



Z Kuşağının Siyasal Tercihlerinin Anatomisi

Anatomy of Generation Z's Political Preferences

Mehmet Kapusızoğlu ^{a*}

^a Dr. Öğr. Üyesi, Bayburt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü, Bayburt/Türkiye, mkapusiz19@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1496-1286

MAKALE BİLGİSİ

Makale Türü

Araştırma Makalesi

Anahtar Kelimeler

Siyasal Tercih

Seçmen

Kuşaklar

Z Kuşağı

Geliş Tarihi : 11 Nisan 2025

Kabul Tarihi: 14 Eylül 2025

ÖZ

Bir toplumun siyasal yapısının şekillenmesinde ve demokratik sistemlerin işleyişinde belirleyici bir unsur olan seçmen davranışları, çeşitli sosyal, ekonomik, kültürel ve psikolojik etkenlerin bir araya gelmesiyle ortaya çıkar. Bu davranışları anlamak, hem siyasal tabanını belirlemek isteyen siyasal partiler hem de toplumsal dönüşümü analiz etmeyi amaçlayan akademisyenler için oldukça önemlidir. Bu çalışma, Z kuşağının siyasal tercihlerini şekillendiren temel etkenleri ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırma, nicel yöntemle ve betimleyici tarama modeli çerçevesinde tasarlanmıştır; üniversite öğrencilerinden elde edilen verilere dayanılarak gerçekleştirilmiştir. Veri seti, siyasal tercihlere etki edebilecek 43 ifadeyi içeren Likert tipi ölçek aracılığıyla toplanmıştır. Uygulanan açımlayıcı faktör analizi sonucunda Z kuşağının siyasal tercihini etkileyen beş temel boyut belirlenmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, iktidar politikalarının Z kuşağının siyasal yönelimleri üzerinde en yüksek etkiye sahip değişkenler olduğunu ortaya koymuştur. Bununla birlikte, dijital mecralar geleneksel medya araçlarına kıyasla daha etkili bulunurken; aile, akraba, arkadaş ve öğretmen gibi geleneksel sosyalizasyon aktörlerinin etkisi görece zayıf kalmıştır.

ARTICLE INFO

Article Type

Research Article

Keywords

Political Preferences

Voter

Generations

Generation Z

Received: Apr, 11, 2025

Accepted: Sep, 14, 2025

ABSTRACT

Voter behavior, which is a crucial factor in shaping the political structure of a society and the functioning of democratic systems, is the result of a combination of various social, economic, cultural, and psychological factors. Understanding these behaviors is important both for political parties seeking to define their political base and for academics seeking to analyse social change. This study aims to identify the key factors influencing the political preferences of Generation Z. The research was designed within the framework of the quantitative method and descriptive survey model, and it was conducted based on data collected from university students. The dataset was gathered using a Likert-type scale consisting of 43 statements potentially affecting political preferences. As a result of the exploratory factor analysis applied, five main dimensions influencing the political choices of Generation Z were identified. The findings of the study revealed that government policies constitute the most influential variable on the political orientations of Generation Z. Additionally, digital media platforms were found to be more effective compared to traditional media tools, whereas the influence of conventional socialization agents such as family, relatives, friends, and teachers appeared to be relatively weak.

Extended Abstract

Aim: This study investigates the key factors influencing the political preferences of Generation Z, offering empirical insights into how young voters make electoral decisions in the digital era. Generation Z, typically defined as individuals born between the late 1990s and early 2010s, constitutes a cohort of "digital natives" who have been raised in an environment saturated with technology and social media. Their political behavior is hypothesized to diverge from traditional patterns, being less tied to long-standing party loyalties or ideological affiliations and more influenced by real-time issues, political performance, and digital information flows. Focusing on university students in Turkey, the study aims to uncover which elements most strongly shape the voting behavior of Gen Z and to rank these influences. The central research question examines the

* Sorumlu Yazar / Corresponding Author

Atıf/Cite as: Kapusızoğlu, M. (2025). Z Kuşağının Siyasal Tercihlerinin Anatomisi. *Uluslararası Ekonomi, İşletme ve Politika Dergisi*, 9(2), 679-703. <https://doi.org/10.29216/ueip.1674145>



Bu makale, [Creative Commons Atıf \(CC BY\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) lisansının hüküm ve koşulları altında dağıtılan açık erişimli bir makaledir. / This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the [Creative Commons Attribution \(CC BY\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.

relative impact of various factors—such as government policies, media, political socialization, and values—on the political decision-making of this emerging electorate.

Methods: A quantitative descriptive survey design was employed to gather data from Generation Z university students. The study population comprised 15 229 students from different faculties, with a stratified random sampling technique ensuring balanced representation across gender and academic fields. Although the minimum required sample size for a 95% confidence level was 378, the final sample included 550 students, of which 510 valid responses were analyzed after data cleaning.

The data collection tool was a self-administered questionnaire developed by the researcher. It consisted of two sections: the first gathered demographic data, and the second presented 43 Likert-type items (rated on a 1–5 scale) designed to assess the influence of various factors on political preferences. These items were derived from the literature on political behavior and tailored to reflect the context of Generation Z. To ensure content validity, the survey instrument was reviewed by subject-matter experts and pilot-tested.

Data analysis was performed using IBM SPSS (v26). Exploratory Factor Analysis (EFA) was applied to the 43 items to identify underlying dimensions influencing political preferences. The Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) measure of sampling adequacy was 0.869, and Bartlett's test of sphericity was significant ($p < 0.001$), confirming the suitability of the data for factor analysis. The EFA identified five distinct factors, selected based on eigenvalues greater than 1 and interpretability, which collectively explained 57.8% of the total variance. Reliability analysis showed that each factor had acceptable internal consistency (Cronbach's $\alpha \geq 0.74$). Descriptive statistics were then used to assess the mean influence scores for each factor.

Findings: The study identified five primary dimensions shaping the political preferences of Generation Z: (1) government policies, (2) political parties, (3) media and news sources, (4) values, and (5) political socialization. Among these, government policies emerged as the most significant factor. Young voters prioritized tangible and outcome-based policies—particularly those related to education, youth, healthcare, security, and migration. Education policy stood out as the single most influential variable, indicating that Gen Z evaluates political actors primarily based on their effectiveness in delivering practical results.

Political parties were the second most impactful factor. However, party ideology or leadership charisma were less relevant than actual performance. Respondents emphasized policy implementation and results over promises or symbolic identity, reflecting a shift toward performance-based political evaluation. This generation appears to reward accountability and effectiveness rather than traditional political branding.

The values dimension showed that religious belief and cultural identity had a moderate impact, while ethnicity and sectarian affiliation were notably less influential. This suggests a move away from collective identity politics and toward individualistic and pluralistic political reasoning. Generation Z voters tend to value universal principles and evaluate issues through a more critical, self-directed lens.

Media and news sources also played a role, although the influence varied by type. Digital media—especially internet news platforms and social media—had significantly greater impact than traditional outlets like television and print media. This aligns with Gen Z's media consumption habits, which are shaped by constant connectivity and preference for interactive, personalized content.

Political socialization, which includes the influence of family, peers, and educators, was found to be the weakest factor. Most respondents did not regard traditional socialization agents as critical

to their political beliefs. However, the influence of individual role models stood out within this dimension, indicating that Gen Z forms political opinions more autonomously, with guidance from selectively chosen figures rather than inherited views.

Conclusion: The findings point to a substantial generational shift in political behavior. Generation Z displays a pragmatic, results-oriented approach, focusing on policy performance and concrete outcomes over ideology or tradition. Unlike older generations that may have voted consistently along party lines or based on identity, Gen Z makes political choices based on relevance, credibility, and measurable effectiveness in areas that directly affect their lives. Traditional agents of political socialization appear to have lost much of their formative power, and political identities are now shaped more independently.

For political actors, this shift carries critical implications. Engaging Generation Z requires demonstrating competence, delivering tangible improvements, and communicating effectively through digital platforms. Ideological appeals and charismatic leadership alone are insufficient. Policymakers must instead prioritize performance and transparency, while also creating spaces for authentic youth participation.

This study contributes to the political science literature by providing a nuanced, empirically grounded understanding of Gen Z's political behavior. The five-factor model developed herein underscores the complexity and evolving nature of political socialization in the digital age. While the findings are rooted in the Turkish context, they carry broader relevance for understanding global trends in youth political engagement. Generation Z is not only reshaping voter behavior but also redefining the expectations and mechanisms of democratic participation in the 21st century.

1. Giriş

21. yüzyıl, teknolojik yeniliklerin ve dijital dönüşümün öne çıktığı bir dönem olarak siyaset, ekonomi ve toplumsal yaşamda derin etkiler yaratmıştır. Küreselleşme ile birlikte bilgiye erişim hızını ve iletişim biçimlerini kökten değiştiren dijital teknolojiler, bireylerin siyasal tercihlerini belirleme sürecini de dönüştürmüştür. Sosyal medya platformlarının hızla yaygınlaşması, yapay zekâ destekli algoritmalar ve bireyselleştirilmiş bilgi akışı, özellikle genç kuşakların siyasal tutumlarında önemli bir rol oynamaktadır. Bu değişimlerin merkezinde ise Z kuşağı yer almaktadır.

Z kuşağı, 1990'lı yılların sonları ile 2010'lu yılların başı arasında doğan, dijital teknolojilerle iç içe bir yaşam süren ve bu nedenle "*dijital yerliler*" olarak adlandırılan bir nesli ifade etmektedir. Bu neslin, geleneksel siyasal katılım biçimlerini sorgulayan, hiyerarşik yapılara mesafeli, bireysel özgürlükleri ön planda tutan ve küresel sorunlara karşı duyarlı bir tutum sergilediği öne sürülmektedir. Ancak, Z kuşağının siyasal tercihlerini anlamak için sadece onların bireysel değerlerine odaklanmak yetersiz kalacağından bu tercihleri dijital çağın karmaşık ilişkileri açısından da ele almak gerekmektedir.

Siyasal tercih, bireylerin bir partiye, liderine veya siyasal bir programa duydukları destekle ortaya çıkan, toplumsal yapıdan kültüre, ekonomi politikalarından bireysel çıkarılara kadar çeşitli faktörlerin etkisiyle şekillenen bir karar süreci olarak tanımlanabilir. Bu süreç, Z kuşağı için geleneksel kalıpların ötesine geçerek, kimlik politikası, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal adalet gibi günümüz değerlerine dayanan yeni bir dinamik kazanmıştır. Bunun yanı sıra, dijital medya kullanımı Z kuşağının bilgiye erişim biçimlerini şekillendirmiş ve siyasal süreçlere katılımı belirleyici bir rol üstlenmiştir.

2. Siyasal Davranış ve Siyasal Tercih

İnsan davranışlarını anlamak, siyasal davranışları açıklamak için de önemli bir zemin sunar. Davranışlar, bireyin çevresel etkiler ve içsel motivasyonlar karşısında gösterdiği tepkiler olarak tanımlanabilir. Genel davranış modellerine göre bireyin tepkileri genetik miras, öğrenme süreçleri, sosyalleşme deneyimleri ve çevresel dürtüler arasındaki etkileşimle şekillenir (Baykal, 1970: 30). Algılama süreci, bu mekanizmanın merkezinde yer alırken birey, çevreden gelen dürtüleri kendi ihtiyaç ve inançları doğrultusunda değerlendirir ve tepkiler geliştirir. Bu süreç, bireyin hem çevresini hem de kendisini değiştirme potansiyelini barındırır.

