesi durumunda duygusal kutuplaşma ve siyasi katılım arasındaki içsel ilişkiyi tam olarak ortaya koymak mümkün olabilir.

Seçim günü sandığa gitmek -erken seçim ya da halk oylamasını gerektiren durumlar olmadığında- 4-5 yılda bir yapılan tekil bir eylemdir. Oy kullanmadan önce aday ya da partilerin çalışmalarına dair değerlendirmelerde bulunup kime oy vereceğini belirlemek oy kullanma yoluyla siyasi katılımın ön aşamasıdır. Siyasi katılımın protestodan, imza kampanyasına katılmaya, sosyal medyadan siyasi paylaşımlar yapmaya kadar uzanan geniş bir tanımının olduğu günümüzde, duygusal kutuplaşmanın saydığımız diğer siyasi katılım türleri ile de ilişkisine bakacak çalışmalar, Türkiye’de duygusal kutuplaşmanın siyasi katılım üzerindeki izlerini takip etmek ve ortaya çıkarmak açısından önemli durmaktadır. Hem kutuplaşma hem de siyasi katılım literatüründen beslenen bu çalışmanın,

kutuplaşmayı azaltıcı çalışmalara ve Türkiye gibi çok-partili ülkelerde bu iki literatürü ele alacak çalışmalara referans olması çalışmanın bir temennisidir.

## KAYNAKÇA

Abramowitz, Alan I (2010), *The Disappearing Center: Engaged Citizens, Polarization and American Democracy* (New Haven: Yale University Press).

Abramowitz, Alan I ve Steven Webster (2016), “The Rise of Negative Partisanship and the Nationalization of U.S. Elections in the 21st Century”, *Electoral Studies*, 41: 12-22.

Ahn, Chloe ve Diana C Mutz (2023), “The Effects of Polarized Evaluations on Political Participation: Does Hating the Other Side Motivate Voters?”, *Public Opinion Quarterly*, 87 (2): 243–266.

Akyüz, İsmail (2021), “Sosyo Politik Etkiler Bağlamda Ortaya Çıkan İmam Hatip Kuşakları Üzerine Bir Değerlendirme”, *Marifetname*, 8 (2): 563-590.

Arceneaux, Kevin ve David W. Nickerson (2009), “Who Is Mobilized To Vote? A Re-Analysis of 11 Field Experiments”, *American Journal of Political Science*, 53 (1): 1–16.

Arzheimer, Kai ve Elisabeth Carter (2009), “Christian Religiosity and Voting For West European Radical Right Parties”, *West European Politics*, 32 (5): 985-1011.

Aytaç, S.Erdem, Ali Çarkoğlu ve Kerem Yıldırım (2017), “Taking Sides: Determinants of Support for a Presidential System in Turkey”, *South European Society and Politics*, 22 (1): 1-20.

Aytaç, S.Erdem ve Ali Çarkoğlu (2019), “Ethnicity and Religiosity-Based Prejudice in Turkey: Evidence from a Survey Experiment”, *International Political Science Review*, 40 (1): 58–72.

Bankert, Alexa (2021), “Negative and Positive Partisanship in the 2016 U.S. Presidential Elections”, *Political Behaviour*, 43 (4): 1467–1485.

Bantel, Ivo (2023), “Camps, Not Just Parties. The Dynamic Foundations of Affective Polarization in Multi-Party Systems”, *Electoral Studies*, 83: 102614.

Bettarelli, Luca, Andres Reiljan ve Emilie van Haute (2022), “A Regional Perspective to the Study of Affective Polarization”, *European Journal of Political Research*, 62 (2): 645-659.

Bischof, Daniel ve Markus Wagner (2019), “Do Voters Polarize When Radical Parties Enter Parliament”, *American Journal of Political Science*, 63 (4): 888–904.

Bolsen, Toby, James N. Druckman ve Fay Lomax Cook (2014), “The Influence of Partisan Motivated Reasoning on Public Opinion”, *Political Behavior*, 36 (2): 235-262.

