reflektif
SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ
JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Reflektif Journal of Social Sciences, 2026, Vol. 7(3)

2026, Vol. 7(3), 581-603
© The Author(s) 2026
Article reuse guidelines:
https://dergi.bilgi.edu.tr/index.php/reflektif
DOI: 10.47613/reflektif.2026.293
Article type: Research Article

Received: 20.04.2026
Accepted: 27.08.2026
Published Online: 27.10.2026

Erdi Topçuoğlu*, Sevda Yüksek**

Genç Seçmen Davranışında Mekân Ve Medya: 2023 Türkiye Genel Seçimleri Üzerine Bir İnceleme***

Spatial Context And Media In Young Voter Behavior: Evidence From The 2023 Turkish General Elections

Öz

Genç seçmen davranışına ilişkin literatür, medya kullanımı ve sosyo-demografik etkenlerin önemini vurgulamakta; ancak medya tercihleri ile mekânsal bağlamı birlikte ele alan çalışmalar literatürde sınırlı kalmaktadır. Bu çalışma, 2023 genel seçimlerinde oy kullanan genç seçmenlerin oy tercihlerini gündem takip kaynakları ve yerleşim bağlamı açısından incelemektedir. Anket verisine dayanan araştırmanın analitik örneklemi 380 katılımcıdan oluşmaktadır. İkili lojistik regresyon modellerinde iktidar bloğuna oy verme bağımlı değişken; gündem takip kaynağı ve mekânsal bağlam temel açıklayıcı değişkenler olarak ele alınmıştır. Bulgular, dijital medya ağırlıklı grubun geleneksel medya grubuna kıyasla iktidar bloğuna oy verme olasılık oranının yaklaşık %61 daha düşük olduğunu göstermektedir (OR≈0.39). Mobilite yönü anlamlı bulunmazken, yerleşim türünün kullanıldığı sağlamlık analizinde medya bulgusu korunmuş ve güçlenmiştir (OR≈0.30). Bulgular, genç seçmen davranışında medya temelli ayrışmanın önemine ve bu ilişkinin farklı mekânsal ölçümler altında istikrarlı olduğuna işaret etmektedir.

Abstract

The literature on young voter behavior highlights the importance of media use and socio-demographic factors, yet studies that examine media preferences and spatial context together remain limited. This study examines the voting preferences of young voters in the 2023 general elections in relation to their main news sources and spatial context. The analysis is based on survey data from 380 respondents. In the binary logistic regression models, voting for the ruling bloc is the dependent variable, while news source and spatial context are treated as the main explanatory variables. The findings show that respondents relying primarily on digital media had approximately 61% lower odds of voting for the ruling bloc than those relying on traditional media (OR≈0.39). Mobility direction was not statistically significant, while the media finding remained robust and became stronger when current settlement type was used as an alternative spatial measure (OR≈0.30). These results highlight media-based differentiation in young voter behavior and the robustness of this relationship across alternative spatial specifications.

Anahtar Kelimeler

Genç seçmen, gündem takibi kaynakları, oy tercihi, mekânsal bağlam, 2023 Türkiye Genel Seçimleri

Keywords

Young voters, news source, voting preference, spatial context, 2023 Turkish General Election

* Bartın Üniversitesi, etopcuoglu@bartin.edu.tr, ORCID : 0000-0002-3596-3611.

** Bartın Üniversitesi, syuksek@bartin.edu.tr, ORCID: 0009-0002-2817-6772.

*** Bu çalışmanın taslağı ana hatlarıyla Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi ev sahipliğinde gerçekleştirilen ICMEB'26'da sunulmuştur.

Giriş

Seçmen davranışı literatürünün en temel ve en kalıcı amacı bir seçmenin neden oy verdiği adaya, partiye ya da siyasal bloğa oy verdiğini anlamaktır. Bu anlam arayışına karşı geliştirilen yanıtlar zaman içinde farklı teoriler etrafında şekillenmiştir. Bu teorilerin bir kısmı toplumsal aidiyetler, sınıf, din, bölge ve benzeri sosyolojik bölünmelerin oy verme davranışını şekillendirdiğini iddia ederken; bir kısmı parti kimliği, siyasal yakınlık, lider algısı ve psikolojik bağlılıkları öne çıkarmaktadır. Ayrıca seçmenin performans değerlendirmelerine ve çıkar hesabına vurgu yapan rasyonel tercih temelli modeller de oy verme davranışını açıklayan literatürün önemli bir kısmını oluşturmaktadır (Campbell et al., 1960; Downs, 1957; Hutchings & Jefferson, 2017; Şener et al., 2023).

Seçmen davranışını açıklayan klasik yaklaşımlar, siyasal tercihlerin hangi toplumsal ve psikolojik temeller üzerinde şekillendiğini gösterme açısından güçlü olmakla beraber, seçmenin siyasetle hangi iletişim ortamı içinde karşılaştığı meselesini ikincil planda bırakma eğilimindedir. Oysa özellikle son yıllarda hızlanan dijitalleşme, siyasal bilginin dolaşım kanallarını, gündem kurma süreçlerini ve seçmenin maruz kaldığı içeriği önemli ölçüde dönüştürmüştür (Feio & Oliveira, 2025). Bu dönüşüm, oy verme davranışının yalnızca bireyin sınıfsal konumu, kimliksel aidiyetleri ya da siyasal tutumları üzerinden değil, siyasal gündemi hangi mecralar aracılığıyla takip ettiği üzerinden de değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır. Çünkü günümüzde seçmenler siyaseti sadece partiler, liderler ya da ideolojik konumlar üzerinden değil; aynı zamanda farklı medya ortamlarında dolaşıma giren meseleler, anlatılar ve öncelikler üzerinden de deneyimlemektedir. Bu nedenle, özellikle genç seçmen davranışını anlamaya dönük analizlerde, medya kullanımını genel bir iletişim pratiği olarak değil, bireyin siyasal dünyayla hangi bilgi ekosistemi içinden temas kurduğunu gösteren bir değişken olarak ele almak giderek daha önemli hale gelmektedir (Feio & Oliveira, 2025).

Gençlerin siyasal ve toplumsal gündemle kurduğu ilişkide dijital mecraların giderek merkezi bir konuma geldiği yakın dönem araştırmalarında da görülmektedir. Türkiye'de 18-25 yaş grubundaki 2.140 gençle gerçekleştirilen *Turkish Youth Study 2023* araştırmasında katılımcıların %85,5'i ulusal gündemi takip ettiğini belirtirken, haberleri güncel olarak takip etmede gençlerin %52'sinin temel olarak sosyal medya platformlarına başvurduğu görülmektedir (Glos & Hamm-Pütt, 2023). Benzer bir eğilim Avrupa düzeyinde de gözlenmektedir. Avrupa Parlamentosu'nun *2024 Gençlik Araştırması*'nda 16-30 yaş grubundaki katılımcıların %42'si siyasal ve toplumsal konularda bilgi edinmede sosyal medyayı temel kaynak olarak belirtirken, televizyon %39 ile ikinci sırada yer almaktadır (European Parliament, 2025).

Farklı platformlar farklı gündemleri öne çıkarabilmekte, farklı meseleleri görünür kılabilmekte ve farklı siyasal anlatılar üretebilmektedir. Sosyal medya kullanımı ile siyasal katılım arasındaki ilişkiye odaklanan çalışmalar da dijital mecraların özellikle gençler açısından siyasal ilgi, gündem takibi ve katılım biçimleri üzerinde anlamlı etkiler üretebildiğini göster-

mektedir (Boulianne, 2015; Loader et al., 2014; Vromen et al., 2015). Türkiye bağlamında yapılan bazı çalışmalar da gençlerin siyasal süreçlerle ilişkilerinde sosyal medyanın önemli bir motivasyon ve etkileşim alanı oluşturduğunu ortaya koymaktadır (Gürbüz & Sayımer, 2023; Öz Döm & Bingöl, 2021; Temel, 2020).

Bununla birlikte, genç seçmen davranışını anlamak bakımından yalnızca bilgi kaynaklarına odaklanmak da yeterli değildir. Seçmen tercihleri, bireylerin içinde yaşadıkları toplumsal ve mekânsal çevrelerden de etkilenmektedir. Yerleşim yeri, bireyin gündelik etkileşim ağlarını, maruz kaldığı siyasal söylemleri, toplumsal denetim biçimlerini ve farklı görüşlerle karşılaşma düzeyini etkileyebilen bir bağlam sunmaktadır. Benzer şekilde, bireyin doğduğu yer ile yaşadığı yer arasındaki hareketlilik de demografik bir değişimden ziyade, farklı toplumsal çevreler ve siyasal atmosferler arasında geçiş anlamına gelebilmektedir.

Yerleşim bağlamının seçmen davranışı üzerindeki etkisine işaret eden çalışmalar, siyasal tercihlerin yalnızca bireyin toplumsal özellikleri ya da siyasal tutumları üzerinden değil, içinde yaşadığı çevrenin niteliği üzerinden de şekillenebildiğini göstermektedir (MacKuen & Brown, 1987; Nathan & Sands, 2023). Yerel çevre, bireyin gündelik etkileşim ağlarını, hangi toplumsal meseleleri daha yakından deneyimlediğini ve farklı görüşlerle hangi yoğunlukta karşılaştığını etkileyen bir durum yaratmaktadır (Nathan & Sands, 2023). Bu nedenle mekânsal ölçekler, siyasal davranış açısından yalnızca coğrafi bir farklılaşmayı değil, aynı zamanda farklı siyasal etkileşim ve sosyalizasyon örüntülerini de ifade etmektedir. Siyasal bağlamın tutum değişimi üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalar, hem geniş çevresel düzeyde hem de yerleşim çevresi düzeyinde bağlamın bireyin siyaseti değerlendirme biçimini etkileyebildiğini ortaya koymuştur (örneğin, MacKuen & Brown, 1987). Daha yakın tarihli çalışmalar ise yerel çevrenin, kişilerin çevreleriyle kurdukları bağa ve maruz kaldıkları yerel koşullara bağlı olarak, siyasal yönelimleri farklı biçimlerde etkileyebildiğini göstermektedir (Arzheimer et al., 2024; Elder et al., 2024). Bu nedenle bireyin doğduğu yer ile halen yaşadığı yer arasındaki hareketlilik de yalnızca bir yer değişikliği olarak değil, farklı toplumsal ve siyasal çevreler arasında geçiş anlamına gelebilir. Böyle bakıldığında, genç seçmen davranışını anlamak için hem mevcut yerleşim türünü hem de mekânsal hareketliliği dikkate almak gerekmektedir.