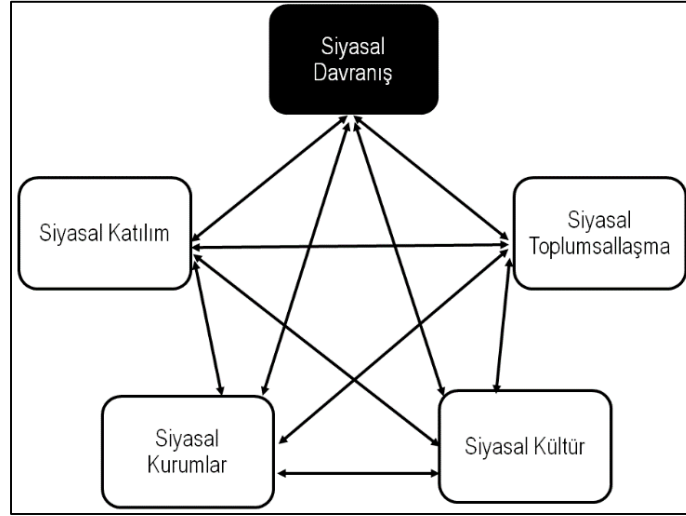
Siyasal toplumdan gelen her türlü etkilere karşı bireyin verdiği tepkileri gösteren siyasal davranış (Dursun, 2016: 213), genel davranış mekanizmasının siyasal alana özgü bir yansımasıdır. Siyasal davranışları belirleyen temel unsurlar, bireyin siyasal dürtüleri ve siyasal ön yönelimleridir. Siyasal dürtüler, bireyin çevresel ve toplumsal bağlamından kaynaklanırken, siyasal ön yönelimler bireyin inançları, tutumları ve ihtiyaçlarından beslenir. Bu unsurlar, bireyin siyasal eylemlerini ve katılım düzeyini şekillendirmektedir.

Siyasal davranış, bireylerin dünyaya ve özellikle kendi yaşamlarını etkileyen olaylara, kurumlara, aktörlere, toplumsal ve siyasi faaliyetlere yönelik tutum ve eylemlerini kapsayan bir kavramdır. Bireylerin yaşamlarını veya toplumsal ve siyasi hayatı değerlendirirken sahip oldukları inanç, kanaat, tutum ve düşüncelerin tamamını ifade eden siyasal davranış (Çaha, 2008: 2), demokratik toplumlarda yalnızca seçim dönemlerinde oy verme eylemine de indirgenemez (Schoultz, 2015: 343). Özbudun (1975: 4) ve Milbrath'a (1981: 198) göre siyasal davranış, bireylerin merkezi ya da yerel devlet organlarının kararlarını etkileme amacıyla, doğrudan kendileri veya dolaylı olarak başka kişiler aracılığıyla katıldıkları yasa dışı eylemleri de içerir. Bu tanımlamada yer alan yasa dışı faaliyetlerin siyasal davranış içinde değerlendirilmesi, siyasal davranışın yalnızca kurallara uygun etkinliklerle sınırlı olmadığını, bireylerin otoriteyi etkileme yönündeki tüm eylemlerinin bu kapsamda incelenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Bireyin davranışlarının hem kişisel hem de toplumsal nedenlere bağlı olduğu göz önüne alındığında siyasal davranış, bireyin sosyo-ekonomik ve bireysel özelliklerinden bağımsız düşünülemez. Ancak siyasal davranış yalnızca bu faktörlerle de açıklanamaz. Eğitim düzeyi, gelir durumu ve meslek gibi kişisel özelliklerin yanı sıra bireylerin belli bir toplumsal düzen anlayışına sahip olmaları da siyasal davranış üzerinde önemli bir rol oynar. Siyasal davranış, siyasal sistem ve siyasal kültür ile de doğrudan ilişkilidir. Bu nedenle toplumun sahip olduğu siyasal sistem ve siyasal kültür siyasal davranış kalıplarında farklılıklar yaratabilmektedir (Verba vd. 1978).

Birbirine bağlı çeşitli faktörlerin karşılıklı etkileşimi, bireyin siyasal davranış sürecini şekillendiren önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Toplumsal yapıda yaşanan değişimler, siyasal, sosyal ve ekonomik dinamikleri dönüştürerek bireysel davranışlar üzerinde belirgin etkiler yaratmıştır (Armağan, 1996: 101). Siyasal davranış, siyasal kültür, siyasal toplumsallaşma, siyasal katılım ve siyasal kurumlar gibi kavramlarla iç içe geçmiştir. Siyasal kültür, siyasal sistem içinde meydana gelen siyasi olaylar ve bu olaylardan etkilenen bireylerin davranışları arasında köprü işlevi görürken (Acar, 2014: 65), siyasal toplumsallaşma bireyin siyasal çevre ile etkileşim halinde olduğu ve bu etkileşim içerisinde siyasal sisteme dair inanç, tutum ve davranışlarının gelişim sürecini belirtmektedir. Siyasal katılım ise, bireylerin siyasal sistem karşısında tutumlarını ve davranışlarını yansıtan durumu göstermektedir. Milbarth ve Goel (1977) siyasal katılımı, siyaseti etkileme eylemleri olarak tanımlarken; Parry (1992) bireylerin kamusal işlerle ilgili karar alma süreçlerini etkilemek amacıyla gösterdikleri her türlü davranış ve etkinlikler tanımlaması yapmıştır. Bu açıklamalar ışığında siyasal davranışla ilgili oluşturulan kavram haritası Şekil 1'de gösterilmiştir.

Şekil 1: Siyasal Davranışla İlgili Kavram Haritası



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Siyasal tercih, bireylerin ya da toplulukların siyasi konularda, belirli amaç ya da hedeflere ulaşmak için farklı seçenekler arasında yaptıkları bir seçimdir ve siyasal davranışın bireysel ve toplumsal düzeyde anlaşılmasını sağlar. Bireylerin siyasal alandaki kararlarını ve bu kararların altında yatan nedenleri anlamaya yönelik önemli bir inceleme alanı olan siyasal tercih, bir siyasal partiye, lidere ya da ideolojiye yönelik belirli bir desteği göstermenin yanı sıra seçim davranışından sivil katılım faaliyetlerine kadar geniş bir yelpazede bireylerin siyasal katılımlarını yönlendiren temel motivasyonları ortaya koymaktadır. Siyasal tercih kavramı genellikle seçmen davranışı adı altında incelenmekte ve modern yönetim anlayışının önemli bir bileşenini oluşturmaktadır.

Siyasal tercih kavramını açıklamaya yönelik çalışmalar genellikle dört temel faktör üzerinde yoğunlaşmıştır. Bu faktörler; bilişsel, duygusal, sosyolojik ve ekonomik faktörlerdir. Bireylerin bilgi düzeyi, algılama yetenekleri ve siyasal konular hakkındaki farkındalıkları bilişsel faktörlerdir. Aile, eğitim, din, ırk, sosyal sınıf ve kültür gibi özellikler ise bireylerin siyasal yönelimlerini çoğu zaman belirleyici bir biçimde etkileyen sosyolojik öğeleri oluşturur. Siyasal tercihlerin ardında sadece rasyonel değil, aynı zamanda duygusal faktörler de yatar. Bir liderin karizması, belirli bir partiye yönelik duyulan sempati ya da bir ideolojinin şahsi değerlerle özdeşleştirilmesi, bireylerin siyasal tercihlerini şekillendirebilir. Ayrıca ekonomik çıkarlar, siyasal tercihlerin şekillenmesinde büyük ölçüde etkili olabilmektedir. Bireyin kendi ekonomik durumu ya da ulusal ekonomiye dair algıları hangi partiye ya da ideolojiye yöneleceğini etkileyebilir.

Bireylerin ve grupların siyasal alandaki tutum ve davranışlarını açıklamaya yönelik çeşitli teorik yaklaşımlar bulunmaktadır. Bu yaklaşımlar; sosyolojik yaklaşım, psiko-politik yaklaşım ve rasyonel tercih yaklaşımı olmak üzere üç grupta incelenebilir.

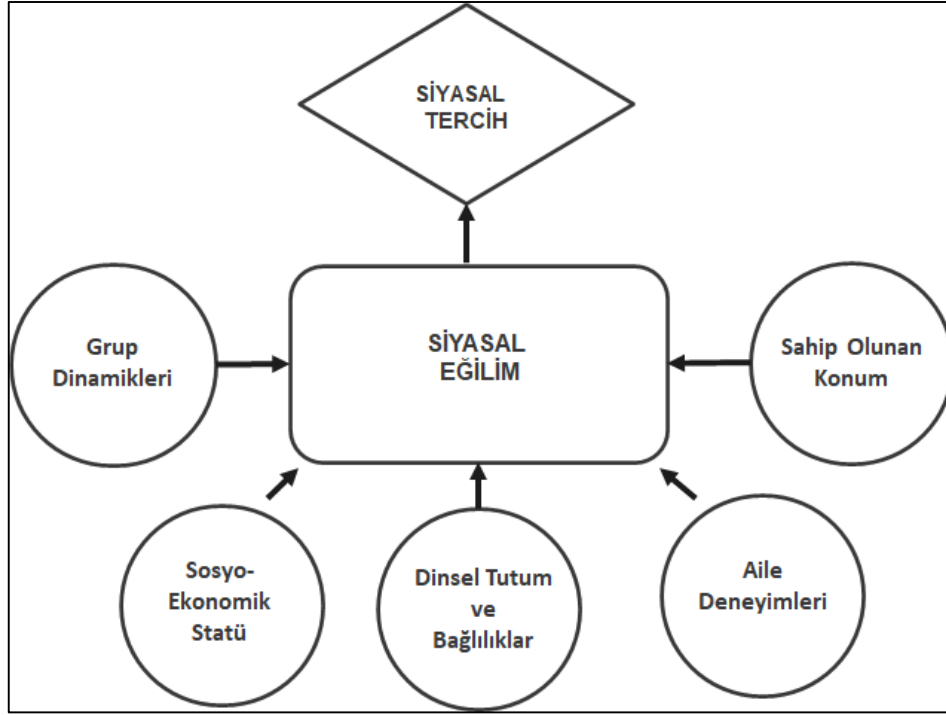
2.1. Sosyolojik Yaklaşım

Sosyolojik yaklaşım, bireylerin siyasal tercihlerinin toplumsal yapı ve grup dinamikleri tarafından belirlendiğini savunmaktadır (Damlapınar ve Balcı, 2014: 105). Bu yaklaşım, seçmenlerin davranışlarını açıklamak için bireylerin sosyal sınıf, etnik köken, dini bağlılık, mesleki durum ve yaşadıkları coğrafi bölge gibi sosyolojik değişkenlere odaklanırken toplumsal yapının belirleyiciliği, grup dinamiklerinin rolü ve makro ekonomik etkenler gibi temel varsayımlara dayanmaktadır.

Sosyolojik yaklaşımın temelleri, Columbia Üniversitesinde yapılan bir çalışmaya dayanmakta ve literatürde Columbia Yaklaşımı olarak da bilinmektedir. Çalışma, ABD’de 1940 yılı başkanlık seçimleri sürecinde 3000 kişiyle yapılan görüşmelerden elde edilen verilerle, başkanlık

kampanyasının seçmen tercihleri üzerindeki etkilerini incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre bireylerin siyasal tercihlerinin sosyal kimlikler, din, etnik köken, aile yapısı, mesleki statü, çevre ve yaşam alanları gibi faktörlerle şekillendiği gözlemlenmiştir (Kalender, 2000: 52).

Şekil 2: Sosyolojik Yaklaşım Modeli



Kaynak: Berelson, Lazarsfeld ve McPhee (1954: 113)'den uyarlanmıştır.

Sosyolojik yaklaşıma göre bireyler, içinde bulundukları grup veya çevreden dışlanma korkusu nedeniyle toplumsal normlardan tamamen bağımsız hareket edemez ve aile, akran grupları, dini cemaatler gibi bireyin dahil olduğu sosyal gruplar, siyasal tercihlerin oluşmasında doğrudan etkilidir (Şener ve Çağla, 2020: 518). Bu açıdan, siyasal eğilimler genellikle nesiller boyunca aktarılır ve bireyler içinde bulundukları grup normlarına uygun davranışlar sergilerler.

Günümüz şartlarında siyasal tercihi belirleyen özelliklerin sosyolojik yaklaşımın öngördüğü varsayımlarla açıklamak yanlış olmasa da yetersiz kalmaktadır. Birey, demokratik sistemlerde özgür bir statüde yer alırken, kendi beklentileri doğrultusunda içinde bulunduğu grup veya toplumsal sınıftan farklı bir siyasal tercihte de bulunabilmektedir (Dursunoğlu, 2018: 26).