Boxell, Levi, Matthew Gentzkow, Jesse M. Shapiro (2024). “Cross-Country Trends in Affective Polarization”, *The Review of Economics and Statistics*, 106 (2): 557-565.

Broockman, David E., Joshua L. Kalla ve Sean J. Westwood (2023), “Does Affective Polarization Undermine Democratic Norms or Accountability? Maybe Not”, *American Journal of Political Science*, 67 (3): 808-828.

Campbell, Angus, Gerald Gurin ve Warren E. Miller (1954), *The Voter Decides* (New York: Row, Peterson, and Company).

Campbell, Angus, Philip E. Converse, Warren E. Miller ve Donald E. Stokes (1960), *The American Voter* (Chicago: The University of Chicago Press).

Campbell, James E (2016), *Polarized: Making Sense of a Divided America* (New Jersey: Princeton University Press).

CSES Integrated Module Dataset Release, 8 December 2020 Version. Comparative Study of Electoral Systems <https://doi.org/10.7804/cses.imd.2019-10-17> (05.01.2024).

CSES Module 5 Fourth Advance Release, 1 March 2022 Version. Comparative Study of Electoral Systems <https://10.7804/cses.module5.2022-03-01> (05.01.2024).

Çarkoğlu, Ali ve Ersin Kalaycıoğlu (2007), *Turkish Democracy Today: Elections, Protest and Stability in an Islamic Society* (London: I.B. Tauris).

Çarkoğlu, Ali ve Ersin Kalaycıoğlu (2009), *Türkiye’de Dindarlık: Uluslararası Bir Karşılaştırma* (Istanbul: Sabancı University).

Çarkoğlu, Ali (2012), “Economic Evaluations vs. Ideology: Diagnosing the Sources of Electoral Change in Turkey, 2002–2011”, *Electoral Studies*, 31: 513-521.

Downs, Anthony (1957), *An Economic Theory of Democracy* (New York: Harper).

Druckman, James N ve Matthew S. Levendusky (2019), “What Do We Measure When We Measure Affective Polarization?”, *Public Opinion Quarterly*, 83 (1): 114–122.

Edlin, Aaron, Andrew Gelman ve Noah Kaplan (2007), “Voting as a Rational Choice”, *Rationality and Society*, 19 (3): 293-314.

Enyedi, Zsolt (2008), “The Social and Attitudinal Basis of Political Parties: Cleavage Politics Revisited”, *European Review*, 16, 287-304.

Esen, Berk ve Şebnem Gümüşçü (2016), “Rising Competitive Authoritarianism in Turkey”, *Third World Quarterly*, 37 (9): 1581–1606.

Fiorina, Morris P (1981), *Retrospective Voting in American National Elections* (New Haven: Yale University Press).

Fowler, James H (2006), “Habitual Voting and Behavioral Turnout”, *The Journal of Politics*, 68 (2): 335–344.

Gidron, Noam ve Peter A. Hall (2020), “Populism as a Problem of Social Integration”, *Comparative Political Studies*, 53 (7): 1027–1059.

Gidron, Noam, James Adams ve Will Horne (2020), *American Affective Polarization in Comparative Perspective* (Cambridge: Cambridge University Press).

Green, Donald, Bradley Palmquist ve Eric Schickler (2002), *Partisan Hearts and Minds: Political Parties and the Social Identities of Voters* (New Haven: Yale University Press).

Greene, Steven 2004, “Social Identity Theory and Party Identification”, *Social Sciences Quarterly*, 85 (1):136-153.

Haggard, Stephan ve Robert Kaufman (2021), *Backsliding: Democratic Regress in the Contemporary World* (Cambridge: Cambridge University Press).

Harteveld, Eelco ve Markus Wagner (2023), “Does Affective Polarisation Increase Turnout? Evidence from Germany, the Netherlands and Spain”, *West European Politics*, 46 (4), 732-759.