Yukarıdaki açıklamalardan hareketle, genç seçmen davranışını incelerken, hem siyasal gündemin hangi medya kaynaklarından takip edildiğine hem de bireyin hangi yerleşim bağlamı içinde konumlandığına bakmak gerekmektedir. Bu çalışmada medya kullanımı ve mekânsal hareketlilik temel açıklayıcı eksenler olarak ele alınmaktadır. Siyasal rekabetin uzun süredir güçlü bir kutuplaşma içinde yürüdüğü, iktidar-muhalefet ayrımının kimliksel ve duygusal hatlar üzerinden de derinleştiği Türkiye örneğinde hem medya kullanımının hem de mekânsal hareketliliğin genç seçmen davranışını etkilemedeki rolü ayrıca önem taşımaktadır. Geleneksel medya ile dijital medya, siyasal gündemi farklı öncelikler ve anlatılarla dolaşıma sokmakta; böylece seçmenlerin maruz kaldığı bilgi de farklılaşmaktadır. Buna karşılık yerleşim bağlamı da tamamen göz ardı edilebilecek bir unsur değildir. Farklı yerleşim çevreleri ve bireyin yerle-

şim hareketliliği, siyasal sosyalizasyon örüntülerini ve gündelik etkileşim ağlarını etkileyebilen unsurlar olarak ön plana çıkmaktadır.

2023 genel seçimleri bu ilişkiyi incelemek bakımından elverişli bir örnek sunmaktadır. Seçim süreci, siyasal kutuplaşmanın yüksek olduğu (Kocapınar & Kalaycıoğlu, 2024), gençlerin haber takibinde sosyal medyanın belirgin bir ağırlık kazandığı ve yaklaşık beş milyon gencin ilk kez oy kullanma hakkına sahip olduğu bir dönemde gerçekleşmiştir (Glos & Hamm-Pütt, 2023). Bu çerçevede, gençlerin iktidar ve muhalefet blokları arasındaki tercihlerinin, gündemi takip ettikleri kaynaklara göre sistematik biçimde farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek önemlidir. Aynı şekilde, bu ilişkinin farklı mekânsal ölçümler altında korunup korunmadığını test etmek de gerekmektedir.

Bu çalışma, 2023 genel seçimlerinde oy kullanmış 18-30 yaş arası genç seçmenlerin iktidar bloğuna oy verme olasılığını, öncelikle gündemi en çok takip ettikleri medya kaynakları üzerinden incelemektedir. Mekânsal bağlam ise iki farklı biçimde modele dâhil edilmektedir. Ana modelde mobilite yönü, sağlamlık analizinde ise mevcut yerleşim türü kullanılmaktadır. Böylece medya kullanımı ile oy tercihi arasındaki ilişkinin, yerleşim bağlamı farklı şekillerde tanımlandığında da korunup korunmadığı test edilmektedir. Anket verisine dayanan ve ikili lojistik regresyon analizi aracılığıyla gerçekleştirilen çalışma, genç seçmen davranışında dijital ve geleneksel bilgi ekosistemleri arasındaki ayrışmanın siyasal tercihlerle ilişkisini ve mekânsal hareketliliğin oy verme davranışındaki olası etkilerini görünür kılmayı amaçlamaktadır.

Literatür Taraması

Seçmen Davranışı: Kuramsal Yaklaşımlar

Seçmen davranışı literatürü, bireylerin oy verme kararlarını hangi saiklerle aldığını açıklamaya çalışan geniş bir çerçeve sunmaktadır. Klasik olarak bakıldığında seçmen davranışına ilişkin sosyolojik yaklaşım, psikolojik yaklaşım ve rasyonel tercih yaklaşımı olmak üzere üç temel yaklaşım öne çıkmaktadır. Bununla birlikte daha güncel çalışmalar, bu çerçeveyi farklı unsurlarla tamamlamaktadır (bkz. Hutchings & Jefferson, 2017).

İlk yaklaşım olan sosyolojik yaklaşım, oy verme davranışını bireyin içinde bulunduğu toplumsal çevre, ait olduğu gruplar ve sosyal ilişkiler ağı üzerinden açıklamaktadır. Columbia ekolüyle ilişkilendirilen bu yaklaşımda seçmenin tercihleri, yalnızca bireysel akıl yürütmenin sonucu olarak değil; sınıf, din, bölge, aile, mahalle ve gündelik sosyal çevre gibi unsurların etkisi altında şekillenen bir davranış olarak ele alınmaktadır. Lazarsfeld, Berelson ve Gaudet'in (1968) öncü çalışması, seçmenlerin siyasal kararlarının büyük ölçüde sosyal çevreleri ve kişilerarası ilişkileri içinde biçimlendiğini göstermiştir. Benzer biçimde Lipset ve Rokkan'ın (1967) sosyal bölünme teorisi de siyasal rekabetin tarihsel olarak oluşmuş toplumsal bölünmeler etrafında kurumsallaştığını ve seçmen sadakatinin bu yapısal ayrımlar üzerinden taşındığını ileri sürmektedir. Bu yaklaşımın temel varsayımı, bireyin oy verirken yalnızca kendi bireysel

çıkarını değil, içinde yer aldığı toplumsal grubun değerlerini, çıkarlarını ve yönelimlerini de yansıttığıdır. Sosyolojik modele göre oy verme davranışı, toplumsal yapıdan ve siyasal toplumsallaşma süreçlerinden bağımsız ele alınamaz.

İkinci önemli yaklaşım psikolojik ya da parti kimliği temelli modeldir. Michigan ekolüyle özdeşleşen bu yaklaşımda temel kavram parti özdeşleşmesidir. Buna göre seçmenlerin önemli bir kısmı, zaman içerisinde gelişen ve görece istikrarlı hale gelen bir partizan kimlik aracılığıyla siyasal dünyayı algılamaktadır. Aday imajları, güncel siyasal meseleler ve kampanya süreçleri de seçmen tarafından çoğu zaman bu kimlik filtresinden geçirilerek değerlendirilmektedir. Campbell, Converse, Miller ve Stokes'un (1960) ortaya koyduğu bu yaklaşım, oy verme davranışının yalnızca kısa dönemli etkilere değil, daha derin ve kalıcı psikolojik bağlılıklara dayandığını savunmaktadır. Parti kimliği yaklaşımı ayrıca ailenin erken dönem siyasal sosyalleşme sürecindeki rolünü vurgulamaktadır. Bu modele göre siyasal bağlılıkların önemli bir bölümü çocukluk ve gençlik dönemlerinde şekillenmektedir. Daha yakın tarihli çalışmalar psikolojik modeli genişleterek, parti kimliğinin yalnızca aidiyet değil, aynı zamanda karşıt kampa yönelik duygusal mesafe ve olumsuz tutumlarla da pekişebildiğini göstermektedir. Bu nedenle günümüzde seçmen sadakati, yalnızca bir partiye yakınlık üzerinden değil, karşı tarafı dışlayan duygusal kutuplaşma ekseni üzerinden de değerlendirilmektedir (Iyengar et al., 2019). Bu çerçevede Türkiye örneğinde yapılan bir çalışma da, öz-benlik, sosyal-benlik ve güven duygularının parti bağlılığı aracılığıyla seçmen sadakati üzerinde anlamlı etkiler ürettiğini göstermekte; böylece seçmen sadakatinin kimliksel ve duygusal boyutunu desteklemektedir (Topçuoğlu et al., 2023).

Üçüncü yaklaşım rasyonel tercih modelidir. Bu yaklaşımda seçmen, oy verme davranışını duygusal bağlılıkların ya da toplumsal aidiyetlerin doğal sonucu olarak değil, belirli fayda-maliyet hesapları çerçevesinde alınan bir karar olarak sergilemektedir. Downs'un (1957) klasik çalışmasında seçmen, iktidarın geçmiş performansını ve alternatif partilerin sağlayabileceği olası faydaları karşılaştıran rasyonel bir aktör olarak kurgulanmaktadır. Bu çerçevede oy verme davranışı, kalıcı sadakatin bir yansıması olmaktan çok, hedefe ulaşmaya yönelik araçsal bir tercih olarak görülmektedir. Rasyonel tercih yaklaşımı zamanla retrospektif oy verme ve ekonomik oy verme literatürünü de beslemiştir. Bu bağlamda seçmenler, hükümetleri geçmiş performanslarına göre ödüllendiren ya da cezalandıran aktörler olarak görülmektedir. Seçmenlerin özellikle ekonomi, kamu hizmetleri, kriz yönetimi ve yönetsel kapasite gibi alanlardaki değerlendirmeleri, oy verme kararlarında önemli rol oynayabilmektedir (Fiorina, 1978; Kiewiet & Rivers, 1984). Güncel çalışmalar da ekonomik koşulların ve seçmenlerin ekonomik performansa ilişkin değerlendirmelerinin oy tercihleri açısından önemini koruduğunu göstermektedir (Chrysanthou & Guilló, 2024; Giuliani, 2022). Özellikle ekonomik performansın değerlendirilmesi, iktidarın ödüllendirilmesi ya da cezalandırılması mekanizmasının temel unsurlarından biri olmayı sürdürmektedir.

Bununla birlikte, oy verme davranışını açıklayan bu klasik yaklaşımlar, seçmenin neden belirli bir partiye ya da siyasal bloğa yöneldiğini açıklamada önemli katkılar sunsa da siyasal

bilginin hangi kanallar üzerinden edinildiği meselesini görece geri planda bırakmaktadır. Oysa günümüzde seçmenler siyasal gelişmeleri doğrudan değil, belirli medya ortamları aracılığıyla takip etmekte; bu da hangi meselelerin öne çıktığını, hangi konuların daha görünür hale geldiğini ve hangi yorumların dolaşıma girdiğini etkilemektedir. Bu nedenle gündem oluşumu ve siyasal algı süreçlerine odaklanan yaklaşımlar, seçmen davranışını anlamada tamamlayıcı bir önem taşımaktadır. Özellikle dijitalleşme süreciyle birlikte geleneksel medya ile dijital platformlar arasında belirginleşen farklılıklar, seçmenlerin farklı bilgi çevreleri içinde siyasal tutum geliştirebildiğini göstermektedir. Bu durum, özellikle genç seçmenler bakımından daha görünürdür. Çünkü gençlerin siyasetle kurduğu ilişki, yalnızca kalıcı parti bağlılıkları ya da toplumsal aidiyetler üzerinden değil, gündemi hangi mecralar aracılığıyla takip ettikleri üzerinden de şekillenebilmektedir (Biswas et al., 2014; Munir, 2018).

Genç Seçmenler

Genç seçmenler, seçmen davranışı literatüründe uzun süredir ayrı bir inceleme kategorisi olarak ele alınmaktadır. Bunun temel nedeni, gençlik döneminin siyasal toplumsallaşmanın, kimlik oluşumunun ve kalıcı siyasal yönelimlerin şekillenmesi bakımından kritik bir evre olarak görülmesidir. Bununla birlikte "genç seçmen" kavramı literatürde tek ve sabit bir yaş aralığına karşılık gelmemektedir. Bazı çalışmalar 18-24 yaş aralığını gençlik kategorisinin çekirdeği olarak kabul ederken (Arnett, 2012; Sloam & Henn, 2018), bazı araştırmalar eğitim süresinin uzaması, işgücü piyasasına geçişin gecikmesi, güvencesiz istihdamın yaygınlaşması ve yetişkinliğe geçişin daha parçalı hale gelmesi nedeniyle 18-30 yaş aralığını da analitik olarak anlamlı bulmaktadır[1] (Reifman, 2022; Southwell, 2003).