2.2. Psiko-Politik Yaklaşım

Psiko-Politik yaklaşım, bireylerin siyasal tercihlerinin psikolojik faktörler, duygusal bağlar ve kişisel eğilimler çerçevesinde şekillendiğini savunmaktadır. Bu yaklaşım, bireylerin parti aidiyetlerini, liderlere karşı duydukları sempatiyi ve siyasal olaylara verdikleri duygusal tepkileri merkezine alırken siyasal tercihleri irrasyonel olarak değil, daha çok psikolojik sebeplerle duygusal ve alışkanlıklara dayalı olarak açıklamaya çalışmaktadır.

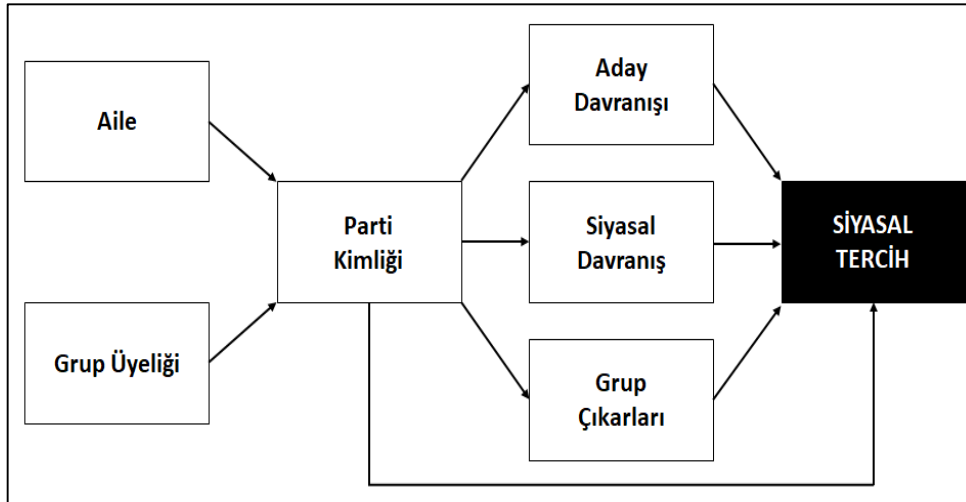
Siyaset biliminde alan araştırmalarının artışı ile birlikte bireysel verilere ulaşımın kolaylaşması psiko-politik yaklaşımın literatürdeki önemini artırmıştır. Michigan Üniversitesi'nde 1950'lerde faaliyet gösteren Ulusal Seçim Araştırmaları Merkezi'nde Campbell, Converse, Miller ve Stokes'un 1960 yılında yayınladıkları "*The American Voter*" adlı çalışma, bu alanda çığır açıcı bir eser olarak kabul edilmiş ve Michigan Yaklaşımı olarak isimlendirilmiştir. Ayrıca parti kimliğine yaptığı vurgu nedeni ile Parti Kimliği Modeli olarak da bilinmektedir.

Campbell ve arkadaşlarının geliştirdiği yaklaşımın temel varsayımı, bireylerin partizan tercihlerinin, psikolojik güçler alanını oluşturan faktörlerin yönü ve gücüyle belirlendiğidir. Bu çerçevede, seçmenlerin tutumlarının yönü ve yoğunluğunun ölçülmesi, onların oy verme davranışlarını tahmin etmek için kullanılabilir (Campbell ve diğerleri, 1960: 9). Parti kimliği modeli, bireylerin siyasal tercihini açıklayan önemli bir teori olarak, oy vermeye araçsal bir perspektiften ziyade bireylerin siyasal partilere duyduğu psikolojik bağlılığa odaklanmaktadır. Bu modele göre seçmenler, bir siyasal partiyi “*kendi partileri*” olarak gören, partiyi sürekli destekleyen ve kendilerini partiyle özdeşleştiren bireylerdir. Bu bağlamda, seçmenlerin oy verme davranışı, liderlerin özellikleri, seçim kampanyaları veya medya etkisi gibi faktörlerden kaynaklanan bilinçli bir hesaplama değil ziyade partizanlık duygusunun bir yansımasıdır (Heywood, 2014: 312).

Psiko-Politik yaklaşım, gruplardan ziyade bireyleri odağa alarak, seçmenlerin küçük yaşlardan itibaren aile ve çevrenin etkisiyle siyasal sosyalleşme sürecine girdiğini ortaya koymuş, bu süreçte kazanılan siyasal tutum ve ideolojik eğilimlerin, bireylerin gelecekteki siyasal parti tercihlerine yön verdiğini (Akgün, 2002: 26) ve kişilerin herhangi bir partiye karşı psikolojik bağlılık duyduğunu iddia etmiştir (Kalender, 2005: 46). Türkiye’de bazı seçmen gruplarının aileden gelen siyasal geleneği devam ettirerek tercih yapmaları ya da seçim dönemlerinde sıkça dile getirilen “*kemik oy*” söylemi, partiyle özdeşleşme yaklaşımının bir yansıması olarak değerlendirilebilir (Aktaş, 2021: 942).

Psiko-Politik yaklaşıma göre bireyler, genellikle erken yaşlarda geliştirdikleri siyasal kimliklere bağlı olarak oy verirler. Bu kimlik, bir partiye karşı duyulan uzun süreli bağlılık hissini ifade eder. Michigan Modeli, bireylerin parti aidiyetini, siyasal tercihlerin en güçlü belirleyicisi olarak görmektedir. Evans (2004: 23-24), bu yaklaşımı yalnızca belirli bir zaman dilimi veya seçim dönemiyle sınırlı bir analiz olarak değil, bireylerin sosyal profillerini ve ulusal düzeydeki tutumsal eğilimlerini kapsayan, seçmenlerin siyasal yaklaşımlarını, siyasal yaşam süreçlerini, oy tercihlerini ve çocukluktan yetişkinliğe uzanan deneyimlerini içeren dinamik bir süreç olarak ele almaktadır.

Şekil 3: Psiko-Politik Yaklaşım Modeli



Kaynak: Harrop ve Miller (1987:132)

Ancak bu yaklaşım, özellikle 1970’lerden itibaren birçok teorisyen ve araştırmacı tarafından eleştirilmiştir. Michigan Modeli’nin seçmen davranışını indirgemeci ve yüzeysel biçimde açıklamaya çalıştığı, bireylerin politik tutumlarını çok daha karmaşık, çok katmanlı ve bağlamsal süreçler içinde biçimlendirdiği yönünde argümanlar geliştirilmiştir. Bu çerçevede maksimalist olarak tanımlanabilecek alternatif yaklaşımlar ortaya çıkmıştır. Maksimalist yaklaşımlar, seçmen davranışını yalnızca psikolojik bağlılıklar ya da partizan sadakatler üzerinden değil; rasyonel hesaplamalar, sınıfsal çıkarlar, ideolojik yönelimler, kimlik politikaları ve kültürel sermaye gibi

daha yapısal ve çok boyutlu dinamikler üzerinden analiz etmeye çalışmıştır. Benzer biçimde, Marksist ve yapısalcı yaklaşımlar, seçmen davranışının toplumsal sınıf yapıları, üretim ilişkileri ve ideolojik aygıtlar tarafından biçimlendirildiğini ileri sürmüşlerdir. Bu yaklaşıma göre, bireylerin politik tutumları ve yönelimleri, onların sınıfsal konumları ve bu konumlara ilişkin bilinç düzeyleriyle doğrudan ilişkilidir. Nicos Poulantzas gibi teorisyenler, siyasal tercihin bireyin sınıf pozisyonuyla bütünleşen ideolojik konumlanışın bir sonucu olduğunu savunur (Poulantzas, 1975). Bu çerçevede oy verme davranışı, sadece bireysel değil, aynı zamanda tarihsel ve yapısal süreçlerin ürünüdür. Bourdieu ise seçmen davranışını açıklarken ekonomik sermayenin yanı sıra kültürel ve sembolik sermaye unsurlarını da dikkate alır. Bourdieu'nün kuramında, bireyin sahip olduğu habitus yani toplumsal pratikleri algılama ve değerlendirme biçimi, onun siyasal tercihlerinde önemli bir rol oynamaktadır (Bourdieu, 1984). Bu yaklaşım, Michigan Modeli'nin bireyleri homojenleştirici tutumuna karşılık, seçmen davranışının çok katmanlı sosyal bağlamlar içinde şekillendiğini ileri sürmektedir. Ayrıca, post-materyalist değerlerin yükseldiği günümüzde, seçmen davranışını yalnızca geleneksel sınıf aidiyetleri ya da partizan kimlikler üzerinden açıklamak giderek yetersiz hale gelmektedir. Ronald Inglehart'ın ileri sürdüğü gibi, bireyler artık ekonomik güvenceden ziyade ifade özgürlüğü, çevre duyarlılığı ya da toplumsal eşitlik gibi değerleri önceleyerek oy verebilmektedir (Inglehart, 1990). Bu değer odaklı tercihler, Michigan Modeli'nin öngördüğü durağan partizan kimlik anlayışıyla çelişmekte ve seçmen davranışının daha esnek, değişken ve çok boyutlu bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir.

2.3. Rasyonel (Ekonomik) Tercih Yaklaşımı

Rasyonel tercih yaklaşımı, Jeremy Bentham tarafından başlatılan faydacılık anlayışına dayanmaktadır. Bu anlayış, beklenen fayda teorisi olarak bireylerin karar verirken sadece belirli sonuçlara yönelik tercihlerini değil, aynı zamanda bu sonuçların gerçekleşme olasılıklarını da dikkate aldığını kabul eder. Rasyonel tercih yaklaşımı, bireylerin siyasal tercihlerinin fayda-maliyet analizine dayandığını ve seçimlerini rasyonel bir süreç sonunda gerçekleştirdiklerini savunurken özellikle ekonomik davranışları ve sosyal etkileşimleri anlamada önemli bir çerçeve sunmaktadır. Bu yaklaşım, bireylerin kendi çıkarlarını maksimize etmek için bilinçli tercihler yaptıklarını varsayar. Bu varsayıma dayanarak, bireylerin siyasal tercih süreçlerinde de benzer bir yaklaşımın etkili olduğu düşünülmektedir. Diğer bir deyişle, siyasal tercihleri ekonomik bir perspektiften ele alan bu modele göre, bireyler, kendi çıkarlarına en uygun şekilde hizmet edeceğini düşündükleri aday veya partiye oy vermeyi tercih etmektedir (Teyyare ve Avcı, 2016: 53).

Rasyonel tercih yaklaşımı, bireylerin seçimlerini etkileyen sosyal ve psikolojik faktörleri göz ardı etmeden, daha çok ekonomik ve mantıksal bir çerçeve sunmaktadır. Yaklaşımın temel dayanağı, bireylerin seçimlerinde rasyonel bir şekilde hareket ettiği, yani hangi seçeneğin kendilerine en yüksek faydayı sağlayacağını düşündüklerine göre karar verdiklerini savunur. Downs, bireylerin siyasal tercihlerini, çeşitli alternatifler arasından kendilerine en fazla fayda sağlayanı dikkate alarak belirleyeceklerini ifade etmiştir (1957:49-50). Rasyonel tercih yaklaşımına göre, seçmenler ekonomik çıkarları ve hedefleri doğrultusunda oy kullandıkları için iktidar partileri, beklenen refahı sağladıklarında popüler olmakta, ancak bunu sağlayamadıklarında suçlanmaktadırlar (Johnston ve Pattie, 2001: 470).

Rasyonel tercih yaklaşımının siyasal tercihi açıklamada yetersiz kaldığını belirtenler de bulunmaktadır. Whiteley'e göre (2022: 143); rasyonel tercih yaklaşımı, bireylerin her zaman tam bilgiye sahip olduğunu ve mantıklı kararlar aldığını varsayar. Ancak, gerçekte bilgi eksikliği, duygusal faktörler ve sosyal baskılar bireyin tercihini etkileyebilecek niteliktedir. Benzer şekilde bir bireyin seçimlerde tek bir oyu bulunmaktadır ve bu oy seçim sonucunu nadiren etkilemektedir. Bu nedenle, seçmenlerin zaman ve enerji harcayarak rasyonel bir analiz yapması yerine duygusal ya da alışkanlık temelli oy vermesi olasıdır. Aynı şekilde bazı seçmenler için ideolojik bağlılık veya grup kimliği, bireysel fayda analizinden daha öncelikli olabilir. Bu nedenle rasyonel tercih yaklaşımı,

siyasal tercihi açıklamada önemli bir yaklaşım olmakla birlikte, tek başına tüm seçmen tercihlerine ışık tutmada yetersiz kalabilmektedir.