Harteveld, Eelco, Lars Erik Berntzen, Andrej Kokkonen, Haylee Kelsall, Jonas Linde ve Stefan Dahlberg (2022a), “The (Alleged) Consequences of Affective Polarization: a Survey Experiment in 9 Countries”, <https://doi.org/10.31219/osf.io/64uwd> (05.01.2024).

Harteveld, Eelco, Philipp Mendoza ve Matthijs Rooduijn (2022b), “Affective Polarization and the Populist Radical Right: Creating the Hating?”, *Government and Opposition*, 57: 703–727.

Hernández, Enrique, Eva Anduiza ve Guillem Rico (2021), “Affective Polarization and the Salience of Elections”, *Electoral Studies*, 69.

Hobolt, Sara B., Thomas J. Leeper ve James Tilley (2021), “Divided by the Vote: Affective Polarization in the Wake of The Brexit Referendum”, *British Journal of Political Science*, 51 (4): 1476– 1493.

Hudde, Ansgar, Will Horne, James Adams ve Noam Gidron (2024), “How Warm are Partisan Political Interactions? A Frequency-based Measure of Affective Fractionalization”, *PLoS ONE* 19 (5): e0294401.

Huddy, Leonie ve Omer Yair (2021), “Reducing Affective Polarization: Warm Group Relations or Policy Compromise?”, *Political Psychology*, 42 (2): 291-309.

Huddy, Leonie, Caitlin Davies ve Joseph Sandor (2020), “Measuring the Direction and Strength of Partisan Identity”, Oscarsson, Henrik ve Sören Holmberg (Der.), *Research Handbook on Political Partisanship* (Northampton: Edward Elgar Publishing): 103-122.

Huddy, Leonie ve Alexa Bankert (2017), “Political Partisanship as Social Identity”, *Research Encyclopedia of Politics* (Oxford: Oxford University Press).

Huddy, Leonie, Lilliana Mason ve Lene Aarøe (2015), “Expressive Partisanship: Campaign Involvement, Political Emotion, and Partisan Identity”, *American Political Science Review*, 109 (1): 1–17.

Hooghe, Marc ve Anna Kern (2017), “Social Capital and the Development of Political Support in Europe”, van Ham, Carolien, Jacques Thomassen, Kees Aarts ve Rudy B Andeweg (Der.), *Myth and Reality of the Legitimacy Crisis: Explaining Trends and Cross-National Differences in Established Democracies* (Oxford: Oxford University Press): 59–75.

Iyengar, Shanto. Yphtach Lelkes, Matthew Levendusky, Neil Malhotra ve Sean J. Westwood (2019), “The Origins and Consequences of Affective Polarization in the United States”, *Annual Review of Political Science*, 22: 129–146.

Iyengar, Shanto ve Masha Krupenkin (2018), “The Strengthening of Partisan Affect”, *Political Psychology*, 39: 201-218.

Iyengar, Shanto, Gaurav Sood ve Yphtach Lelkes (2012), “Affect, Not Ideology: A Social Identity Perspective on Polarization”, *Public Opinion Quarterly*, 76 (3): 405–431.

Johnston, Richard (2006), "Party Identification: Unmoved Mover or Sum of Preferences?", *Annual Review of Political Science*, 9: 329–351.

Kalaycıoğlu, Ersin (2012), "Kulturkampf in Turkey: the Constitutional Referendum of 12 September 2010", *South European Politics and Societies*, 17 (1): 1-22.

Kalaycıoğlu, Ersin (2013), "Turkish Party System: Leaders, Vote and Institutionalization", *Southeast European and Black Sea Studies*, 13 (4): 483–502.

Kawecki, Daniel (2022), "End of Consensus? Ideology, Partisan Identity, and Affective Polarization in Finland 2003–2019", *Scandinavian Political Studies*, 45 (4): 478-503.

Kingzette, Jon, James N Druckman, Samara Klar, Yanna Krupnikov, Matthew Levendusky ve John Barry Ryan (2021), "How Affective Polarization Undermines Support for Democratic Norms", *Public Opinion Quarterly*, 85 (2): 663–77.