Genç seçmenlerin siyasal tercihleri birkaç açıdan özel önem taşımaktadır. İlk olarak gençler, siyasal rekabetin uzun dönemli yönünü etkileyebilecek yeni bir seçmen kuşağını temsil etmektedir. Genç seçmenlerin hangi partilere, ideolojik hatlara ya da siyasal söylemlere yakınlık geliştirdiği, gelecekte parti sisteminde yaşanabilecek kalıcı yeniden hizalanmaların önemli bir göstergesi olabilir (Dalton, 2018). İkinci olarak genç seçmenler, birçok ülkede görece daha düşük düzeyde yerleşik parti sadakatine sahip olmaları ve tercihlerini daha kolay değiştirebilmeleri nedeniyle ayrı bir grup olarak değerlendirilmektedir (Franklin, 2004). Üçüncü olarak gençler yalnızca oy verme davranışı üzerinden değil, protesto, boykot, çevrimiçi kampanya, dijital aktivizm ve gündelik siyasal ifade biçimleri aracılığıyla da siyasal alanı dönüştüren bir aktör olarak özel önem taşımaktadır (Flanagan & Levine, 2010).

Genç seçmen davranışını açıklamaya dönük literatürde ilk öne çıkan mekanizma siyasal toplumsallaşmadır. Siyasal toplumsallaşma yaklaşımı, bireyin siyasal değerleri, inançları, parti bağlılıkları ve siyasal dünyayı algılama biçiminin çocukluk ve ilk gençlik dönemlerinden itibaren aile, okul, akran grupları ve yakın çevre içinde şekillendiğini ileri sürmektedir (Jennings & Niemi, 2015). Ailenin bu süreçteki rolü özellikle vurgulanmaktadır. Çünkü aile yalnızca bireyin ilk toplumsal çevresi değil, aynı zamanda siyasal değerlerin, aidiyetlerin ve temel yöne-

limlerin aktarıldığı başlıca kurumdur. Erken dönemde edinilen siyasal izlenimlerin ve öğrenme kalıplarının daha sonraki siyasal davranışlar üzerinde kalıcı etkiler yaratabildiği bilinmektedir (bkz. Searing et al., 1973). Bu nedenle genç seçmen davranışı, yalnızca kısa dönemli siyasal etkilerle değil, daha uzun süreli bir siyasal öğrenme sürecinin ürünü olarak değerlendirilmelidir.

İkinci önemli açıklama, yaşam döngüsü ve kuşak etkileri ayrımı etrafında şekillenmektedir. Yaşam döngüsü yaklaşımı, bireyin yaş ilerledikçe iş, gelir, aile kurma ve toplumsal sorumluluklar gibi deneyimler nedeniyle daha istikrarlı ya da daha muhafazakâr siyasal tercihlere yönelebileceğini savunmaktadır. Buna karşılık kuşak yaklaşımı, belirli tarihsel dönemlerde siyasallaşan nesillerin, o dönemin ekonomik, kültürel ve siyasal koşullarından etkilenen daha kalıcı değer setleri geliştirdiğini ileri sürmektedir (Sears & Valentino, 1997). Bu ayrım, genç seçmenlerin siyasal yönelimlerini açıklamak bakımından oldukça önemlidir. Zira gençlerin tercihleri, yalnızca yaşam evrelerine bağlı geçici etkilerin değil, içinde bulundukları tarihsel dönemin siyasal ve toplumsal koşullarının da ürünüdür (Van Der Brug & Kritzinger, 2025).

Genç seçmen davranışının bir diğer önemli boyutu, ekonomik ve toplumsal geçiş süreçleriyle ilişkilidir. Özellikle genç işsizliği, güvencesiz istihdam, eğitimden işe geçişin zorlukları, hayat pahalılığı, barınma sorunu ve gelecek belirsizliği gibi meseleler, gençlerin siyasal tutum ve davranışlarıyla yakından ilişkili olabilmektedir. Literatür, işsizlik ve iş kaybının siyasal katılım üzerindeki olumsuz sonuçlarının özellikle gençlerde daha belirgin olabildiğini (Österman & Brännlund, 2024), konut maliyetleri ve konuta erişimde yaşanan güçlüklerin ise genç yetişkinlerin oy verme davranışlarıyla ilişkili olduğunu göstermektedir (Furtado & Flynn, 2025). Bu nedenle genç seçmenlerin oy tercihleri yalnızca ideolojik yakınlıklarla değil, ekonomik güvenlik, gelecek beklentileri ve siyasal performansa ilişkin değerlendirmelerle de ilişkilendirilmektedir.

Son yıllarda genç seçmen literatüründe öne çıkan konulardan biri, dijitalleşmenin siyasal bilgiye erişim biçimlerini dönüştürmesidir. Özellikle genç kuşaklar, siyasal gündemi artık yalnızca geleneksel haber kaynakları üzerinden değil; sosyal medya, YouTube, podcastler ve çevrimiçi ağlar aracılığıyla da takip etmektedir (Loader et al., 2014; Vromen et al., 2015). Yakın dönem çalışmalar da sosyal medya platformlarının gençlerin haber tüketiminde merkezi bir konuma geldiğini ve gençlerin haberlerle bu platformlarda kimi zaman bilinçli arama yoluyla, kimi zaman da gündelik sosyal medya akışları içerisinde tesadüfi biçimde karşılaştığını göstermektedir (Klopfenstein Frei et al., 2024; Farias-Batlle. et al., 2024). Bununla birlikte dijital haber tüketimi, gençlerin erişebildiği bilgi kaynaklarını çeşitlendirirken haberlerin güvenilirliğini değerlendirme, parçalı bilgi akışlarıyla karşılaşma ve platformların yönlendirdiği içeriklere maruz kalma gibi yeni sorunları da beraberinde getirmektedir (Farias-Batlle. et al., 2024). Gençlerin yeni medya ortamındaki haber tüketimi ve siyasal katılımını inceleyen güncel literatür de haber tüketimi ile siyasal katılım arasındaki ilişkinin medya kullanım biçimlerine ve platform özelliklerine göre farklılaşabildiğine dikkat çekmektedir (Feio & Oliveira, 2025). Dolayısıyla gençlerin siyaseti hangi kaynaklardan takip ettiği, yalnızca siyasal bilgiye erişim

biçimlerini değil, karşılaştıkları siyasal bilgi ortamını da farklılaştıran önemli bir unsur haline gelmiştir.

Bu nedenle genç seçmen davranışını açıklarken yalnızca yaş, cinsiyet, eğitim ya da çalışma durumu gibi sosyodemografik değişkenlere odaklanmak yeterli değildir. Gençlerin siyasal gündemi nasıl takip ettikleri, hangi medya kaynaklarını birincil bilgi kaynağı olarak kullandıkları ve bu kaynakların oluşturduğu bilgi ekosistemleri de oy verme davranışının önemli bileşenlerinden biri olarak değerlendirilmelidir. Bu bağlamda medya kullanımı, genç seçmen literatüründe yalnızca haber alma biçimini gösteren bir değişken değil; aynı zamanda siyasal yönelimlerle eşleşebilen, seçici bilgiye yönelme süreçleriyle pekişebilen ve parti tercihleriyle ilişki kurabilen analitik bir boyut sunmaktadır.

Türkiye'de Seçmen Davranışı ve Genç Seçmenler

2023 genel seçimleri, Türkiye'de siyasal rekabetin uzun süredir yüksek düzeyli kutuplaşma içinde yürüdüğü bir dönemde gerçekleşmiştir. Bu seçimleri önceki seçimlerden ayıran temel özelliklerden biri, siyasal yarışın artık yalnızca partiler arasında değil, büyük ölçüde iki ana blok arasında geçmiş olmasıdır. 2017 Anayasa değişikliğiyle kabul edilen ve 2018 seçimleriyle birlikte yürürlüğe giren cumhurbaşkanlığı hükümet sistemi, yürütme gücünü önemli ölçüde merkezileştirmiş (Topçuoğlu & Filiz, 2025); siyasal rekabeti de ittifaklar ve bloklar üzerinden yeniden biçimlendirmiştir (Kılınç & Şener, 2022). Bu nedenle 2023 seçimleri, yalnızca iktidarın yenilenip yenilenmeyeceğinin değil, aynı zamanda yeni hükümet sisteminin siyasal meşruiyetinin ve sürdürülebilirliğinin de dolaylı biçimde test edildiği bir seçim olarak değerlendirilebilir.

Seçim sürecinin en belirgin temalarından biri ekonomik krizdir. 2023 seçimleri öncesinde yüksek enflasyon, hayat pahalılığı ve satın alma gücündeki aşınma, seçmen davranışını etkileyebilecek temel faktörler arasında yer almıştır. Ekonomik oy verme literatürü, seçmenlerin hükümetleri geçmiş performanslarına göre ödüllendirme ya da cezalandırma eğiliminde olabileceğini göstermektedir. Türkiye bağlamında da ekonomik koşullar seçim öncesi temel tartışma başlıklarından biri olmuştur. Ancak ekonomik oy verme mekanizmasını yalnızca doğrusal bir performans değerlendirmesi olarak okumak yeterli değildir. Nitekim 2023 seçimlerini inceleyen Aytaç (2024), seçmenlerin ekonomik değerlendirmeleri ile oy tercihleri arasında güçlü bir ilişki bulunmakla birlikte, ekonomik algıların iktidar ve muhalefet seçmenleri arasında belirgin biçimde ayrıştığını göstermektedir. Bununla birlikte Türkiye, uzun süredir belirgin siyasal kutuplaşma dinamiklerinin gözlendiği bir ülkedir (Ertugay, 2022). Bu tabloya, 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş merkezli depremlerin ardından daha görünür hale gelen devlet kapasitesi, kriz yönetimi ve kamusal güven tartışmaları da eklenmiştir. Depremin yarattığı büyük toplumsal yıkım, seçim öncesi dönemde yalnızca insani bir felaket değil, aynı zamanda iktidarın performansına ilişkin değerlendirmeleri etkileyebilecek kritik bir siyasal bağlam üretmiştir.