3. Siyasal Tercihi Etkileyen Faktörler

Siyasal tercih, bireylerin seçimlerde hangi partiyi, adayı veya politikayı tercih edeceklerini belirleyen bir dizi psikolojik, sosyal, ekonomik ve kültürel faktörün birleşimiyle şekillenmektedir. Bugüne kadar yapılan araştırmalara göre (Merrifield, 1993; Özkan, 2004; Kalender, 2005; Pacheco, 2008; Burden, 2009; Özsoy, 2009; Altan ve Kapusızoğlu, 2017; Çetin ve Coşkun, 2019; Kernell ve Lamberson, 2023) siyasal tercihi etkileyen faktörler, bireysel özelliklerden toplumsal yapıya kadar geniş bir yelpazeye yayılmaktadır.

Seçmenlerin yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi, gelir durumu, meslek ve etnik köken gibi sosyo-demografik özellikleri, onların siyasal tercihlerini önemli ölçüde etkilemektedir. Genç seçmenler genellikle daha yenilikçi, değişim yanlısı ve toplumsal olaylara duyarlı olabilirken, yaşlı seçmenler geleneksel değerlere daha fazla sahip çıkmakta ve tutucu bir yaklaşım sergilemektedirler (Kışlalı, 2018: 162; Altan, 2011: 322). Eğitim seviyesi arttıkça, bireylerin politik tutumları belirginleşerek eleştirel düşünme becerileri artmaktadır (Almond ve Verba, 1963: 318). Paskert'in çalışmasında, eğitim düzeyinin siyasal tercihi etkileyen önemli bireysel değişkenlerden biri olduğu sonucuna ulaşılmış ayrıca, eğitim seviyesi yüksek olan bireylerin, siyasi süreçlere daha fazla katılım gösterdiği ve oy verme olasılıklarının daha yüksek olduğu belirtilmiştir (Paskert, 2014).

Cinsiyet de siyasal tercihi etkileyen bir diğer faktördür. Küçük ve Toklu (2022) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada, dindarlığın rasyonel oy verme davranışı üzerindeki etkisi incelenmiş, bireylerin cinsiyetlerinin siyasal tercih üzerinde önemli bir faktör olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Kışlalı (2018: 177), Batı ülkelerinde yapılan araştırmalara dayanarak, erkeklerin genellikle laik ve sol partilere yöneldiğini, kadınların ise daha çok muhafazakâr ve dini temelli partileri tercih ettiğini ifade etmiş, ayrıca kadınların genellikle büyük ve güçlü partilere yönelme eğiliminde olduklarını ve siyasi istikrar sağlama olasılığı yüksek partileri desteklediklerini belirtmiştir.

Ekonomik koşullar, siyasal tercihin önemli bir belirleyicisidir. Bireylerin yaşam standartları, ülkede yaşanan işsizlik oranı, enflasyon ve ekonomik büyüme gibi faktörler, siyasal tercihleri doğrudan etkileyebilir. Ekonomik kriz dönemlerinde, seçmenler hükümetin ekonomi politikalarını sorgulayabilir ve alternatif partilere yönelme eğiliminde olabilirler. Bloom ve Price'e göre (1975: 69), gelirin reel olarak düştüğü dönemlerde seçmenler ekonomik kaynaklı oy verme eğilimine girmekte, gelirin arttığı dönemlerde ise bu eğilimler azalmaktadır. Seçmen tercihinin yönelik yapılan araştırmalarda özellikle sanayileşmiş Batı toplumlarında çiftçi ve işçi gibi alt gelir düzeyine sahip bireylerin sol partilere; işveren, yönetici gibi üst gelir düzeyinde yer alan bireylerin ise sağ partilere oy verdikleri tespit edilmiştir (Lipset, 1986: 219).

Siyasal tercih üzerinde etkili olan bir başka unsur sosyal faktörlerle ilişkilidir. Bireyin içinde doğup büyüdüğü aile ve arkadaş çevresi gibi sürekli birlikte yaşadığı sosyal gruplar siyasal tercih üzerinde etkili bir faktör olabilmektedir. Özellikle aile, genç yaşlarda bireyin dünya görüşünü ve siyasi eğilimlerini belirlemede büyük rol oynamaktadır. Ailede anne-baba-çocuk arasında siyasal bilgi alışverişinin olması, çocukların küçük yaşta bir siyasal partiyi tercih etmelerinin yanı sıra seçilen partinin anne-babanın desteklediği siyasal parti olma olasılığını da arttırmaktadır (Karakoç, 2000: 39). Bunun dışında arkadaş grupları, iş çevresi ve sosyal medya gibi etkileşim alanları da siyasal tercih üzerinde etkili olabilmektedir.

Siyasal tercih üzerinde bir diğer önemli faktör ise, bireylerin siyasi kimlikleri ve ideolojileridir. Turner-Zwinkels'in önderliğinde Amerika'da yapılan bir araştırmada, siyasi kimlik ve inanç sistemlerinin, bireylerin grup içindeki ve dışındaki partilere karşı duygu durumlarını nasıl şekillendirdiği incelenmiştir. Araştırma, siyasi kimliğin grup içindeki bireyleri olumlu, grup dışındaki bireyleri ise olumsuz bir şekilde değerlendirme eğiliminde olduğunu ortaya koymuştur (Turner-Zwinkels vd, 2023). Seçmenlerin hangi partiye oy vereceği, genellikle ideolojik tercihlere

dayalıdır. Parti kimliği, seçmenlerin bir partiyi kendine yakın hissetmeleri ve partinin sunduğu politikaları benimsemeleriyle oluşur. Ayrıca, bireyler genellikle kendilerini belirli bir ideolojik grupta (örneğin; sağcı, solcu vb.) tanımlayabilirler. Seçmenlerin büyük bir kısmı, siyasi tercihlerini benimsedikleri ideoloji doğrultusunda belirlemektedir. Ancak, ideolojiye olan bağlılık her zaman derinlemesine bir bilgiye dayanmayabilir; buna rağmen bireyin siyasi kimliğini ve siyaset algısını şekillendirmede önemli bir rol oynamaktadır (Güllüpinar, 2010: 89).

Dini inançlar ve kültürel değerler, bireylerin siyasi tercihlerinde önemli bir yer tutar. Din, özellikle muhafazakâr toplumlarda, seçim kararlarını etkileyen temel faktörlerden biridir. Dini inançların siyasi partilerin söylemleriyle örtüşmesi, dini değerleri savunan partilerin daha fazla destek almasına yol açabilir. Kültürel kimlikler ve etnik farklılıklar da toplumsal kutuplaşmayı artırabilir ve bunun sonucu olarak seçmen tercihlerini şekillendirebilir. Bunun yanı sıra televizyon, internet, sosyal medya ve gazeteler gibi kitle iletişim araçları, seçmenlerin bilgi edinme biçimlerini şekillendiren önemli bir faktördür (Temel, 2013: 250). Medya, politik olaylara, adaylara ve partilere dair halkın algısını değiştirebilme yeteneğine sahipken belirli bir parti veya aday lehine tutum alması da seçmen tercihlerini etkileyebilmektedir. Özellikle sosyal medya platformları, genç seçmenlerin siyasi tercihleri üzerinde önemli bir rol oynamaktadır.

Siyasal tercih üzerinde etkili olan bir başka faktör ise toplumsal hareketlerdir. Kadın hakları, çevrecilik, sosyal adalet gibi konularda toplumsal farkındalık arttıkça, seçmenler bu meseleleri savunan partilere daha fazla ilgi gösterebilmektedir. Değişim isteyen ve toplumsal adalet arayan seçmenler, genellikle mevcut düzeni eleştiren partilere yönelmektedir.

Ülkede uygulanan seçim sistemi de (çoğunluk, nispi temsil vb.) siyasi tercih üzerinde etkili olabilmektedir. Örneğin, çoğunlukçu seçim sistemlerinde seçmenler, genellikle iktidara yakın partilere oy verirken, nispi temsil sistemlerinde daha küçük partilere ve bağımsız adaylara yönelmektedir. Ayrıca, seçim kampanyalarında kullanılan vaatler, propaganda yöntemleri ve adayların söylemleri de seçmenleri etkileyebilir.

Seçim zamanı, sosyal ve ekonomik durumlar gibi geçici faktörler de seçmen tercihinin etkileyebilir. Bir seçim öncesinde yaşanan büyük bir doğal felaket, ekonomik kriz ya da siyasi skandallar, seçmenlerin tercihlerini hızla değiştirebilir. Ayrıca, partilerin o dönemdeki performansı, gündemdeki siyasi olaylar ve toplumun ruh hali de tercihleri etkileyebilmektedir.

Siyasal partiler ve gösterdikleri adaylar da seçmen tercihinin etkileyen bir başka faktördür. Siyasal partilerle ilgili olarak; parti lideri, parti tipi, parti programı, icraatlar, vaatler ve söylemler, teşkilat yapısı gibi farklı özellikler seçmen tercihinde etkili olabilmektedir (Gündoğdu, 2021). Seçmen davranışını açıklamaya yönelik yapılan çalışmalarda aday imajının önemli bir faktör olduğu, seçmenlerin gözü kapalı oy vermek yerine destekleyecekleri adayları yakından tanımak istedikleri ortaya çıkarılmıştır (Uztuğ, 2004: 66). Özellikle yerel seçimlerde partilerin gösterdikleri adaylar seçmen açısından en önemli tercih sebebi olarak görülmektedir (Çaha vd., 2002: 139).

4. Siyasetin Yeni Aktörleri: Z Kuşağı

Tarihsel süreç içinde toplumsal yapılar siyasi, kültürel ve sosyal olarak değişime uğramıştır. Geleneksel toplumlar değişimlere karşı direnç gösterirken modern toplumlar değişimin bir gereksinim olduğunu kavrayarak sürekli bir yenilik arayışı içinde bulunmuşlardır. Bu değişim içerisinde yeni kuşaklar kendi dönemlerinde var olan toplumsal dinamikler ekseninde yeni davranış kalıpları geliştirmişler ve önceki kuşaklardan farklılaşmışlardır. Bu farklılıklar, bireylerin değer yargılarını, hayat anlayışlarını, iletişim biçimlerini ve siyasi tercihlerini şekillendiren temel unsurlar arasında yer almaktadır.

Demokratik sistemlerde seçmen davranışları, toplumsal dinamikler ve demografik değişimlerle doğrudan ilişkilidir. Siyasal katılımın temel unsurlarından biri olan seçimler, bireylerin

siyasal tercihlerinin somutlaştığı mekanizmalar olarak işlev görmektedir. 21. yüzyılın siyasal atmosferinde belirleyici hale gelen genç seçmenler, özellikle Z Kuşağı olarak tanımlanan kesim, seçim sonuçları üzerinde giderek daha büyük bir etkiye sahip olmaktadır. Türkiye özelinde incelendiğinde, bu kuşağın siyasal tercihleri, mevcut siyasal yapıya duydukları güven, oy verme eğilimleri ve dijitalleşmenin etkisi gibi faktörler, seçim süreçlerini derinden etkilemektedir.