LeBas, Adrienne (2018), "Can Polarization Be Positive? Conflict and Institutional Development In Africa", *American Behavioral Scientist*, 62 (1), 59-74.

Lelkes, Yphtach (2016), "Mass Polarization: Manifestations and Measurements", *Public Opinion Quarterly*, 80 (S1): 392–410.

Levendusky, Matthew S. ve Neil Malhotra (2016), "Does Media Coverage of Partisan Polarization Affect Political Attitudes?", *Political Communication*, 33 (2): 283–301.

Levendusky, Matthew S (2013), "Why Do Partisan Media Polarize Viewers?", *American Journal of Political Science*, 57 (3): 611–623.

Lupu, Noam (2015), "Party Polarization and Mass Partisanship: a Comparative Perspective", *Political Behaviour*, 37 (2): 331-356.

Mason, Lilliana (2015), "I Disrespectfully Agree: The Differential Effects of Partisan Sorting on Social and Issue Polarization", *American Journal of Political Science*, 59 (1): 128–145.

Mason, Lilliana (2018), *Uncivil Agreement: How Politics Became Our Identity* (Chicago: University Chicago Press).

McLaughlin, Bryan, Derrick Holland, Bailey A. Thompson ve Abigail Koenig (2020), "Emotions And Affective Polarization: How Enthusiasm and Anxiety About Presidential Candidates Affect Interparty Attitudes", *American Politics Research*, 48 (2): 308–316.

Mudde, Cas (2007), *Populist Radical Right Parties in Europe* (Cambridge: Cambridge University Press).

Özbudun, Ergun (2013), *Party Politics and Social Cleavages in Turkey* (Boulder: Lynne Rienner).

Özbudun, Ergun (1976), *Social Change and Political Participation in Turkey* (New Jersey: Princeton University Press).

Pateman, Carole (1970), *Participation and Democratic Theory* (Cambridge: Cambridge University Press).

Phillips, Joseph B (2024), “Affective Polarization and Habits Of Political Participation”, *Electoral Studies*, 87: 102733.

Plutzer, Eric (2002), “Becoming a Habitual Voter: Inertia, Resources, and Growth In Young Adulthood”, *American Political Science Review*, 96 (1): 41–56.

Prior, Markus (2010), “You’ve Either Got It or You Don’t? The Stability of Political Interest Over The Life Cycle”, *The Journal of Politics*, 72 (3): 747–766.

Przeworski, Adam (2019), *Crises of Democracy* (Cambridge: Cambridge University Press).

Putnam, Robert D (2001), “Social Capital: Measurement and Consequences”, *Canadian Journal of Policy Research*, 2: 41-51.

Reiljan, Andres (2020), “Fear and Loathing Across Party Lines (Also) in Europe: Affective Polarisation in European Party Systems”, *European Journal of Political Research*, 59 (2): 376–396.

Reiljan, Andres ve Alexander Ryan (2021), “Ideological Tripolarization, Partisan Tribalism and Institutional Trust: The Foundations of Affective Polarization in the Swedish Multiparty System”, *Scandinavian Political Studies*, 44 (2): 195-219.

Reiljan, Andres, Diego Garzia, Frederico Ferreira Da Silva ve Alexander H. Trechsel (2023), “Patterns of Affective Polarization toward Parties and Leaders across the Democratic World”, *American Political Science Review*, 118 (2): 654-760.

Renström, Emma A., Hanna Bäck, ve Royce Carroll (2021), “Intergroup Threat and Affective Polarization in a Multiparty System”, *Journal of Social and Political Psychology*, 9: 553-576.

Riker, William H. ve Peter C. Ordeshook (1968), “A Theory of the Calculus of Voting”, *The American Political Science Review*, 62 (1): 25-42.



Sartori, Giovanni (1976), *Parties and Party Systems* (Cambridge: Cambridge University Press).

Sayarı, Sabri (2002), “The Changing Party System”, Sayarı, Sabri ve Yılmaz Esmer (Der.), *Politics, Parties, and Elections in Turkey* (Boulder: Lynne Rienner): 9–32.