Bu dönemin ikinci önemli boyutu, bloklaşmış ittifak siyasetidir. Türkiye'de siyasi partilerin milletvekili seçimlerine resmî ittifaklar halinde katılabilmesinin hukuki zemini, 2018 yılında kabul edilen 7102 sayılı Kanun ile oluşturulmuştur. Bu düzenlemeyle ittifaklar, ilk kez 2018 seçimlerinde kurumsal seçim rekabetinin bir parçası haline gelmiş ve 2023 seçimlerinde de önemini korumuştur. Nitekim 2023 seçimleri için Yüksek Seçim Kuruluna beş farklı ittifak protokolü sunulmuş olmakla birlikte, cumhurbaşkanlığı yarışındaki başlıca rekabet Cumhur İttifakı ile Millet İttifakı etrafında yoğunlaşmıştır. Cumhur İttifakı, Adalet ve Kalkınma Partisi ile Milliyetçi Hareket Partisi ekseninde oluşmuş; zaman içinde daha geniş bir siyasal blok niteliği kazanmıştır. Millet İttifakı ise ideolojik olarak daha heterojen bir yapıya sahip olmakla birlikte, seçim rekabetinde iktidar karşıtı güçleri bir araya getiren bir çatı işlevi görmüştür. İki ittifak arasındaki rekabet aynı zamanda farklı yönetim ve siyasal reform perspektiflerini de yansıtmıştır. Cumhur İttifakı mevcut cumhurbaşkanlığı hükümet sistemi içinde "Türkiye Yüzyılı" vizyonu, istikrar ve kalkınmanın devamlılığını öne çıkarırken, Millet İttifakı güçlendirilmiş parlamenter sisteme dönüş, kuvvetler ayrılığı, hukuk devleti ve kurumsal yeniden yapılanma vaatlerini merkezine almıştır. Bu durum, Türkiye'de seçmen davranışının yalnızca parti tercihleri üzerinden değil, bloklar arası siyasal hizalanma üzerinden de okunmasını gerekli kılmaktadır.[2]

Türkiye bağlamında bu çalışmayı özellikle önemli kılan bir diğer unsur medya ve bilgi ortamıdır. 2023 seçimleri, yalnızca ekonomik kriz ve deprem sonrası yönetim tartışmalarının değil, aynı zamanda bilgi dolaşımı, medya görünürlüğü ve dijital kampanya dinamiklerinin de yoğun biçimde tartışıldığı bir süreç olmuştur. Bu nedenle oy verme davranışını açıklarken medya ortamı ve bilgiye erişim biçiminin Türkiye'de neden daha dikkatle ele alınması gerektiği açıktır. Özellikle genç seçmenler bakımından bu durum daha da önemlidir. Bir yandan ekonomik kırılganlık, gelecek kaygısı ve temsil talepleri gençler açısından daha yoğun yaşanabilmekte; diğer yandan gençler siyasal gündemi takip etmede dijital mecralara daha açık bir seçmen grubunu oluşturmaktadır.

Türkiye'de seçmen davranışını açıklamaya dönük literatür, genel olarak birkaç temel eksen etrafında şekillenmektedir. Bunların başında kimlik, ideoloji, parti sadakati, lider etkisi, ekonomik performans değerlendirmeleri ve son yıllarda giderek daha görünür hale gelen medya kullanımı gelmektedir. Türkiye örneğinde seçmen davranışı çoğu zaman yalnızca klasik sol-sağ ayrımı üzerinden açıklanamamakta; dinî-kültürel aidiyetler, merkez-çevre gerilimi, milliyetçilik, kutuplaşma ve parti bağlılığı gibi unsurlar da oy verme davranışı üzerinde güçlü belirleyiciler olarak öne çıkmaktadır. Bununla birlikte ampirik çalışmalar, seçmen tercihlerini yalnızca uzun dönemli kimliksel aidiyetler üzerinden değil, aynı zamanda lider değerlendirmeleri, ekonomik koşullar ve iletişim ortamı gibi daha kısa dönemli etkenlerle birlikte ele almanın gerekli olduğunu göstermektedir.

Türkiye'de seçmen davranışına ilişkin ampirik çalışmaların önemli bir bölümü, aile ve siyasal toplumsallaşma etkisine dikkat çekmektedir. Örneğin, Aydın ve Özbek'in (2004) Koca-

eli örneği üzerinden yürüttükleri çalışma, ailenin seçmen davranışı üzerindeki etkisinin demografik özelliklere göre değişip değişmediğini incelemekte ve aile etkisinin özellikle cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve istihdam durumu bakımından farklılaştığını göstermektedir. Araştırmanın bulguları, aile kurumunun bireyin siyasal tercihleri üzerinde etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bu sonuç, Türkiye'de seçmen davranışının önemli ölçüde siyasal toplumsallaşma ve yakın çevre etkileriyle bağlantılı olduğunu göstermesi bakımından önemlidir.

Genç seçmenler söz konusu olduğunda aile etkisi daha da dikkat çekici hale gelmektedir. Özellikle Z kuşağına odaklanan çalışmalar, gençlerin siyasal tercihlerini oluştururken aile yapısının ve erken dönem siyasal deneyimlerin belirleyici olabildiğini göstermektedir (Hafızoğlu, 2021; Öztürk, 2020). Hafızoğlu'nun (2021) nitel yönteme dayanan çalışması, muhafazakâr aile yapısında yetişen gençlerin daha gelenekçi ve aile yönelimli siyasal tercihler sergilemeye eğilimli olduklarını; buna karşılık daha modern aile yapılarında yetişen gençlerin oy verme davranışında daha bireysel değerlendirmelerle hareket ettiklerini ortaya koymaktadır. Bu durum, genç seçmen davranışının yalnızca kuşaksal dönüşümle açıklanamayacağını; aile içi değer aktarımı ve siyasal toplumsallaşma süreçlerinin de belirleyici olduğunu göstermektedir.

Türkiye'de genç seçmen literatürünün ikinci önemli hattı, sosyal medya ve siyasal ilgi gibi değişkenlerin oy verme davranışıyla ilişkisini inceleyen çalışmalardır. Öztürk Küçük ve Toklu'nun genç seçmenler üzerine yürüttükleri araştırma, sosyal medyanın gençlerin sosyo-psikolojik ve rasyonel oy verme davranışı üzerinde etkili olduğunu göstermektedir (Öztürk Küçük & Toklu, 2020). Çalışmanın dikkat çekici yönlerinden biri, genç seçmenlerin yalnızca bireysel hesaplarla değil, sosyal çevre, aile ve medya gibi farklı etki alanlarının kesişiminde karar verdiğini ortaya koymasıdır. Benzer biçimde İnal'ın (2023) Z kuşağı üzerine gerçekleştirdiği çevrimiçi anket çalışması da, sosyal medyanın siyasal etkisine yönelik algı yükseldikçe, bu mecralardaki siyasal iletişimin oy verme davranışı üzerindeki belirleyiciliğinin arttığını göstermektedir. Bu bulgular, özellikle genç seçmenler bakımından sosyal medyanın yalnızca bir iletişim alanı değil, aynı zamanda siyasal tercihleri etkileyebilen güçlü bir bilgi ve etkileşim ortamı olduğunu ortaya koymaktadır.

Türkiye'de genç seçmenlerin sayısal ağırlığı, bu grubun seçim rekabetindeki önemini de artırmaktadır. Nitekim 2023 seçimlerinde yaklaşık beş milyon genç ilk kez oy kullanma hakkı elde etmiştir (Glos & Hamm-Pütt, 2023). Bununla birlikte yapılan bir araştırmaya göre, seçim yapılması halinde oy kullanmak istemediğini belirten gençlerin %65,5'i bunun başlıca gerekçesi olarak mevcut siyasi partilerin hiçbirine güvenmemeyi göstermiştir (Glos & Hamm-Pütt, 2023). Bu durum, genç seçmenlerin yalnızca sayısal ağırlıkları bakımından değil, siyasal partilerle kurdukları görece mesafeli ilişki açısından da önemli bir seçmen grubu olduğunu göstermektedir. Genç seçmenlerin toplam seçmen kitlesi içindeki payı, siyasal partileri bu gruba yönelik özel kampanya stratejileri geliştirmeye yöneltmektedir (Polat & Külter, 2011). Bu nedenle genç seçmenler yalnızca bugünkü seçimlerin sonucu açısından değil, gelecekteki siyasal dengelerin yönünü belirleme potansiyeli bakımından da stratejik bir grup olarak değerlendirilmektedir.

Türkiye'de seçmen davranışını etkileyen önemli faktörlerden biri de liderliktir. Lider odaklı oy verme davranışına ilişkin çalışmalar, Türkiye'de seçmenlerin parti tercihlerini oluştururken liderin kişisel özelliklerine, söylemlerine ve güvenilirliğine önemli ölçüde dikkat ettiklerini göstermektedir. Polat ve Külter'in (2011) genç ve potansiyel seçmenler üzerine yaptıkları çalışma, siyasi liderlerde aranan özelliklerin genç seçmenler açısından ahlaki, toplumsal ve yönetsel nitelikler etrafında yoğunlaştığını ortaya koymaktadır. Öte yandan Saygılı'nın (2014) çalışması, siyasi lider söylemlerinin seçmen davranışı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu, ancak bu etkinin eğitim düzeyine göre değiştiğini göstermektedir. Benzer şekilde Bayır ve Aslan'ın (2019) çalışması da, seçmen tercihinde lider faktörünün giderek daha merkezi hale geldiğini ve seçmenlerin aile ya da cemaat aidiyetlerinden ziyade liderin iletişimi, imajı, performansı ve güvenilirliği gibi unsurları daha fazla dikkate alabildiğini göstermektedir. Bu çalışmalar, Türkiye'de seçmen davranışının kimlik ve aidiyet kadar liderlik değerlendirmeleriyle de şekillendiğini ortaya koymaktadır.

Bununla birlikte Türkiye'de genç seçmen davranışını doğrudan fiilî oy tercihi üzerinden modelleyen çalışmaların sayısı görece sınırlıdır. Literatürün önemli bir kısmı gençlerin siyasal tutumlarını, temsil beklentilerini, sosyal medya kullanımını ya da siyasi katılım eğilimlerini ölçmektedir; ancak gençlerin seçimde fiilen hangi partiye ya da bloğa oy verdiğini sistematik biçimde modelleyen bir araştırmaya rastlanmamıştır. Oysa özellikle 2023 seçimleri gibi yüksek kutuplaşma ve bloklaşmış rekabet koşullarında, seçmenin gündemi esas olarak hangi bilgi ekosisteminden takip ettiğinin oy verme davranışı açısından daha doğrudan bir analitik değer taşıdığı düşünülmelidir.