Bazı çalışmalarda 1997-2012 yılları arasında doğan (Chung ve Kim, 2020) bazılarında ise 1990 sonrası doğan bireyleri (Pekel vd, 2020: 2) tanımlamak için kullanılan Z kuşağı kavramı, son dönemlerde önemli bir çalışma konusu haline gelmiştir. Özellikle sosyoloji, eğitim, siyaset bilimi ve işletme alanlarında araştırmacıların ilgisini çeken Z kuşağı, geleceği değiştirme potansiyeli yüksek bir kuşak olarak görülmüş ve dijital dünya ile iç içe büyüyen bir nesil olarak tanımlanmıştır (Prensky, 2001). Bu kuşak üzerine yapılan çeşitli araştırmalar, bu neslin bazı temel özelliklerini ortaya koymaktadır. Seemiller ve Grace'e (2016) göre Z kuşağı, açık fikirli, düşünceli ve çeşitliliğe değer veren bireylerden oluşmaktadır. Auslander (2024), bu kuşağın kendini gerçekleştirmeye odaklandığını ve başkalarını etkileme isteği taşıdığını belirtmektedir. Singh'e (2014) göre ise Z kuşağı, özgüvenli olmasına rağmen tam anlamıyla olgunlaşmamış, korunmuş bir yapıya sahip olduğu için zaman zaman şımarık olarak değerlendirilebilmektedir.

Z Kuşağı'nın, küreselleşmenin etkileriyle büyüyen, çok kültürlü bir dünyaya açık olan, bilgiye hızlı erişim imkânı sayesinde sorgulayan, eleştirel düşünen ve özgün fikirler geliştiren bireylerden oluştuğu söylenmektedir (Kan ve Mert, 2024: 777; Priporas vd, 2017). Bu neslin en önemli özelliği teknoloji ile olan sürekli etkileşimidir. Akıllı telefonlar, yapay zekâ destekli sistemler ve sosyal medya platformları onların temel bilgi kaynaklarını oluşturmaktadır (Schwieger ve Ladwig, 2018: 46). Ayrıca, internet ve sosyal medya üzerinden aktif bir şekilde etkileşimde bulunarak farklı görüşleri takip edebilmekte ve siyasal gündemi yakından izleyebilmektedirler.

Z Kuşağı'nın bir başka özelliği, bireyselliğe ve kişisel özgürlüğe verdiği önemdir. Daha çok bireysel başarıya odaklanmaları ve kendi kimliklerini özgürce ifade edebilme istekleri, geleneksel otoriteye ve merkeziyetçi yapılara karşı eleştirel bir tutum takınmalarına neden olabilmektedir (Twenge, 2018). Çevresel sorunlara, insan haklarına ve toplumsal adalete duyarlı olan bu nesil, kapsayıcı ve eşitlikçi politikaları destekleme eğilimi göstermektedir (Deloitte, 2022: 3). Z Kuşağı, aynı zamanda geleneksel çalışma hayatına dair algıları da değiştirmektedir. Uzaktan çalışma modellerine, girişimcilğe ve esnek çalışma saatlerine olan ilgileri, önceki kuşaklardan farklı bir profesyonel dünya görüşü oluşturmalarına yol açmıştır (Görmez, 2021: 516). Z Kuşağı'nın eğitim ve kariyer tercihleri de önceki nesillerden farklılık göstermektedir. Harvard Business Review tarafından yayımlanan bir çalışmaya göre, bu nesil, yalnızca maddi kazanç sağlamak yerine kişisel gelişim, anlamlı çalışma ve toplumsal fayda üretme gibi unsurları ön planda tutmakta (Panwar ve Mehta, 2019) bu durum onların hem akademik hem de mesleki alandaki tercihlerini de şekillendirmektedir.

Türkiye'de Z Kuşağı, nüfusun önemli bir kısmını oluşturmaktadır. 2023 yılı TÜİK verilerine göre Türkiye'de 12 milyon 935 bin Z Kuşağı bireyi bulunmakta bunların 1 milyon 260 bini 18 yaşını yeni tamamlamış seçmenlerden oluşmaktadır (TÜİK, 2024). Türkiye'deki toplam seçmen sayısının 2024 yılı mahalli idare seçimlerinde yaklaşık 61 milyon olduğu dikkate alındığında Z kuşağı bireyleri toplam seçmen sayısının yaklaşık %20'sine tekabül etmektedir (YSK, 2024). Seçmen olarak değerlendirildiğinde, ilk kez oy kullanacak bireylerin sayısının her seçimde arttığı ve bu durumun seçim sonuçları üzerinde belirleyici bir etki yarattığı görülmektedir.

Z kuşağının siyasal davranışları üzerine yapılan çalışmalarda demografik özellikler dışında sosyal medyanın siyasal tercihler üzerinde büyük bir etkisi olduğu görülmüştür. Biswas, Ingle ve Roy'un (2014) araştırmasına göre sosyal medya, genç seçmenlerin oy verme davranışlarını etkilemektedir. Benzer şekilde, Munir'in (2018) çalışması, 2014 İskoçya referandumunda sosyal medyanın gençlerin seçim tercihlerinde belirleyici bir rol oynadığını ortaya koymuştur. Türkiye'de de Z kuşağının siyasal davranışları üzerine yapılan çalışmalarda da Z kuşağı bireylerinin sosyal

medyayı aktif bir şekilde kullanarak siyasi görüşlerini ifade ettikleri ve bu durumun onların seçimlerdeki davranışlarını etkilediği ortaya çıkarılmıştır (Hafızoğlu, 2021).

Türkiye’de genç seçmenler üzerinde yapılan çalışmalarda özellikle 18-25 yaş grubu seçmenlerinin daha çok radikal partilere oy verdiği (Altan, 2011: 323), seçim sürecinde adayın sosyokültürel kimliğinin ve mevcut konumunun önemsiz olduğu (Damlapınar ve Balcı, 2005: 70), siyasi tercihlerinde referans gruplarından etkilendikleri (Kışlalı, 2018: 166), siyasi yelpazenin aşırı uçlarından uzak durarak, daha merkez ve merkez sol siyaseti benimsedikleri (Nasir vd, 2021) sonuçlarına ulaşılmıştır.

5. Araştırmanın Metodolojisi

5.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın temel amacı, Z kuşağının siyasi tercihlerini belirleyen etkenlerin ortaya çıkarılmasıdır. Z kuşağı, dijital çağın içinde doğmuş, bilgiye hızlı erişen, küresel olayları yakından takip eden ve geleneksel siyasi katılım biçimlerinden farklı eğilimler gösterebilen bir jenerasyondur. Literatürde siyasi tercihi etkileyen birçok faktör yer almakla birlikte belirli bir kuşağın siyasi tercihine yön veren unsurların tespitine yönelik yapılan çalışma sayısı sınırlıdır. Özellikle küreselleşmenin de etkisiyle teknolojinin oldukça ilerlediği günümüz dünyasında Z kuşağının siyasi tercihlerine etki eden unsurlar yeteri kadar açıklanamamıştır. Bu nedenle, Z kuşağının siyasi tercihlerini belirleyen faktörlerin neler olduğu ve bu faktörlerden hangilerinin daha fazla etkili olduğunun incelenmesi hem akademik hem de pratik açıdan büyük önem taşımaktadır. Bu kapsamda araştırmada “*Z Kuşağının siyasi tercihi etkileyen faktörler nelerdir?*” sorusuna yanıt aranmıştır.

Araştırma, nicel araştırma yöntemlerinden betimleyici araştırma modeline uygun olarak yürütülmüştür. Betimleyici araştırmalar, bireylerin belirli konulara ilişkin tutum, düşünce, inanç ve özelliklerini anket veya mülakat gibi veri toplama teknikleriyle belirlemeyi amaçlamaktadır (Saruhan ve Özdemirci, 2016: 187). Bu tür araştırmalarda, olgular arasında bir neden-sonuç ilişkisi kurma amacı güdülmemekte, daha çok mevcut durumun betimlenmesi ve konunun daha iyi anlaşılması hedeflenmektedir (Arıkan, 2011: 27).

5.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Çalışmada seçkisiz örnekleme yöntemlerinden tabakalı örnekleme kullanılmıştır. Bu kapsamda evren, Bayburt Üniversitesi Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı’ndan temin edilen bilgiler ışığında Bayburt Üniversitesi’nde öğrenim gören 15229 üniversite öğrencisi olarak belirlenmiş, fakülte ve yüksekokullarda öğrenim gören öğrenci sayıları ağırlıkları oranında cinsiyet değişkeni göz önünde bulundurularak evreni temsil kabiliyetine sahip bir örneklem üzerinde araştırma yapılmıştır. Çalışma için %95 güven aralığında 378 katılımcı yeterli olmasına rağmen (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 50) örneklem hacmi arttırılarak araştırma 550 öğrenci üzerinde gerçekleştirilmiştir. Ancak, bazı katılımcıların anketleri (sorulara çift yanıt vermesi veya boş bırakması gibi nedenlerle) geçersiz sayılmış ve 510 anket analiz edilmiştir. Araştırma bulgularının %95 güven aralığında ve $\pm$ %5 örneklem hatası ile genellenebilir olduğu söylenebilir.

5.3. Veri Toplama ve Analiz Yöntemi

Araştırmanın amacına yönelik olarak Z kuşağına mensup üniversite öğrencileri üzerinde anket uygulaması yapılmıştır. Anket soruları literatürde yer alan siyasi tercihi etkileyebilecek faktörler göz önüne bulundurularak araştırmacı tarafından hazırlanmış ve uzman değerlendirmesine tabi tutulmuştur. Uzmanların geri bildirimleri dikkate alınarak ankete son şekli verilmiş ve pilot uygulamaya tabi tutulmuştur. Pilot uygulama sonrası anket formunda herhangi bir problem olmadığı görülerek örneklem üzerinde uygulamaya geçilmiştir.

Z kuşağının siyasal tercihlerine etki eden faktörlerin tespiti amacı ile hazırlanan anket formu iki bölümden oluşturulmuş, ilk bölümünde katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin sorular, ikinci bölümde ise siyasal tercihe etki etmesi muhtemel 43 ifadeye yer verilmiştir. Katılımcılara anketin ikinci bölümünde yer alan ifadelerin siyasal tercihleri üzerinde ne derece etkili oldukları sorulmuş ve 1- Hiç Etkili Değil 5- Çok Etkili şeklinde 5'li likert tipi ölçüm skalası esas alınmıştır. Araştırmada, istatistiksel analizler IBM SPSS (versiyon 26.0) kullanılarak yapılmıştır.

Çalışma için Bayburt Üniversitesi Etik Kurulunca 04.11.2024 tarih ve 290 karar sayısı ile etik ilkelere uygun olduğuna dair izin alınmıştır.

6. Bulgular

Çalışma kapsamında evrenden tabakalı örneklem yöntemi kullanılarak seçilen katılımcılara ait özellikler Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Katılımcılara Ait Demografik Özellikler

Demografik Özellikler		Frekans	Yüzde (%)	Demografik Özellikler		Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	251	49.2	Yaş	18	89	17.5
	Kadın	259	50.8		19	106	20.8
Öğrenim Düzeyi	Önlisans	205	40.2		20	113	22.2
	Lisans	305	59.8		21	86	16.9
Ailenin Aylık Ortalama Geliri	Gelir yok	30	5.9		22	61	12.0
	0 – 20 000 TL	134	26.3		23	32	6.3
	20 001 – 40 000 TL	175	34.3		24	11	2.2
	40 001 – 60 000 TL	110	21.6		25	3	0.6
	60 001 – 80 000 TL	38	7.5		26	2	0.4
	80 001 – 100 000 TL	13	2.5		27 ve Üzeri	7	1.4
	100 001 TL ve üzeri	10	2.0		Toplam	510	100

Araştırmaya katılan öğrencilerin %49.2'si erkek (251), %50.8'i (259) kadındır. Katılımcıların %40.2'si (205) önlisans ve %59.8'si (305) ise lisans öğrencisidir. Katılımcıların %5.9'u (30) ailelerin aylık geliri olmadığını belirtirken en büyük gelir grubu, 20 001–40 000 TL aralığında yer alan %34.3'lük (175) kesimdir. 0–20 000 TL gelir aralığındaki katılımcılar %26.3 (134) ile ikinci en büyük grubu oluşturmaktadır. 40 001–60 000 TL gelir aralığındaki bireyler %21.6 (110) ile üçüncü sıradadır. 60 001 TL ve üzeri aylık ortalama gelire sahip olanlar ise %12 (61) civarındadır, bu da katılımcıların büyük çoğunluğunun düşük ve orta gelir grubunda yer aldığını göstermektedir. Katılımcılar 18-27 yaş aralığındaki bireylerden oluşmaktadır. En büyük yaş grubu 20 yaşındakiler (%22.2, 113 kişi) olup, bunu 19 yaş (%20.8, 106 kişi) ve 18 yaş (%17.5, 89 kişi) takip etmektedir.