Sayarı, Sabri (2012), “Political Parties”, Heper, Metin ve Sabri Sayarı (Der.), *The Routledge Handbook of Modern Turkey* (Londra: Routledge): 182-193.

Somer, Murat, Jennifer L. McCoy ve Russell E. Luke (2021), “Pernicious Polarization, Autocratization and Opposition Strategies”, *Democratization*, 5: 929-948.

T24 (2015), <https://t24.com.tr/haber/trtnin-secim-propagandasi-erdoganla-akpye-100-muhalefete-uc-saat,298872> (05.01.2024).

Tajfel, Henri. (1970), “Experiments In Intergroup Discrimination”, *Scientific American*, 223: 96-103.

Tajfel, Henri ve JohnTurner (1979), “An Integrative Theory of Intergroup Conflict”, Hatch, Mary Jo ve Majken Schultz (Der.), *Organizational Identity* (Oxford: Oxford University Press): 56–65.

van Deth, Jan W (2014), “A Conceptual Map of Political Participation”, *Acta Politica*, 7 (1): 349-367.

V-Dem Institute (2022), *Autocratization Changing Nature? Democracy Report 2022* (Gothenburg: University of Gothenburg).

Valentino, Nicholas A., Ted Brader, Eric W. Groenendyk, Krysha Gregorowicz ve Vincent L. Hutchings (2011), “Election Night’s Alright for Fighting: The Role of Emotions in Political Participation”, *The Journal of Politics*, 73 (1): 156–170.

Verba, Sidney, Kay Schlozman ve Henry E. Brady (1995), *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics* (Cambridge: Harvard University Press).

Voelkel, Jean G., James Chu, Michael N. Stagnaro, Joseph S Mernyk, Chrystal Redekopp, Sophia L Pink, James N Druckman, David G Rand ve Robb Willer (2023), “Interventions Reducing Affective Polarization Do Not Necessarily Improve Anti-Democratic Attitudes”, *Nature Human Behaviour*, 7: 55–64.

Wagner, Markus. (2021), “Affective Polarization in Multiparty Systems”, *Electoral Studies*, 69: 102-199.

Ward, Dalston G. ve Margit Tavits (2019), “How Partisan Affect Shapes Citizens’ Perception of the Political World”, *Electoral Studies*, 60: 102045.

Wattenberg, Martin P (2007), *Is Voting for Young People?* (Londra: Pearson Longman).

Weiss, Julia (2020), “What Is Youth Political Participation? Literature Review on Youth Political Participation and Political Attitudes”, *Frontiers in Political Science*, 2 (1).

Westwood, Sean J., Shanto Iyengar, Stefaan Walgrave, Rafael Leonisio, Luis Miller ve Oliver Strijbis (2018), “The Tie That Divides: Cross-National Evidence of The Primacy of Partyism”, *European Journal of Political Science*, 57 (2): 333–354.

Wisevoter (2024), <https://wisevoter.com/country-rankings/voter-turnout-by-country/> (03.03.2024).

Wojcieszak, Magdalena (2011), “Deliberation and Attitude Polarization”, *Journal of Communication*, 61 (4): 596-617.

Wooldridge, Jeffrey M. (2006), *Introductory Econometrics: A Modern Approach* (Ohio: Thomson/South-Western).

## EKLER

## 1. DUYGUSAL KUTUPLAŞMA SKORU HESAPLAMASI

Hoşlanıp hoşlanmama skorlarının yayılımı yöntemi, özellikle seçmenlerin birden fazla partiye yakınlık duyduğu çok partili sistemlerde uyumlu sonuçlar vermektedir (Wagner, 2021; Wald ve Tavits, 2019). Hesaplama prosedürü şu şekildedir: her anket katılımcısı ona sorulan partileri 0 ve 10 arasında değerlendirmektedir ve verdiği puanların ortalaması alınarak ortalama bir skoru hesaplanmaktadır. Sonrasında her parti için verdiği tek tek puanlardan bu ortalama değer çıkarılan değerlerin toplamı katılımcının puanladığı parti sayısına bölünerek aşağıda denklem 1’de görüldüğü gibi katılımcının duygusal kutuplaşma skoru hesaplanmaktadır. Bu prosedürün partilerin oy oranları ile ağırlıklandırılmış hali ise denklem 2’de gösterilmektedir.