Bir diğer sınırlılık da mekânsal bağlam boyutunda ortaya çıkmaktadır. Türkiye'de seçmen davranışı literatüründe mekân çoğu zaman bölgesel farklılıklar, kent-kır ayrımı, merkez-çevre ilişkisi ya da coğrafi kutuplaşma düzeyinde ele alınmaktadır (Çınar, 2007; Kiriş, 2006; Kılıç, 2025; Moral et al., 2023). Mekânsal farklılaşmanın seçmen davranışı açısından önemi yalnızca coğrafi konumdan kaynaklanmamaktadır. Büyükşehir, şehir, ilçe ve köy gibi farklı yerleşim ölçekleri; sosyoekonomik yapı, eğitim ve istihdam olanakları, toplumsal çevrenin heterojenliği, yerel sosyal ağların niteliği ve siyasal bilgiye erişim biçimleri bakımından farklı deneyim alanları oluşturabilmektedir. Türkiye üzerine yapılan mekânsal analizler de seçmen tercihlerinin ekonomik ve demografik özelliklerin yanı sıra merkez-çevre ilişkileri, dinî ve etnik yapılar gibi mekânsal olarak kümelenen toplumsal özelliklerle birlikte şekillendiğini göstermektedir (Gündem, 2023). Bu nedenle bireyin yaşadığı yerleşim türü, genç seçmenin karşılaştığı sosyal ve siyasal çevrenin bir göstergesi olarak analitik önem taşıyabilir. Buna karşılık, Türkiye üzerine mevcut literatürde genç seçmen davranışını bireyin doğduğu yer ile yaşadığı yer arasındaki hareketlilik ya da hâlen yaşadığı yerleşim türü gibi daha mikro mekânsal göstergelerle birlikte ele alan çalışmalar oldukça sınırlıdır.

Bu çalışma, söz konusu literatüre iki temel katkı sunmayı amaçlamaktadır. İlk olarak çalışma, genç seçmen davranışını tutum ya da niyet düzeyinde değil, 2023 genel seçimlerinde fiilen ortaya çıkan blok tercihi üzerinden incelemektedir. Böylece gençlerin iktidar bloğu ve

muhalefet bloğu arasındaki seçimlerini daha somut bir düzlemde analiz etmektedir. İkinci olarak çalışma, medya kullanımını yalnızca "sosyal medya kullanımı" gibi genel bir değişkenle değil, katılımcıların gündemi en çok hangi kaynaktan takip ettiklerini esas alan anlamıyla medya "kullanımı" yaklaşımıyla ele almaktadır. Bu sayede geleneksel medya, dijital medya ve kişilerarası etkileşim gibi farklı bilgi ekosistemlerinin genç seçmen davranışıyla nasıl ilişkilendiği daha açık biçimde test edilebilmektedir. Ayrıca bu ilişkinin yerleşim bağlamının farklı ölçümleri altında da sınanması, çalışmaya yöntemsel bir derinlik kazandırmaktadır. Böylece çalışma, Türkiye'de genç seçmen davranışını açıklarken medya diyeti ile mekânsal bağlamı aynı model içinde değerlendiren daha bütüncül bir ampirik çerçeve sunmaktadır.

Yöntem

Bu araştırma, 2023 genel seçimlerinde oy kullanan 18-30 yaş arası genç seçmenlerin iktidar-muhalefet blok tercihlerinin, gündem takip pratikleri ve yerleşim bağlamıyla ilişkisini (kentlileşme) inceleyen kesitsel bir anket çalışmasıdır. Çalışma, bireylerin gündemi hangi kanallar üzerinden takip ettiklerine dayalı medya kullanımı farklılaşmasının ve mobilite yönünün oy tercihiyle ilişkisini test ederken, mekânsal bağlamı ayrıca yaşanılan yerleşim türü şeklinde modele dâhil ederek bulguların sağlamlığını sınamayı amaçlamaktadır.

Çalışma kapsamında önce Bartın Üniversitesi Etik Kurulundan onay alınmış daha sonra katılımcılardan gönüllü katılım esasına dayalı olarak veri toplanmıştır. Veriler, 2023 genel seçimlerinde oy kullandığını beyan eden katılımcılardan, Google Forms üzerinden oluşturulan çevrimiçi anket formu aracılığıyla toplanmıştır. Katılım koşulları, 18-30 yaş aralığında olmak ve 2023 genel seçimlerinde oy kullanmış olmaktır. Veri setinin temizlenmesi sürecinde yaş koşulunu sağlamayan gözlemler çıkarılmış, bağımlı değişkende (oy bloğu tercihi) geçerli yanıtı bulunmayan katılımcılar analizlere dâhil edilmemiştir. Nihai regresyon analizleri N=380 gözlem üzerinden yürütülmüştür.

Çalışmada bağımlı değişken, katılımcının 2023 genel seçimlerinde verdiği oy üzerinden blok düzeyinde yeniden kodlanmıştır. Kodlama "muhalefet bloğu = 0, iktidar bloğu = 1" olacak şekilde yapılmıştır. Oy vermediğini belirten, boş/protest oy kullandığını ifade eden veya soruyu yanıtsız bırakan gözlemler bağımlı değişkende eksik veri (NA) olarak değerlendirilmiş ve lojistik regresyonda liste bazında dışlanmıştır. Medya kullanımı (gündem takip kaynağı), katılımcıların "Gündemi en çok hangi kanaldan takip edersiniz?" sorusuna verdikleri yanıt üzerinden oluşturulan kanal grupları ile ölçülmüştür. Ham seçenekler (TV, sosyal medya, gazete, YouTube/podcast, arkadaş çevresi) daha analitik bir çerçeve sağlamak üzere üç kategori altında toplanmıştır: Bu değişken, analizlerde kategorik (faktör) olarak kullanılmış; referans kategori "geleneksel medya" olacak şekilde karşılaştırmalar raporlanmıştır.

Ana modelde mekânsal bağlam, katılımcının doğduğu yerleşim türü ile halen yaşadığı yerleşim türü arasındaki farktan türetilen mobilite yönü değişkeniyle kontrol edilmiştir.

Yerleşim türü, büyükşehir-şehir-ilçe-köy sıralı kategorileri üzerinden kodlanmış; bu sıralama kullanılarak doğum yeri ile ikamet yeri arasındaki hareketin yönü (i) daha kentleşmiş bir yerleşime hareket, (ii) aynı düzeyde yerleşimde kalma, (iii) daha az kentleşmiş bir yerleşime hareket olacak şekilde üç sınıfta tanımlanmıştır. Mobilite yönü kategorik bir değişken olarak modele dâhil edilmiştir. Sağlamlık analizinde mobilite yönü yerine, katılımcının halen yaşadığı yerleşim türünü doğrudan ölçen "yaşadığı yerleşim yeri" değişkeni (büyükşehir/şehir/ilçe/köy) modele eklenmiştir. Böylece mekânsal bağlam, hareket dinamiği yerine mevcut yerleşim bağlamı üzerinden kontrol edilerek temel bulgunun ölçüm tercihine duyarlı olup olmadığı test edilmiştir. Regresyon modellerinde, medya kullanımı ile oy tercihi arasındaki ilişkinin demografik ve davranışsal farklılıklardan bağımsız olarak değerlendirilmesi için (i) Yaş, (ii) Cinsiyet, (iii) Çalışma durumu ve (iv) Gündemi takip sıklığı değişkenleri kontrol değişkenleri olarak analize eklenmiştir.

Bağımlı değişken ikili olduğundan, analizlerde ikili lojistik regresyon kullanılmıştır. Katsayılar olasılık oranı (Odds Ratio, OR) ve %95 güven aralıklarıyla raporlanmıştır. Modeller kademeli biçimde kurulmuştur. Önce medya kullanımı ve temel kontroller, ardından mekânsal bağlam değişkeni eklenerek ana ilişkinin korunup korunmadığı değerlendirilmiştir. Model uyumu AIC/BIC ve pseudo-R^2 ölçütleri ile izlenmiş; sınıflandırma performansı için ROC/AUC ve sınıflandırma tabloları raporlanmıştır (cut-off = 0.30). Eksik veriler lojistik regresyonda liste bazında dışlama (listwise deletion) yaklaşımıyla ele alınmıştır; bu nedenle her modelin örneklem büyüklüğü, modele giren değişkenlerdeki geçerli gözlem sayısına göre belirlenmiştir. Tüm analizler Jamovi yazılımı kullanılarak yürütülmüştür.

Öncelikle çoklu doğrusal bağlantı (multicollinearity) riski VIF istatistikleri üzerinden kontrol edilmiştir; VIF değerlerinin 1'e yakın seyretmesi, modellerde ciddi bir çoklu bağlantı sorunu olmadığını göstermiştir. İkinci olarak, sonuçların az sayıda etkili gözlem tarafından sürüklenip sürüklenmediğini değerlendirmek üzere Cook's distance tanıları incelenmiştir. Cook's distance değerlerinin kabul gören eşiklerin (yaklaşık 4/N) belirgin biçimde altında kalması, bulguların sınırlı sayıdaki gözleme duyarlı olmadığını desteklemiştir.

Bulgular ve Tartışma

Örneklemde iktidar bloğuna oy verdiğini belirten 112 (%29,5), muhalefet bloğuna oy verdiğini belirten ise 268 (%70,5) katılımcı bulunmaktadır. Gündem takip kaynakları bakımından belirgin bir dijital medya ağırlığı görülmektedir. Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile araştırmanın temel değişkenlerine ilişkin dağılımlar Tablo 1'de sunulmaktadır.

Temel bağımsız değişken olan gündem takibi kaynağına dayalı kanal grupları, iktidar bloğuna oy verme olasılığını anlamlı biçimde tahmin eden başlıca değişkendir. Model sonuçları, özellikle dijital medya ağırlıklı kanal grubunun (sosyal medya ve YouTube/podcast), geleneksel medya grubuna (TV/gazete; referans kategori) kıyasla iktidar bloğuna oy verme olasılık oranını belirgin biçimde düşürdüğünü göstermektedir (ana modelde OR≈0.39). Bu bulgu,

Tablo 1
Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri ve Temel Değişkenlerin Dağılımı

Değişken	Kategori	N	%	Değişken	Kategori	N	%
Cinsiyet	Kadın	222	58,4	**Yaşadığı Yerleşim Yeri**	Büyükşehir	202	53,2
	Erkek	158	41,6		Şehir	121	31,8
Eğitim Düzeyi	İlkokul ve altı	1	0,3		İlçe	39	10,3
	Lise	26	6,8		Köy	18	4,7
	Üniversite	335	88,2	**Doğduğu Yerleşim Yeri**	Büyükşehir	183	48,2
	Lisansüstü	18	4,7		Şehir	100	26,3
Çalışma Durumu	Kamu Çalışanı	21	5,5		İlçe	74	19,5
	Özel Sektör	87	22,9		Köy	23	6,1
	Öğrenci	250	65,8	**Gündemi Takip Kaynağı**	Geleneksel Medya	64	16,8
	İşsiz	22	5,8		Dijital Medya	307	80,8
2023 Oy Tercihi	Muhalefet Bloğu	268	70,5		Kişilerarası	9	2,4
	İktidar Bloğu	112	29,5	**Yaş**	Ortalama	22,6	-

gündemi ağırlıkla dijital kanallar üzerinden takip eden genç seçmenlerin iktidara oy verme olasılığının, geleneksel medya ağırlıklı gruba göre sistematik biçimde daha düşük seyrettiğine işaret etmektedir. Buna karşılık, üçüncü kanal grubuna ilişkin karşılaştırma istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma üretmemiştir; dolayısıyla temel ayrışma, özellikle "dijital medya ağırlıklı grup" üzerinden görünür hale gelmektedir.