Z kuşağının siyasal tercihlerini belirlemek amacıyla yapılan anket uygulamasının ilk bölümünde öğrencilere “Siyasi kimliğinizi nasıl tanımlarsınız?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soruya verilen yanıtlar Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Siyasi Kimliği

Siyasal Kimlik	Frekans	Yüzde (%)
Milliyetçi	231	45.3
Atatürkçü	102	20.0
Muhafazakâr	46	9.0
Sosyal Demokrat	44	8.6
Dindar	28	5.5
Seküler/Laik	14	2.7
Sosyalist/Komünist	10	2.0
Liberal/Demokrat	9	1.8
Diğer	26	5.1
Toplam	510	100

Ankete katılan öğrencilerin %45.3'ü (231) kendisini Milliyetçi olarak tanımlarken, %20'si (102) Atatürkçü, %9'u (46) Muhafazakâr, %8.6'sı (44) Sosyal Demokrat, %5.5'i (28) ise Dindar olarak tanımlamaktadır. Kendini Seküler/Laik olarak tanımlayanların oranı %2.7 (14) iken, Sosyalist/Komünist olarak tanımlayanların oranı %2 (10), Liberal/Demokrat olarak tanımlayanların oranı ise %1.8 (9)'dir. Kendini diğer siyasal kimliklerle tanımlayanların oranı ise %5.1 (26)'dir.

Anketin ilk bölümünde katılımcılara “Türkiye’nin en önemli sorun nedir?” sorusu da yöneltilmiş ve alınan cevaplar Tablo 3’de sunulmuştur.

Tablo 3: Katılımcılara Göre Türkiye’nin En Önemli Sorunu

Türkiye’nin En Önemli Sorunu	Frekans	Yüzde (%)
Ekonomi	288	56.5
Adalet	100	19.6
Demokrasi	57	11.2
İşsizlik	30	5.9
Mülteciler	12	2.4
Güvenlik ve Terör	6	1.2
Eğitim	4	0.8
Dış politika	2	0.4
Tarım	2	0.4
Sağlık	1	0.2
Ulaştırma ve Altyapı	1	0.2
Diğer	7	1.4
Toplam	510	100

Katılımcıların verdikleri yanıtlara göre Türkiye’nin en önemli sorunu %56.5 (288) oran ile ekonomi olarak öne çıkmaktadır. Katılımcıların ikinci en önemli sorun olarak gördükleri konu %19.6 (100) ile Adalet olurken, bunu %11.2 (57) ile Demokrasi takip etmektedir.

Z kuşağının en belirgin özelliklerinden biri dijital çağda dünyaya gelmiş olmaları ve iletişim teknolojileri ve sosyal medya platformları ile sürekli iç içe olmalarıdır. Bu durumu tespit etmek amacıyla katılımcılara sosyal medyada geçirdikleri süre ve sosyal medyada siyasi içerik paylaşım durumları sorulmuştur. Katılımcılara ait yanıtlar Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 4: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Süresi ve Siyasi İçerik Paylaşım Durumları

Sosyal Medya Kullanımı	Frekans	Yüzde (%)
Sosyal Medya Kullanım Süresi	0-2 saat	12.0
	2-4 saat	38.4
	4-6 saat	34.9
	6 saatten fazla	14.7
Sosyal Medyada Siyasi İçerik Paylaşımı	Evet	13.9
	Hayır	86.1

Ankete katılan öğrencilerin yaklaşık yarısının (%49.6) sosyal medyada 4 saatten daha fazla zaman geçirdiği görülmektedir. Katılımcıların yalnızca %12’si sosyal medyada en fazla 2 saat zaman geçirdiğini belirtmiştir.

Sosyal medyada siyasi içerik paylaşımına ilişkin veriler incelendiğinde katılımcıların yalnızca %13.9’u sosyal medya üzerinde siyasi içerik paylaşırken, %86.1’lik büyük bir çoğunluk siyasi içerik paylaşmamaktadır. Bu veriye dayalı olarak Z kuşağının kutuplaşmadan kaçınan sessiz bir çoğunluk olduğu ve siyasete mesafeli yaklaşımları söylenebilir.

Z kuşağının siyasal tercihini belirleyen faktörlerin ortaya çıkarılması amacıyla katılımcılara seçimlerde oy verme tercihini etkileyen en önemli unsurun ne olduğu sorulmuştur. Katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 5’te gösterilmiştir.

Tablo 5: Seçimlerde Oy Verme Tercih Nedenleri

Oy Verme Tercih Nedeni	Frekans	Yüzde (%)
Partinin icraatları	159	31.2
Partinin ideolojisi	124	24.3
Ülke gündemi	85	16.7
Partinin lideri	40	7.8
Ailenin siyasi görüşü	37	7.3
Partinin vaatleri	24	4.7
Dini inanç	13	2.5
Partinin adayı	10	2.0
Etnik köken	9	1.8
Haberler	5	1.0
Toplam	510	100

Z kuşağının oy verme tercihlerinde siyasal partilerin icraatları %31.2 (159) ve ideolojisi %24.3 (124) en önemli faktörler olarak ortaya çıkmaktadır. Ülke gündemi %16.7 (85) ile üçüncü sırada yer alırken bunu siyasi partinin lideri %7.8 (40), ailenin siyasi görüşü %7.3 (37) ve siyasi partilerin vaatleri %4.7 (24) izlemektedir. Dini inanç %2.5 (13), Partinin adayı %2.0 (10), etnik köken %1.8 (9) ve haberler %1 (5) ise son sıralarda yer almaktadır. Bu sonuçlar, genç seçmenlerin pragmatik, performans odaklı ve ideolojik faktörleri tamamen dışlamayan bir yaklaşım benimsediğini ortaya koymaktadır.

Z kuşağının siyasal tercihlerini etkileyen unsurların tespit edilmesi amacıyla anketin ikinci bölümünde yöneltilen 43 ifadede yer alan benzer özellikleri ortaya çıkarmak ve değişken sayısını azaltmak amacıyla faktör analizi yapılmıştır.

Analiz aşamasında öncelikle ankette yer alan ifadelerin faktör analizine uygun olup olmadığı sınanmış KMO Katsayısı 0.869; Barlett's test değeri ise 6626.200 ($p < 0.000$) olarak bulunmuştur. Bu sonuçlara göre ankette yer alan ifadelerden faktör analizine uygun olduğu görülmüş ve faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 6'da verilmiştir.

Analiz sonucunda Z kuşağının siyasal tercihlerini etkileyen 29 ifadeden anlamlı 5 temel faktöre ulaşılmıştır. Bu faktörler, İktidar Politikaları, Medya ve Haber Kaynakları, Siyasi Partiler, Siyasal Sosyalleşme ve Değerler olarak adlandırılmıştır. Faktör analizi sonuçlarına göre ortaya çıkan yapının toplam varyansı açıklama oranı 57.843'dir. Bu hali ile ortaya çıkan 5 faktör, Z kuşağının siyasal tercihlerini etkileyen unsurların %57.843'ünü açıklamaktadır.

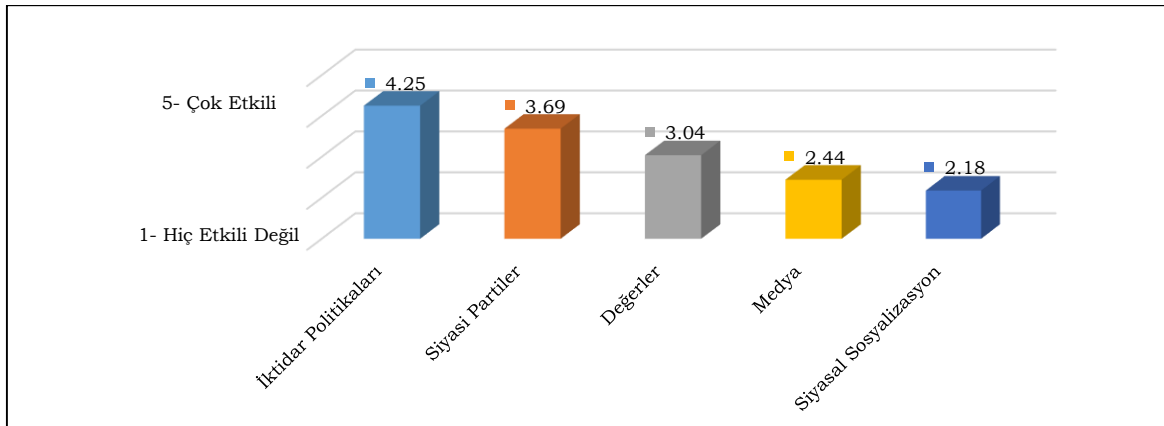
29 ifadeden oluşan 5 faktörlü yapının güvenilirliğini ölçmek için Cronbach's Alpha güvenilirlik katsayılarına bakılmış, İktidar Politikaları faktörünün Cronbach's Alpha güvenilirlik katsayısının 0.904, Medya ve Haber Kaynakları faktörünün 0.875, Siyasi Partiler faktörünün 0.822, Siyasal Sosyalleşme faktörünün 0.740, Değerler faktörünün 0.740 olduğu görülmüş ve yapı içerisinde yer alan ifadelerin güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 6: Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	İfadeler	Faktör Yükleri	Özdeğer	Cronbach's Alpha	Açıklanan Varyans (%)
İktidar Politikaları	Gençlik politikaları	0.815	6.571	0.904	15.761
	Güvenlik ve terör politikaları	0.796			
	Sağlık politikası	0.793			
	Eğitim politikası	0.787			
	Dış politika	0.764			
	Mülteci politikası	0.728			
	Ekonomi politikaları	0.722			
Medya ve Haber Kaynakları	Sosyal medya haberleri	0.842	4.563	0.875	13.161
	İnternet haberleri	0.800			
	Sosyal medya platformu	0.800			
	Gazete	0.718			
	TV programları	0.718			
	Sosyal medya içerikleri	0.680			
Siyasi Partiler	Siyasal ittifaklar	0.730	2.531	0.822	11.103
	Adaylar	0.721			
	Partilerin vaatleri	0.701			
	Partilerin icraatları	0.678			
	Partinin lideri	0.635			
	Partinin ideolojisi	0.603			
Siyasal Sosyalleşme	Arkadaş çevresi	0.774	1.642	0.740	9.635
	Yaşadığı çevre	0.756			
	Akrabalar	0.722			
	Eğitimciler	0.639			
	Rol model	0.477			
	Çekirdek aile	0.458			
Değerler	Mezhep	0.756	1.468	0.740	8.183
	Kültürel kimlik	0.747			
	Etnik kökeniniz	0.743			
	Dini inanç	0.680			
Toplam					57.843

Siyasal tercihi etkileyen faktörlerin etkileme düzeylerine yönelik öncelikle betimsel analizler yapılmıştır. Betimsel analizlerde siyasal tercih üzerinde etkili olabilecek unsurlar 1- Hiç Etkili Değil 5- Çok Etkili şeklinde 5'li likert tipi ölçüm skalası esas alınarak hesaplanmıştır.