$$DKS_{yayılım_i} = \sqrt{\frac{\sum_{p=1}^P (hoşlanma_{ip} - \overline{hoşlanma}_i)^2}{s_p}} \quad (1)$$

$$ADKS_{yayılım_i} = \sqrt{\sum_{p=1}^P a_p * (hoşlanma_{ip} - \overline{hoşlanma}_i)^2} \quad (2)$$

$$\overline{hoşlanma}_i = \sum_{p=1}^P (a_p * hoşlanma_{ip}) \quad (3)$$

Denklemlerde yer alan ifadeler:  $DKS_{yayılım_i}$ , her bir anket katılımcısının yayılım yöntemine göre duygusal kutuplaşma skoru;  $i$ , anket katılımcısı;  $p$ , siyasi parti;  $s_p$ , parti sayısı;  $a_p$ , ağırlıklandırmada hesabında kullanılacak partilerin oy oranı;  $hoşlanma_{ip}$ , her bir anket katılımcısı  $i$  için ortalama parti puanı;  $\overline{hoşlanma}_i$ , her anket katılımcısının değerlendirdiği tüm partiler için ortalama hoşlanıp-hoşlanmama puanı,  $ADKS_{yayılım_i}$ , her bir anket katılımcısının oy oranları ile ağırlıklandırılmış duygusal kutuplaşma skoru.

Duygusal kutuplaşma hesaplamasında sıklıkla başvurulan ikinci yöntem ise en hoşlanılan partiden ortalama uzaklıktır (*mean distance from the most-liked party*). Bu yöntemin diğerinden en belirgin farkı seçmenlerin partizan kimliklerini dikkate alması ve en yakın hissettiği bir partiden diğer tüm partilere olan ortalama uzaklığının hesaplanmasıdır. Bu hesaplama yönteminde yukarıdaki denklem açıklamalarından farklı olarak:  $s_p$ , anket katılımcısının en çok hoşlandığı parti dışında kalan partilerin toplam sayısını;  $hoşlanma_{maks,i}$ , anket katılımcısının en çok hoşlandığı partiye verdiği puanı ifade etmektedir.

$$DKS\_uzaklık_i = \sqrt{\frac{\sum_{p=1}^P (hoşlanma_{ip} - hoşlanma_{maks,i})^2}{s_p}} \quad (4)$$

$$ADKS\_uzaklık_i = \sqrt{\sum_{p=1}^P a_p * (hoşlanma_{ip} - hoşlanma_{maks,i})^2} \quad (5)$$