Ana modelde mekânsal bağlam, bireyin doğduğu yerleşimden yaşadığı yerleşime hareketinin yönünü ifade eden mobilite yönü değişkeniyle kontrol edilmiştir. Bulgular, mobilite yönünün iktidar bloğuna oy verme olasılığı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olmadığını göstermektedir. Bu durum, örneklem ve model spesifikasyonu içerisinde "yerleşim hareketinin yönünün" tek başına belirleyici bir ayrıştırıcı olmadığını düşündürmektedir. Sağlamlık analizinde ise mekânsal bağlamın alternatif bir ölçümü olarak, mobilite yönü değişkeni modelden çıkarılmış ve yerine katılımcının halen yaşadığı yerleşim türü (büyükşehir/şehir/ilçe/köy) eklenmiştir. Bu modelde "yaşadığı yerleşim türü" değişkeni güçlü bir açıklayıcı olarak görünmemekle birlikte bazı kategoriler referans kategoriye göre farklılaşmıştır. En önemlisi, bu alternatif yerleşim kontrolü altında da medya kullanımı bulgusu korunmakta ve güçlenmektedir. Dijital medya ağırlıklı grubun iktidar bloğuna oy verme olasılık oranını azalttığı bulgusu sağlamlık modelinde de devam etmektedir (OR≈0.30). Bu sonuç, ana ilişkinin mekânsal bağlamın nasıl ölçüldüğüne duyarlı olmadığını göstermesi bakımından kritiktir.

Kontrol değişkenleri içinde çalışma durumu bazı kategoriler açısından anlamlı farklılaşmalar üretmektedir; diğer bir ifadeyle, istihdam/öğrencilik gibi statüler iktidar bloğuna oy verme olasılığında referans kategoriye kıyasla farklılaşabilmektedir. Buna karşılık, yaş, cinsiyet ve gündemi takip sıklığı gibi kontrollerin etkisi model spesifikasyonuna bağlı olarak sınırlı

Tablo 2
İktidar Bloğuna (1) ve Muhalefet Bloğuna (0) Oy Verme Olasılığını Tahminleyen İkili Lojistik Regresyon Sonuçları

Tahmin Unsuru	Model 1 (Temel) OR [95% CI]	Model 2 (Kontrol) OR [95% CI]	Model 3 (Sağlamlık) OR [95% CI]
Medya Kullanımı (ref: Geleneksel Medya)			
Dijital medya (Grup 2 vs Geleneksel)	0.37** [0.18, 0.75]	0.39* [0.18, 0.84]	0.30** [0.14, 0.68]
Kişilerarası (Grup 3 vs Geleneksel)	1.23 [0.28, 5.40]	1.06 [0.22, 5.05]	0.85 [0.18, 4.05]
Yerleşim bağlamı (Model 1-2: Mobilite yönü; Model 3: yerleşim)			
Mobilite yönü: 0 vs -1	0.89 [0.48, 1.67]	0.93 [0.49, 1.77]	—
Mobilite yönü: 1 vs -1	0.74 [0.35, 1.57]	0.75 [0.34, 1.65]	—
Yerleşim tipi: Şehir vs Büyükşehir	—	—	1.36 [0.80, 2.30]
Yerleşim tipi: İlçe vs Büyükşehir	—	—	2.13* [1.02, 4.46]
Yerleşim tipi: Köy vs Büyükşehir	—	—	1.51 [0.49, 4.60]
Kontrol Grupları			
Gündemi takip sıklığı	0.95 [0.72, 1.25]	0.94 [0.71, 1.25]	0.95 [0.71, 1.27]
Yaş	—	1.03 [0.90, 1.18]	1.02 [0.89, 1.16]
Eğitim seviyesi	—	0.59 [0.30, 1.17]	—
Erkek (vs Kadın)	—	0.72 [0.44, 1.17]	0.75 [0.45, 1.24]
Belirtmek istemiyorum (vs Kadın)	—	—	0.96 [0.24, 3.95]
Çalışma durumu: Özel sektör vs Kamu	—	0.18** [0.06, 0.53]	0.28* [0.10, 0.80]
Çalışma durumu: Serbest meslek vs Kamu	—	—	0.07** [0.01, 0.45]
Çalışma durumu: Öğrenci vs Kamu	—	0.30* [0.11, 0.78]	0.35* [0.13, 0.91]
Çalışma durumu: İşsiz vs Kamu	—	0.43 [0.11, 1.62]	0.54 [0.15, 1.99]
Model fit			
N	380	380	380
Deviance	450	435	430
AIC	462	459	458
BIC	486	506	—
McFadden R^2	0.024	0.057	0.066
Nagelkerke R^2	0.040	0.095	0.110
AUC	0.577	0.660	0.678

veya istatistiksel olarak anlamsız görünmektedir. Tablo 2 ikili lojistik regresyon sonuçlarının özetini sunmaktadır.

Model tanı testleri açısından, VIF değerlerinin düşük olması çoklu doğrusal bağlantı sorununa işaret etmemekte; Cook's distance değerlerinin düşük seyretmesi ise sonuçların sınırlı sayıdaki etkili gözlem tarafından sürüklenmediğini düşündürmektedir. Dolayısıyla elde edilen bulgular, hem ölçüm alternatifi (yerleşim kontrolü) hem de etkili gözlem tanıları üzerinden genel olarak istikrarlı görünmektedir.

Bu çalışmanın bulguları, 2023 genel seçimleri bağlamında genç seçmen davranışında medya kullanımı temelli bir ayrışmanın önemine işaret etmektedir. Özellikle gündemi ağırlıkla dijital kanallar üzerinden takip eden genç seçmenlerin iktidar bloğuna oy verme olasılık oranlarının, geleneksel medya ağırlıklı gruba kıyasla anlamlı biçimde daha düşük bulunması, oy tercihleriyle bilgi kaynakları arasındaki ilişkinin güçlü bir göstergesidir. Üstelik bu ilişki, mekânsal bağlamın "mobilite yönü" olarak ölçüldüğü ana modelde de "halen yaşanılan yerleşim türü" olarak ölçüldüğü sağlamlık modelinde de korunmaktadır. Bu durum, bulgunun basitçe "kent-kır" ya da "yerleşim hareketi" ekseninde açıklanamadığını; daha çok gündem takibinin yürütüldüğü bilgi ekosistemine dair bir farklılaşmayı yansıttığını düşündürmektedir. Bu bulgu, gençlerin siyasal bilgi edinme pratiklerinde dijital platformların giderek merkezi hale geldiğini gösteren yakın dönem araştırmalarıyla aynı yöndedir (Feio & Oliveira, 2025; Pedro Farias-Batlle. et al., 2024). Türkiye özelinde Glos ve Hamm-Pütt (2023), gençlerin %52'sinin haber takibinde öncelikle sosyal medya platformlarına başvurduğunu göstermektedir. Bu yaygın dijital yönelimle birlikte değerlendirildiğinde, mevcut çalışma haber kaynaklarının genç seçmen davranışı açısından dikkate alınması gereken bir unsur olduğunu göstermektedir.

2023 seçimleri, Türkiye'de siyasal rekabetin ve kamusal tartışmanın yüksek düzeyde kutuplaştığı bir dönemde gerçekleşmiştir. Böyle bir bağlamda geleneksel medya ile dijital alan arasındaki bilgi ekosistemi ayrışması, genç seçmenlerin karşılaştığı gündemlerin, yorumların ve siyasal anlatıların da farklılaşmasına yol açmış olabilir. Geleneksel kanalların (TV/gazete) daha sınırlı ve görece homojen bir gündem üretmesine karşılık, dijital kanallar daha parçalı, etkileşimli ve çok kaynaklı bir bilgi akışına imkân vermektedir. Bu farklılık, genç seçmenlerin hangi meseleleri öne çıkardıklarını ve siyasal gelişmeleri nasıl değerlendirdiklerini etkileyerek tercihlerini farklı yönlerde pekiştirebilir. Nitekim dijital kanalları birincil kaynak olarak kullanan genç seçmenlerde iktidara oy verme eğiliminin daha düşük gözlenmesi, bu olasılıkla uyumludur. Bununla birlikte, çalışmanın kesitsel tasarımı gözlenen ilişkiyi doğrudan nedensel bir etki olarak yorumlamaya elverişli değildir. Bu örüntü, aynı zamanda bireylerin kendi siyasal yakınlıklarıyla daha uyumlu bilgi kaynaklarına yönelmesinden ve medya tercihi ile siyasal eğilimlerin karşılıklı olarak örtüşmesinden de kaynaklanıyor olabilir. Muhalefete yakın seçmenlerin dijital kaynakları daha fazla tercih etmesi de aynı bulguyu üretebilir. Mekânsal bağlama ilişkin bulgular, mobilite yönünün anlamlı bir farklılaşma üretmemesi ve mevcut yerleşim türünün de genel olarak sınırlı bir açıklayıcılık göstermesiyle birlikte değerlendirildiğinde, mekânsal konumun bu örneklemde oy tercihiyle medya kullanımı kadar sistematik bir ilişki göstermediğine işaret etmektedir.

Bununla birlikte bu sonuç, yerel siyasal bağlamın genç seçmen davranışı açısından önemsiz olduğu anlamına gelmemektedir. Türkiye'de önceki araştırmalar bölgesel, merkez-çevre ve kent-kır farklılaşmalarının seçim davranışıyla ilişkili olduğunu göstermektedir (Gündem, 2023; Taşkın, 2021). Mevcut çalışmada kullanılan büyükşehir, şehir, ilçe ve köy ayrımı ise yerleşim ölçeğini yakalamakta; belirli bir yerleşimde hangi partinin güçlü olduğu,

yerel siyasal rekabetin yapısı, mahallenin sosyoekonomik bileşimi veya seçmenin yakın çevresindeki siyasal çoğunluk gibi daha ayrıntılı bağlamsal özellikleri doğrudan ölçmemektedir. Bu nedenle gelecekte bireysel anket verilerinin yerel seçim sonuçları ve daha ayrıntılı mekânsal göstergelerle eşleştirilmesi, genç seçmen davranışındaki bağlamsal etkilerin daha doğrudan sınanmasını sağlayabilir.