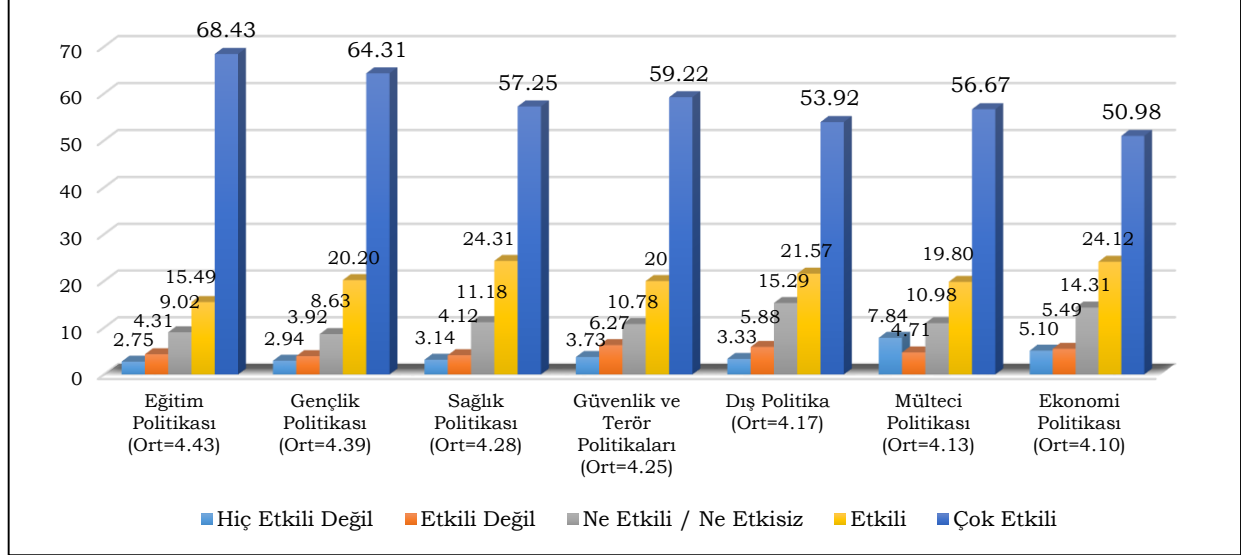
Grafik 1: Z Kuşağının Siyasal Tercihini Etkileyen Faktörlerin Etkileme Düzeyleri



Betimsel istatistik sonuçlarına göre Z kuşağının siyasal tercihlerini etkileyen en önemli faktör 4.25 ortalama ile iktidar politikalarıdır. Siyasal partiler faktörü 3.69 ortalama ile ikinci sırada yer alırken bunu değerler, medya ve siyasal sosyalizasyon faktörleri izlemektedir.

İktidar politikaları faktörü altında yer alan ifadelerle yönelik verilen yanıtlar Grafik 2’de verilmiştir.

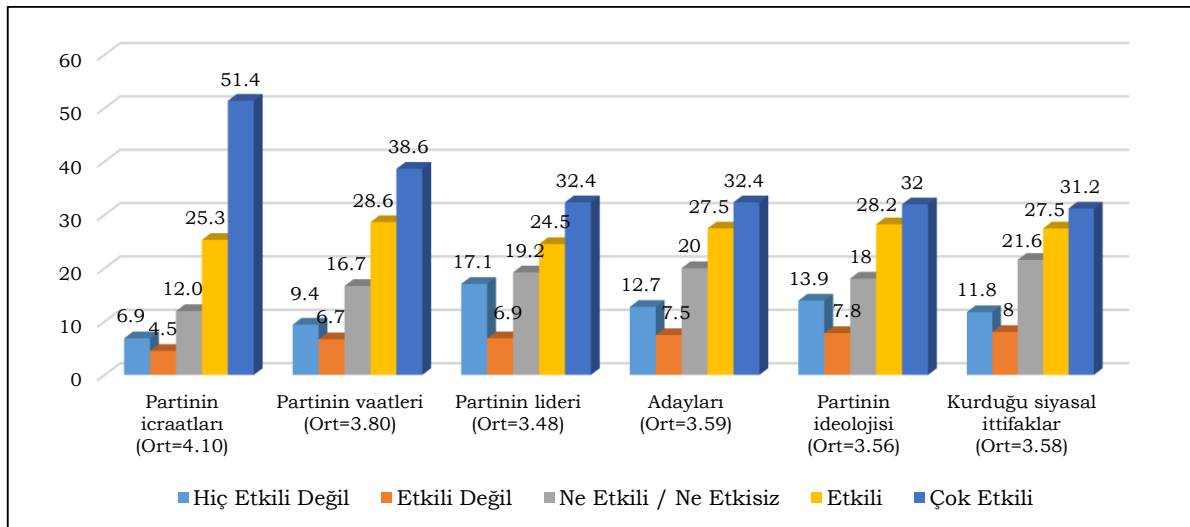
Grafik 2: İktidar Politikaları Faktörü İfadeleri Siyasal Tercih Etki Düzeyi (%)



Z kuşağının siyasal tercihlerini en çok etkileyen iktidar politika alanı eğitim politikasıdır. Katılımcıların %68.43’ü eğitim politikalarının siyasal tercihleri üzerinde “Çok Etkili” olduğunu belirtmiştir. Bunu %64.31 ile gençlik politikaları, %59.22 ile güvenlik ve terör politikaları, %57.25 ile sağlık politikası takip etmektedir. Diğer yandan mülteci politikaları (%56.67), dış politika (%53.92) ve ekonomi politikaları (%50.98) da gençlerin siyasal tercihlerini etkileyen önemli unsurlar arasında yer almıştır. Her ne kadar bu alanlar diğer politika alanlarına göre biraz daha düşük ortalama puanlara sahip olsa da katılımcıların yarısından fazlası bu politikaları siyasal tercihleri üzerinde “Etkili” ya da “Çok Etkili” olarak değerlendirmiştir.

Z kuşağının siyasal tercihlerine etki eden bir diğer faktör siyasal partilerdir. Katılımcıların siyasal partiler faktörü altında yer alan ifadelerin siyasal tercihe etki düzeyleri Grafik 3’te gösterilmiştir.

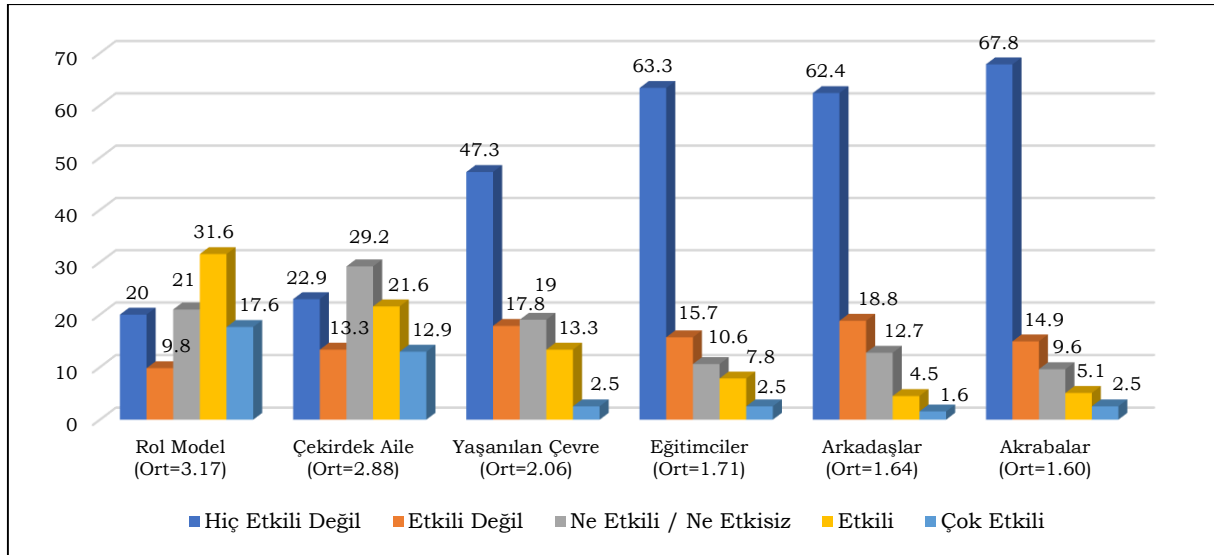
Grafik 3: Siyasal Partiler Faktörü İfadeleri Siyasal Tercih Etki Düzeyi (%)



Grafikte yer alan en dikkat çekici bulgu, Z kuşağının siyasal tercihlerinde siyasal partiler faktörü altında en etkili unsurun partilerin icraatları olduğudur. Katılımcıların %51.4'ü partilerin gerçekleştirdiği icraatları siyasal tercihleri üzerinde “Çok Etkili” bulduğunu belirtmiş, %25.3'ü ise “Etkili” yanıtını vermiştir. İkinci sırada, partilerin vaatleri yer almakta ve %38.6 oranında “Çok Etkili” olarak değerlendirilmiştir. Ancak vaatler, icraatlara kıyasla daha az etkileyici bulunmuştur. Parti adayları, partinin ideolojisi ve kurulan siyasal ittifaklar da birbirine yakın oranlarla orta düzeyde etkili bulunmuştur. Bu unsurlar da genç seçmenin karar sürecinde göz önünde bulundurduğu önemli etkenler arasında yer almakla birlikte, partinin pratik performansı kadar belirleyici değildir. Öte yandan, parti liderinin etkisi diğer faktörlere göre düşük kalmıştır. Katılımcıların %32.4'ü siyasal tercihleri üzerinde siyasal partinin liderini “Çok Etkili” bulurken, %24.5'i “Etkili” yanıtını vermiştir.

Z kuşağının siyasal tercihlerine etki eden bir başka faktör ise Siyasal Sosyalleşimdir. Katılımcıların Siyasal Sosyalleşim faktörü altında yer alan ifadelerle verdikleri yanıtlara ait siyasal tercih etki düzeyleri Grafik 4'te verilmiştir.

Grafik 4: Siyasal Sosyalleşim Faktörü İfadeleri Siyasal Tercih Etki Düzeyi (%)

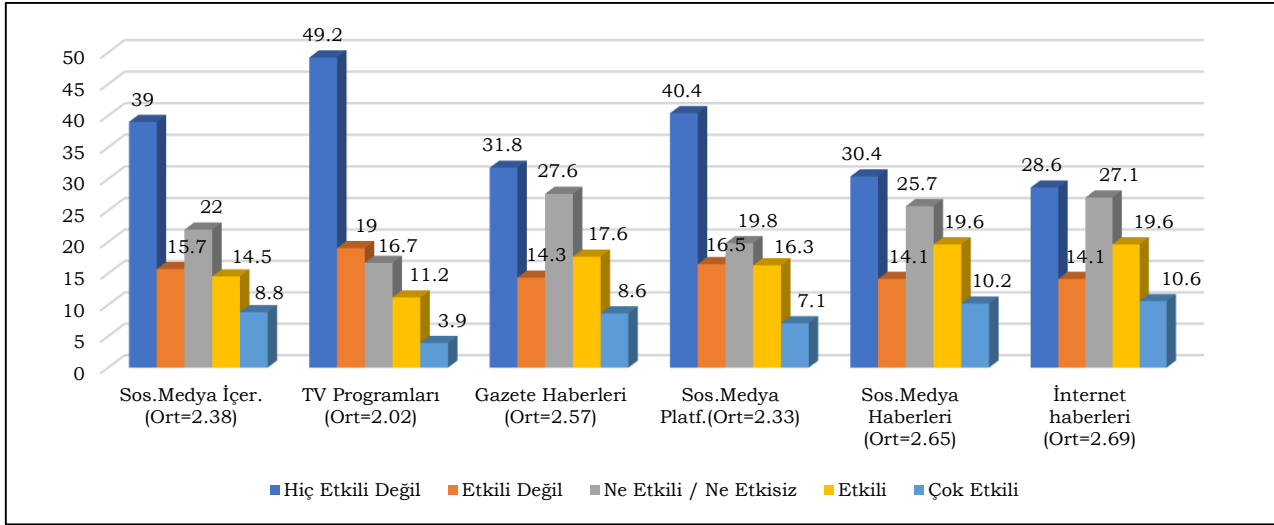


Z kuşağının siyasal tercihlerine etki eden siyasal sosyalleşim ifadelerine ilişkin yukarıda verilen grafikte, katılımcıların çevresel ve toplumsal ilişkiler ağının siyasal karar alma süreçlerine olan etkisini ortaya koymaktadır. Verilere göre, bu faktörlerin etkisi genel olarak düşük düzeydedir; özellikle eğitimciler, arkadaşlar ve akrabalar gibi çevresel unsurların etkisi oldukça sınırlı kalmıştır.