**EK-Tablo 1. Değişkenler ve özet istatistikler**

Değişken	Değişken tanımı ve kodlama	Gözlem	Ortalama	Standart sapma	En düşük	En yüksek
Duygusal kutuplaşma skoru	Ağırlıklanmış yayılım ve ortalama uzaklık prosedürlerine göre hesaplanmıştır (Wagner, 2021)	3089	2.94	1.43	0	5
Oy kullanma	"Yapılan son seçimde oy kullandınız mı?" sorusuna verilen yanıtlar: "Hayır=0", "Evet=1"	3241	0.92	0.26	0	1
Erkek	Katılımcının cinsiyeti. Kadın=0 (referans), Erkek=1	3264	0.46	0.49	0	1
Yaş	Katılımcıların yaşları karesi alınarak modele eklenmiştir.	3216	1810	1355	324	8100
Eğitim	Okuma yazma bilmeyen=1(referans), ilkökul mezunu=2, lise ve dengi okul=3, üniversite ve daha yüksek eğitim=4	3254	2.48	0.84	1	4
Medeni durum	Evlili ya da beraber yaşayan=1(referans), dul=2, boşanmış=3, bekar ya da hiç evlenmemiş=4	3260	1.81	1.21	1	4
Dini faaliyete katılım sıklığı	hiç katılmamak(referans)=1, yılda bir kez=2, yılda 2-11 kez=3, ayda bir kez=4, ayda iki kez=5, haftada bir kez=6	3034	4.69	1.82	1	6
Gelir düzeyi	en düşük dilim=1(referans), ikinci dilim=2, üçüncü dilim=3, dördüncü dilim=4, en yüksek dilim=5	2877	2.94	1.42	1	5
Yaşam bölgesi	kırsal=1(referans), belde küçük yerleşim=2, büyükşehirle bağlı şehir dışı=3, büyük şehir=4	3264	2.82	1.11	1	4
Partizanlık	Bir partiye yakın hissetmemek=0 (referans), bir partiye yakın ya da çok yakın hissetmek=1	3264	0.69	0.46	0	1
AK Parti güçlü partizan	Partiyi destekleyen ve çok yakın hissedeni=1	3264	0.19	0.39	0	1
CHP güçlü partizan	Partiyi destekleyen ve çok yakın hissedeni=1	3264	0.08	0.27	0	1
HDP güçlü partizan	Partiyi destekleyen ve çok yakın hissedeni=1	3264	0.02	0.16	0	1
İYİP güçlü partizan	Partiyi destekleyen ve çok yakın hissedeni=1	1069	0.00	0.07	0	1
MHP güçlü partizan	Partiyi destekleyen ve çok yakın hissedeni=1	3264	0.03	0.18	0	1
AK Parti partizan	En yakın hissedilen parti sorusuna verilen yanıtlar: AK Parti=1, diğerleri=0	3264	0.41	0.49	0	1
CHP partizan	En yakın hissedilen parti sorusuna verilen yanıtlar: CHP=1, diğerleri=0	3264	0.17	0.38	0	1
HDP partizan	En yakın hissedilen parti sorusuna verilen yanıtlar: HDP=1, diğerleri=0	3264	0.04	0.20	0	1
İYİP partizan	En yakın hissedilen parti sorusuna verilen yanıtlar: İYİP=1, diğerleri=0	1069	0.03	0.18	0	1
MHP partizan	En yakın hissedilen parti sorusuna verilen yanıtlar: MHP=1, diğerleri=0	3264	0.06	0.25	0	1
Medyadan siyaset takibi	Çok yakından takip ederim=1, yakından takip ederim=2, nadiren takip ederim=3, takip etmiyorum=4	1062	2.55	0.95	1	4
Politik konulara ilgi düzeyi	Çok ilgiliyim=1, ilgiliyim=2, çok ilgili sayılmam=3, ilğim yok=4	1065	2.57	1.00	1	4
Politik etkililik (efficacy) I	Kime oy verdiğine verilen önem sorusuna verilen yanıtlar 1-5 arasında kodlanmıştır: "Hiç önemli değil=1", "Çok önemlidir=5"	3189	4.38	0.95	1	5
Politik etkililik (efficacy) II	Kimin yönettiğine verilen önem sorusuna verilen yanıtlar 1-5 arasında kodlanmıştır: "Hiç önemli değil=1", "Çok önemlidir=5"	3186	4.28	1.06	1	5

**EK-Tablo 2. Regresyon sonuçları (H1, ortalama uzaklık yöntemi)**

Değişkenler	Tüm veri	Tüm veri	Tüm veri
	Model 1	Model 2	Model 3
Duygusal kutuplaşma	0.18*** (0.02)	0.19*** (0.02)	0.12*** (0.03)
AKP partizan			1.13*** (0.17)
CHP partizan			1.38*** (0.27)
HDP partizan			1.02* (0.42)
İYİP partizan			1.41 (1.00)
MHP partizan			1.21*** (0.33)
Gözlem sayısı	3,074	3,023	3,023
Kontrol değişkenler	Hayır	Evet	Evet

Olasılık skorlarının istatistiksel anlamlılık düzeyleri:

\*\*\*p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.10.