Ayrıca, kontrol değişkenleri arasında çalışma durumunun anlamlı biçimde farklılaşması da dikkate değerdir. Kamu çalışanları, özel sektör çalışanları, öğrenciler ve işsiz gençler iş güvencesi, gelir beklentileri, ekonomik kırılganlık ve kamu kurumlarıyla kurdukları ilişki bakımından farklı deneyimlere sahip olabilirler. Bu farklılıklar, gençlerin ekonomik koşulları ve gelecek beklentilerini değerlendirme biçimlerine de yansıyabilir. Bununla birlikte mevcut araştırma bu mekanizmaları doğrudan ölçmediğinden, çalışma durumuna ilişkin farklılaşmanın hangi kanaldan ortaya çıktığı konusunda nedensel bir yorum yapmak mümkün değildir. Eğitim düzeyinin anlamlı bir farklılaşma üretmemesi ise eğitimin genç seçmen davranışı açısından genel olarak önemsiz olduğu şeklinde yorumlanmamalıdır. Örneklemin büyük bölümünün üniversite düzeyinde yoğunlaşması, eğitim değişkenindeki varyasyonu önemli ölçüde sınırlandırmakta ve farklı eğitim grupları arasındaki olası ayrışmaların gözlenmesini güçleştirmektedir. Son olarak, örneklemde oy tercihlerinin dengeli dağılmadığı dikkate alınmalıdır. Katılımcıların %70,5'i muhalefet bloğuna, %29,5'i ise iktidar bloğuna oy verdiğini belirtmiştir. İktidar bloğuna ilişkin tahminlerin daha az sayıda gözleme dayanması, bu gruba ilişkin tahminlerin kesinliğini görece sınırlayabileceğinden, bulguların daha geniş genç seçmen nüfusuna genellenmesinde söz konusu dağılımın göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

Sonuç

Bu çalışma, 2023 genel seçimlerinde oy kullanmış 18-30 yaş arası genç seçmenlerin iktidar bloğuna oy verme olasılığını medya kullanımı ve yerleşim bağlamı ekseninde incelemiştir. Bu amaçla, siyasal gündemin en çok hangi kaynaklardan takip edildiğini gösteren medya kullanımı değişkeni temel açıklayıcı unsur olarak ele alınmış; mekânsal bağlam ise ana modelde mobilite yönü, sağlamlık analizinde ise mevcut yerleşim türü üzerinden dâhil edilmiştir. Böylece çalışma, genç seçmen davranışında medya temelli farklılaşmanın, yerleşim bağlamı farklı biçimlerde tanımlandığında da korunup korunmadığını test etmeyi amaçlamıştır.

Elde edilen bulgular, genç seçmen davranışında en belirgin ayrışmanın medya kullanımı ekseninde ortaya çıktığını göstermektedir. Gündemi ağırlıklı olarak dijital kanallar üzerinden takip eden genç seçmenlerin, geleneksel medya ağırlıklı gruba kıyasla iktidar bloğuna oy verme olasılıklarının anlamlı biçimde daha düşük olduğu görülmüştür. Buna karşılık kişilerarası kaynaklara dayalı gündem takibi, geleneksel medya grubuna kıyasla anlamlı bir farklılaşma üretmemiştir. Mekânsal bağlama ilişkin bulgular ise daha sınırlı bir açıklayıcılığa işaret etmektedir. Mobilite yönünün istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi bulunmamış, mevcut yerleşim

türü ise yalnızca bazı kategorilerde kısmi farklılaşmalar üretmiştir. Bununla birlikte, medya kullanımına ilişkin temel bulgunun mekânsal bağlamın alternatif ölçümleri altında da korunması, gözlenen ilişkinin belirli ölçüde istikrarlı olduğunu göstermektedir.

Bu sonuçlar, seçmen davranışı literatüründeki klasik açıklamaları bütünüyle geçersiz kılmamakta, ancak onları tamamlayan önemli bir boyuta işaret etmektedir. Sosyolojik, psikolojik ve rasyonel tercih yaklaşımları, oy verme davranışının toplumsal aidiyetler, parti kimliği ve performans değerlendirmeleri gibi önemli belirleyenlerini ortaya koymuştur. Ancak bu çalışmanın bulguları, özellikle genç seçmenler söz konusu olduğunda, siyasal bilginin hangi kanallar üzerinden edinildiğinin de ayrı bir analitik önem taşıdığını göstermektedir. Özellikle dijital medya kanalı aracılığıyla gündemi takip eden genç seçmenlerin iktidar bloğuna yönelme olasılığının daha düşük olması, farklı medya ortamlarının farklı gündemler, çerçeveler ve siyasal anlatılar üretmesiyle ilişkili olduğu görünmektedir.

Öte yandan bulguların mekânsal bağlam açısından sınırlı sonuçlar üretmesi de ayrıca dikkat çekicidir. Bu durum, mekânın genç seçmen davranışında tamamen etkisiz olduğu anlamına gelmemektedir. Daha çok, bu örneklem ve kullanılan göstergeler çerçevesinde, yerleşim bağlamının medya kullanımına kıyasla ikincil bir açıklayıcı olarak kaldığını düşündürmektedir. Bu sonucun bir nedeni, genç seçmenlerin dijital ağlar aracılığıyla yerel çevrenin etkisini kısmen aşabilmeleri olabilir. Bir diğer neden ise mekânsal bağlamın, daha ayrıntılı ve çok katmanlı göstergeler yerine daha sınırlı değişkenlerle ölçülmüş olmasıdır. Dolayısıyla bu çalışma, mekânın önemini reddetmekten ziyade, genç seçmen davranışını anlamada medya temelli farklılaşmanın daha görünür bir örüntü sunduğunu ortaya koymaktadır.

Bu çerçevede çalışmadan üç temel öneri çıkarılabilir. İlk olarak, genç seçmen davranışını inceleyen gelecekteki araştırmalarda medya kullanımı daha ayrıntılı biçimde ele alınmalıdır. Farklı dijital platformların niteliği, kullanım sıklığı ve içerik türleri arasındaki ayrımlar daha sistematik biçimde analiz edilmelidir. İkinci olarak, yerleşim bağlamına ilişkin çalışmalar daha gelişkin mekânsal göstergelere yönelmelidir. Bölgesel siyasal kültür, mahalle çevresi, eğitim ve iş nedeniyle gerçekleşen hareketlilik gibi unsurlar, mekânın etkisini daha sağlıklı biçimde test etmeye katkı sağlayabilir. Son olarak, siyasal aktörler açısından bu bulgular, genç seçmenlere ulaşmada yalnızca geleneksel kampanya araçlarının yeterli olmadığını göstermektedir. Gençlerin siyasal gündemle büyük ölçüde farklı dijital bilgi ekosistemleri içinde karşılaştığı dikkate alınmalı; bu nedenle siyasal iletişim stratejileri de bu çoğullaşmış medya ortamına uyarlanmalıdır.

Sonuç olarak bu çalışma, 2023 genel seçimleri bağlamında genç seçmen davranışını anlamak için medya temelli farklılaşmanın merkezi bir analitik eksen sunduğunu, yerleşim bağlamının ise bu ilişkiyi sınayan ancak daha sınırlı etkiler üreten bir unsur olarak kaldığını göstermektedir. Bu bulgu, günümüz Türkiye'sinde genç seçmen davranışının yalnızca kimlikler, aidiyetler ya da demografik özellikler üzerinden değil, siyasetin hangi bilgi ortamları içinde deneyimlendiği üzerinden de değerlendirilmesi gerektiğine işaret etmektedir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Çalışma kapsamında önce Bartın Üniversitesi Etik Kurulundan 2025-SBB-0404 numaralı onay alınmış daha sonra katılımcılardan gönüllü katılım esasına dayalı olarak veri toplanmıştır

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

İki yazarın da çalışmaya katkısı eşit düzeydedir.

1 Bu çalışmanın 18-30 yaş grubuna odaklanması da bu nedenle tercih edilmiştir. Böylece hem ilk kez oy kullanan ya da sınırlı oy verme deneyimine sahip gençler hem de belli ölçüde seçim deneyimi edinmiş, ancak hâlâ gençlik kategorisi içinde değerlendirilebilecek seçmenler birlikte incelenebilmektedir.

2 Nitekim bu çalışma da oy verme davranışını tek tek partiler yerine iktidar bloğu ve muhalefet bloğu düzeyinde ele almaktadır. Bu tercih, 2023 seçimlerinin gerçek siyasal rekabet yapısına daha uygun bir analitik çerçeve sunmaktadır.

Çıkar Çatışması Beyanı

Çalışmada herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır

Kaynakça

Arnett, J. J. (2012). New horizons in research on emerging and young adulthood. A. Booth, S. L. Brown, N. S. Landale, W. D. Manning ve S. M. McHale (Ed.), *Early adulthood in a family context* içinde (231-244. ss.). New York: Springer. http://dx.doi.org/10.1007/978-1-4614-1436-0_15

Arzheimer, K., Berning, C., De Lange, S., Dutozia, J., Evans, J., Gould, M.ve Norman, P. (2024). How local context affects populist radical right support: A cross-national investigation into mediated and moderated relationships. *British Journal of Political Science*, *54*(4), 1133-1158. http://dx.doi.org/10.1017/S0007123424000085

Aydın, K. ve Özbek, V. (2004). Ailenin seçmen davranışları üzerindeki etkisi. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *8*, 144-167.

Aytaç, S. E. (2024). Economic voting in the 2023 Turkish general election. *Southeast European and Black Sea Studies*, *24*(2), 363-381. http://dx.doi.org/10.1080/14683857.2024.2324524

Bayır, O. ve Aslan, E. Ş. (2019). Siyasal lidere duyulan güven bağlamında seçmen davranışı üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, *7*(2), 868-901.

Biswas, A., Ingle, N. ve Roy, M. (2014). Influence of social media on voting behavior. *Journal of Power, Politics & Governance*, *2*(2), 127-155.

Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*, *18*(5), 524-538. http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2015.1008542

Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E. ve Stokes, D. E. (1960). *The American voter*. New York: John Wiley & Sons.

Chrysanthou, G. M. ve Guilló, M. D. (2024). Identifying the economic determinants of individual voting behaviour in UK general elections. *Oxford Economic Papers*, *76*(1), 267-289. http://dx.doi.org/10.1093/oep/gpad003

Çınar, T. (2007). Yerel seçimlerde kent büyüklüğü ile oy vermenin yönü arasındaki ilişki: Türkiye örneği 1963-1999. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, *62*(3), 141-165. http://dx.doi.org/10.1501/SBFder_0000002036

Dalton, R. J. (2018). *Citizen politics: Public opinion and political parties in advanced industrial democracies*. Washington, DC: CQ Press.

Downs, A. (1957). *An economic theory of democracy*. New York: Harper & Row.

Elder, E. M., Enos, R. D. ve Mendelberg, T. (2024). The long-term effects of neighborhood disadvantage on voting behavior: The 'moving to opportunity' experiment. *American Political Science Review*, *118*(2), 988-1004. http://dx.doi.org/10.1017/S0003055423000692

Ertugay, F. (2022). Türkiye'de politik kutuplaşmanın tarihsel kökenleri/kolektif hafıza. *Amme İdaresi Dergisi*, *55*(2), 27-62.

European Parliament. (2025). Youth Survey 2024. Erişim adresi https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3392

Farias-Batlle, P., Córdoba-Cabús, A. ve Gómez-Calderón, B. (2024). Young people and social networks: News consumption habits and credibility of the news. *Comunicar*, *32*(78), 155-165. http://dx.doi.org/10.58262/V32I78.13

Feio, C. ve Oliveira, L. (2025). News consumption and political participation of young people in new media: A narrative literature review. *The Communication Review*, *28*(1), 101-129. http://dx.doi.org/10.1080/10714421.2024.2419693

Fiorina, M. P. (1978). Short and Long-Term Effects of Economic Conditions on Individual Voting Decisions. *California Institute of Technology*. https://doi.org/10.7907/a850t-t9z72

Flanagan, C. ve Levine, P. (2010). Civic engagement and the transition to adulthood. *The Future of Children*, *20*(1), 159-179. http://dx.doi.org/10.1353/foc.0.0043

Franklin, M. N. (2004). *Voter turnout and the dynamics of electoral competition in established democracies since 1945*. Cambridge: Cambridge University Press.

Furtado, J. ve Flynn, L. B. (2025). Housing unaffordability and political preferences among young people in Europe. *International Journal of Comparative Sociology*, *66*(4), 606-632. http://dx.doi.org/10.1177/00207152241295976

Giuliani, M. (2022). Absolute and benchmarked economic voting: A subnational perspective on a decade of elections in Southern Europe. *South European Society and Politics*, *27*(2), 279-303. http://dx.doi.org/10.1080/13608746.2023.2202468

Glos, W. ve Hamm-Pütt, B. J. (2023). *Turkish Youth Study 2023: Executive summary*. Ankara: Konrad-Adenauer-Stiftung Türkiye.

Gündem, F. (2023). Beliefs, economics, and spatial regimes in voting behavior: The Turkish case, 2007-2018. *Humanities and Social Sciences Communications*, *10*(1), 105. http://dx.doi.org/10.1057/s41599-023-

01584-3

Gürbüz, G. ve Sayımer, İ. (2023). Türkiye'de seçmenlerin yeni medya ortamlarında siyasal katılım pratikleri. *Uluslararası İnsan Çalışmaları Dergisi*, *6*(12), 374-397.

Hafızoğlu, Y. (2021). Z kuşağı seçmen davranışları. *Eğitim ve Yeni Yaklaşımlar Dergisi*, *4*(2), 141-164.

Hutchings, V. L. ve Jefferson, H. J. (2017). The sociological and social-psychological approaches. J. Fisher, E. Fieldhouse, M. N. Franklin, R. Gibson, M. Cantijoch ve C. Wlezien (Ed.), *The Routledge handbook of elections, voting behavior and public opinion* içinde (21-29. ss.). London: Routledge.

Iyengar, S., Lelkes, Y., Levendusky, M., Malhotra, N. ve Westwood, S. J. (2019). The origins and consequences of affective polarization in the United States. *Annual Review of Political Science*, *22*(1), 129-146.

İnal, İ. H. (2023). Z kuşağının sosyal medyanın siyasi etkisine yönelik algısının sosyal medyanın oy verme davranışı üzerindeki etkisine yönelik algısına etkisi ve sosyal medyada siyasi iletişim davranışının aracılık rolü. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, *10*(92), 378-394.

Jennings, M. K. ve Niemi, R. G. (2015). *Political character of adolescence: The influence of families and schools*. Princeton, NJ: Princeton University Press. http://dx.doi.org/10.1515/9781400868797

Kiewiet, D. R. ve Rivers, D. (1984). A retrospective on retrospective voting. *Political Behavior*, *6*(4), 369-393.

Kılıç, H. İ. (2025). Türkiye'de seçmen davranışının boyutları: Etki alanları eksenindeki örüntüler ve ilişkisellikler. *Eğitim Bilim Toplum*, *21*(84), 54-87. Erişim adresi: https://izlik.org/JA43NH77BJ

Kılınç, F. ve Şener, T. (2022). Hükümet sistemleri bağlamında seçmen davranışları: Cumhurbaşkanlığı hükümet sistemi örneği. *Ekonomi, Politika & Finans Araştırmaları Dergisi*, *7*(1), 70-92. http://dx.doi.org/10.30784/epfad.1035043

Kiriş, H. M. (2006). Yerleşim biriminin seçmen tercihlerine etkileri bağlamında kent ve köy seçmenleri: Isparta kenti ve köyleri örnek olay araştırması. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *3*, 42-71.

Klopfenstein Frei, N., Wyss, V., Gnach, A. ve Weber, W. (2024). 'It's a matter of age': Four dimensions of youths' news consumption. *Journalism*, *25*(1), 100-121. http://dx.doi.org/10.1177/14648849221123385

Kocapınar, G. ve Kalaycıoğlu, E. (2024). Elections and partisanship: Analyzing the results of the 2023 general elections in Turkey. *Southeast European and Black Sea Studies*, *24*(2), 237-257. http://dx.doi.org/10.1080/14683857.2024.2311942

Lazarsfeld, P. F., Berelson, B. ve Gaudet, H. (1968). *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign (3. bs.)*. New York: Columbia University Press.

Lipset, S. M. ve Rokkan, S. (1967). Cleavage structures, party systems, and voter alignments: An introduction. S. M. Lipset ve S. Rokkan (Ed.), *Party systems and voter alignments: Cross-national perspectives* içinde (1-64. ss.). New York: Free Press.

Loader, B. D., Vromen, A. ve Xenos, M. A. (2014). Introduction: The networked young citizen: Social media, political participation and civic engagement. B. D. Loader, A. Vromen ve M. A. Xenos (Ed.), *The networked young citizen: Social media, political participation and civic engagement* içinde (1-14. ss.). New York: Routledge.

MacKuen, M. ve Brown, C. (1987). Political context and attitude change. *American Political Science Review*, *81*(2), 471-490. http://dx.doi.org/10.2307/1961962

Moral, M., Tosun, Y. ve Topçu, Ş. (2023). 2018 milletvekili genel ve Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde elit karşıtı tutumlar ve seçmen davranışı ilişkisi. *Liberal Düşünce Dergisi*, *109*, 185-218. https://doi.org/10.36484/liberal.1119338

Munir, S. (2018). Social media and shaping voting behavior of youth: The Scottish referendum 2014 case. *The Journal of Social Media in Society*, *7*(1), 253-279.

Nathan, N. L. ve Sands, M. L. (2023). Context and contact: Unifying the study of environmental effects on politics. *Annual Review of Political Science*, *26*(1), 233-252. http://dx.doi.org/10.1146/annurev-polisci-051421-012551

Österman, M. ve Brännlund, A. (2024). Unemployment, workplace socialization, and electoral participation: Evidence from Sweden. *European Sociological Review*, *40*(1), 85-98. http://dx.doi.org/10.1093/esr/jcad014

Öz Döm, Ö. ve Bingöl, Y. (2021). Türkiye'de gençlerin siyasal katılımı: Motivasyon olarak sosyal medya. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, *10*(1), 605-625. https://doi.org/10.15869/itobiad.804311

Öztürk Küçük, H. ve Toklu, İ. T. (2020). Seçimlerde oy verme davranışını ne etkiler? Z kuşağı üzerine bir araştırma. *Business & Management Studies: An International Journal*, *8*(5), 4546-4574. http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v8i5.1679

Öztürk, O. (2020). *Aile kurumunun Z kuşağının siyasal katılım davranışına etkisi.* Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı(Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Konya. Erişim adresi https://hdl.handle.net/20.500.12452/4318

Polat, C. ve Külter, B. (2011). Genç ve potansiyel seçmenler gözüyle siyasi lider özelliklerinin değerlendirilmesi: Siyasal pazarlama bakış açısıyla lise ve üniversite öğrencileri üzerine bir uygulama. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, *35*, 191-213.

Reifman, A. (2022). *Journeys through emerging adulthood: An introduction to development from ages 18-30 around the world*. New York: Routledge. http://dx.doi.org/10.4324/9781003156567

Saygılı, R. (2014). Siyasi lider söylemlerinin vatandaşların siyasi parti tercihi üzerindeki olası etkileri: 2011 genel seçimlere yönelik bir alan araştırması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *32*, 103-113. Erişim adresi: https://izlik.org/JA99JM58HB

Searing, D. D., Schwartz, J. J. ve Lind, A. E. (1973). The structuring principle: Political socialization and belief systems. *American Political Science Review*, *67*(2), 415-432.

Sears, D. O. ve Valentino, N. A. (1997). Politics matters: Political events as catalysts for preadult socialization. *American Political Science Review*, *91*(1), 45-65.

Şener, T., Balku, Y., Alkan, Y. S., Doru, S., Okudan Dernek, K. ve Zenginoğlu, S. (2023). The socio-psychological factors affecting the voting behaviour of the postgraduate politics students: A Q-methodology study. *Frontiers in Psychology*, *14*, 1218104. http://dx.doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1218104

Sloam, J. ve Henn, M. (2018). *Youthquake 2017: How the rise of young cosmopolitans in Britain could transform politics*. London: Palgrave Macmillan.Erişim adresi: https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-

319-97469-9

Southwell, P. L. (2003). The politics of alienation: Nonvoting and support for third-party candidates among 18-30-year-olds. *The Social Science Journal*, *40*(1), 99-107.

Taşkın, B. (2021). The 2019 provincial elections in Turkey: AKP's struggle to retain power vis-a-vis a revitalized CHP. *Regional & Federal Studies*, *31*(3), 461-474. http://dx.doi.org/10.1080/13597566.2020.1858811

Temel, F. (2020). Genç nüfusun seçim dönemlerinde medya kullanımı: Türkiye 31 Mart 2019 yerel seçimleri. *Erciyes İletişim Dergisi*, *7*(2), 989-1010. https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.722801

Topçuoğlu, E. ve Filiz, D. (2025). Presidential government system awareness level: A comparative evaluation among university students. *Yükseköğretim Dergisi*, *15*(1), 29-44. http://dx.doi.org/10.53478/yuksekogretim.1386762

Topçuoğlu, E., Başkol, M., Argan, M. ve Argan, M. T. (2023). The antecedents of voter loyalty and the mediation role of party attachment: A case study from Turkey. *Journal of Public Affairs*, *23*(3), e2860. http://dx.doi.org/10.1002/pa.2860

Van Der Brug, W. ve Kritzinger, S. (2025). Generations and political change. *West European Politics*, *48*(4), 846-856. http://dx.doi.org/10.1080/01402382.2025.2449794

Vromen, A., Xenos, M. A. ve Loader, B. (2015). Young people, social media and connective action: From organisational maintenance to everyday political talk. *Journal of Youth Studies*, *18*(1), 80-100.