En dikkat çekici bulgu, “Akrabalar” (%67.8), “Arkadaşlar” (%62.4) ve “Eğitimciler” (%63.3) gibi sosyal çevre unsurlarının büyük çoğunluk tarafından “Hiç Etkili Değil” olarak değerlendirilmesidir. Ayrıca, “Yaşanılan Çevre” de %47.3 ile yüksek oranda “Hiç Etkili Değil” olarak belirtilmiştir. Buna karşın, “Rol Modeller” daha yüksek bir etki oranına sahiptir. Katılımcıların %31.6’sı rol modelleri “Çok Etkili” olarak değerlendirmiş, ortalama etki puanı da 3.17 ile en yüksek seviyede gerçekleşmiştir. “Çekirdek Aile” faktörü ise siyasal tercihler üzerinde orta düzeyde bir etki göstermiştir. %22.9’u aileyi “Etkili”, %13.6’sı ise “Çok Etkili” bulurken, %21.6’sı bu unsuru “Etkisiz” olarak değerlendirmiştir.

Z kuşağı, dijital çağda büyüyen bir kuşak olarak medya ve iletişim teknolojileri ile sürekli etkileşim halinde bulunmakta ve güncel olayları medya ve iletişim teknolojileri aracılığıyla takip etmektedir. Medya ve Haber Kaynakları faktörü altında yer alan ifadelerin Z kuşağının siyasal tercihleri üzerinde etki düzeyini gösteren grafik aşağıda verilmiştir.

Grafik 5: Medya ve Haber Kaynakları Faktörü İfadeleri Siyasal Tercih Etki Düzeyi (%)

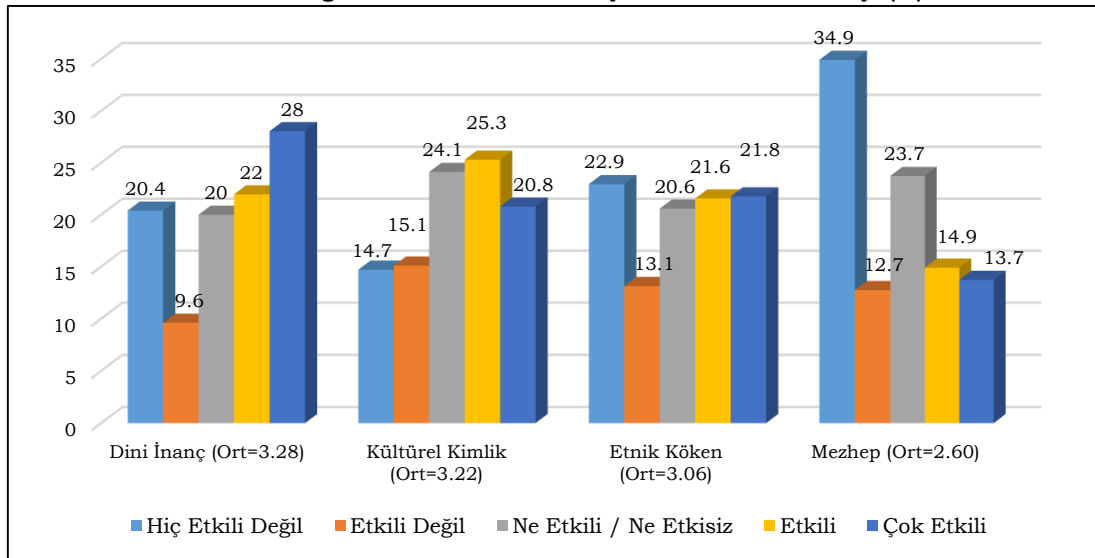


Z kuşağının siyasal tercihlerinde en az etkili bulunan medya ve haber kaynağı televizyon programlarıdır. Katılımcıların %49.2'si televizyon programlarını “Hiç etkili değil” olarak değerlendirmiş, yalnızca %3.9'u bu kaynakların “Çok etkili” olduğunu ifade etmiştir. Sosyal medya platformları ve sosyal medya içerikleri de düşük etki düzeyleriyle dikkat çekmektedir. Sosyal medya içerikleri için “Hiç etkili değil” diyenlerin oranı %39, sosyal medya platformları için ise %40.4'tür.

Buna karşılık, internet haberleri ve sosyal medya haberleri, diğer medya türlerine kıyasla Z kuşağının siyasal tercihleri üzerinde daha fazla etkiye sahip görünmektedir. İnternet haberleri için ortalama etki düzeyi 2.69, sosyal medya haberleri için ise 2.65 olarak hesaplanmıştır. Bu iki kaynakta “Etkili” ve “Çok Etkili” yanıtlarının oranı, diğer medya türlerine göre belirgin biçimde yüksektir. Gazete haberleri ise ortalama 2.57 ile orta düzeyde bir etkiye sahiptir. Her ne kadar geleneksel bir medya aracı olsa da gazeteler televizyon programlarına kıyasla Z kuşağının siyasal tercihini daha fazla etkileyen bir araç olarak görünmektedir.

Z kuşağının siyasal tercihleri üzerinde etki eden bir başka faktör değerler faktörüdür. Katılımcıların bu faktör altında yer alan ifadelerle verdikleri yanıtlar ve bu ifadelerin siyasal tercih üzerindeki etki düzeyleri Grafik 6'da yer almaktadır.

Grafik 6: Değerler Faktörü İfadeleri Siyasal Tercih Etki Düzeyi (%)



Katılımcıların %28'i siyasal tercihleri üzerinde dini inancı “*Çok etkili*”, %22'si ise “*Etkili*” olarak değerlendirmiştir. Buna karşın %20.4'ü “*Hiç etkili değil*”, %9.6'sı “*Etkili değil*” şeklinde yanıt vermiştir. Dini inanç, değerlendirilen dört ifade içinde en yüksek ortalama etkiye sahiptir. Ortalama etki düzeyi 3.28 olup dini inancın Z kuşağının siyasal tercihinde belirli bir ağırlığa sahip olduğunu göstermektedir. Kültürel kimlik ifadesi ise yüksek bir etkiye sahiptir. Katılımcıların %25.3'ü bu faktörü “*Çok etkili*”, %24.1'i “*Etkili*” olarak belirtmiştir. %15.1'i ise “*Hiç etkili değil*”, %14.7'si “*Etkili değil*” demıştır. Ortalama 3.22 ile kültürel kimlik, dini inançla benzer şekilde Z kuşağının siyasal yönelimleri üzerinde önemli bir rol oynamaktadır.

Z kuşağının siyasal tercihinde etnik kökenin etkisi daha sınırlı olmakla birlikte hâlâ belirli bir düzeyde etkili olduğu görülmektedir. Katılımcıların %21.8'i “*Çok etkili*”, %20.6'sı “*Etkili*” şeklinde yanıt verirken; %22.9'u “*Hiç etkili değil*”, %13.1'i “*Etkili değil*” yanıtını vermiştir. Mezhep değişkeni, dört ifade içerisinde en düşük ortalama etki düzeyine sahiptir. Katılımcıların %34.9'u mezhebin siyasal tercihleri üzerinde hiç etkili olmadığını, %12.7'si etkili olmadığını belirtmiştir. Buna karşılık, yalnızca %13.7'si “*Çok Etkili*”, %14.9'u ise “*Etkili*” olduğunu ifade etmiştir. 2.60 ortalama ile mezhep değişkeni, Z kuşağının siyasal tercihleri üzerindeki görece zayıf bir etkiye sahiptir.

7. Sonuç

Bu araştırma, Türkiye’de Z kuşağının siyasal tercihlerini etkileyen faktörleri bütüncül bir şekilde analiz ederek, bu kuşağın siyasal davranış kalıplarını anlamaya yönelik ampirik bir çerçeve sunmayı amaçlamıştır. Dijital çağın içinde doğan ve büyüyen bu kuşak, klasik seçmen profillerinden farklı olarak siyasal tercihlerini sadece geleneksel kimlikler üzerinden değil, güncel siyasal performanslar, değerler ve dijital medya aracılığıyla edinilen bilgiler doğrultusunda şekillendirmektedir.

Araştırma kapsamında yapılan faktör analizi neticesinde Z kuşağının siyasal tercihlerinde belirleyici olan beş ana unsur tespit edilmiştir. En yüksek etki düzeyine sahip olan unsur iktidar politikalarıdır. Özellikle eğitim, gençlik, sağlık, güvenlik ve mülteci politikaları gibi alanlarda yürütülen kamu hizmetleri, Z kuşağı tarafından siyasal değerlendirmede en önemli ölçütler olarak görülmüştür. Bu durum, genç seçmenlerin seçim tercihini yaparken ideolojik pozisyonlardan ziyade, hükümetin somut uygulamalarına ve toplumsal etkilerine odaklandığını göstermektedir. Söz konusu politikaların, doğrudan bireysel yaşam alanlarını etkileyen nitelikte olması, bu tercihi rasyonelleştiren temel nedendir. İkinci sırada yer alan siyasal partiler faktörü incelendiğinde, partilerin ideolojilerinden çok uygulamaya koydukları politikalar ve gerçekleştirdikleri somut icraatların daha etkili olduğu görülmüştür. Seçmen davranışının bu yönü, Z kuşağının performans odaklı bir siyasal değerlendirme eğiliminde olduğunu ve soyut vaatlerden ziyade gerçekleştirilmiş eylemleri önemseyişini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda siyasal partilerin genç seçmenlerle sağlıklı bir ilişki kurabilmeleri için iletişim stratejilerini ideolojik öğelerden ziyade eylem temelli bir düzleme oturtmaları gerekmektedir.

Araştırmada yer verilen bir diğer unsur olan siyasal sosyalizasyon, diğer faktörlere kıyasla daha düşük düzeyde etki göstermiştir. Aile, arkadaş çevresi, eğitimciler ve yaşanan sosyal ortam gibi geleneksel sosyalizasyon unsurlarının etkisinin sınırlı kaldığı anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, rol modellerin diğer sosyal çevre faktörlerine nazaran daha etkili olması, bireysel olarak benimsenen örnek kişiliklerin Z kuşağı nezdinde daha fazla karşılık bulduğunu göstermektedir. Bu bulgu, otorite figürlerinden ziyade ilham verici bireysel kimliklerin genç seçmenler üzerinde daha güçlü bir etkiye sahip olduğuna işaret etmektedir.

Medya ve haber kaynakları faktörü de Z kuşağının siyasal tercihlerinde etkili olmakla birlikte, bu etkinin medya türlerine göre değişkenlik gösterdiği anlaşılmaktadır. Geleneksel medya araçları, özellikle televizyon programları, genç seçmenlerin siyasal kararlarında en az etkili bulunan kaynaklar arasında yer alırken, internet haberleri ve sosyal medya üzerinden ulaşılan haber

içerikleri daha fazla etkili olmaktadır. Bu durum, Z kuşağının bilgiye erişiminde dijitalleşmenin etkisini ve klasik medyanın bu kuşak üzerindeki sınırlı etkisini göstermesi açısından önemlidir.

Son olarak, değerler faktörü kapsamında değerlendirilen dini inanç, kültürel kimlik, etnik köken ve mezhep gibi aidiyet temelli değişkenler arasında dini inanç ve kültürel kimliğin görece daha etkili olduğu; buna karşın etnik kökenin etkisinin sınırlı, mezhebin ise oldukça zayıf düzeyde olduğu anlaşılmıştır. Bu bulgu, Z kuşağının geleneksel kimlik aidiyetlerine bütünüyle sırt çevirmediğini, ancak bu unsurların siyasal kararlar üzerindeki etkisinin geçmiş kuşaklara kıyasla azaldığını ortaya koymaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde, Z kuşağı bireylerinin siyasal tercihlerinde rasyonel, pragmatik ve eleştirel bir bakış açısı geliştirdikleri; siyasal tercihlerini büyük oranda somut performans, bireysel değerlere ve dijital medya üzerinden ulaştıkları bilgiye dayandırdıkları görülmektedir. Bu neslin siyasal katılım dinamiklerini doğru şekilde anlamak, siyasal partiler ve karar alıcılar açısından da gelecekteki seçim stratejilerini şekillendirme bakımından hayati öneme sahiptir. Bu bağlamda çalışmanın bulguları, hem siyaset bilimi literatürüne katkı sunmakta hem de genç seçmen davranışlarını anlamaya yönelik yeni bir perspektif geliştirmeye imkân tanımaktadır.

Araştırma bulguları, Z kuşağının siyasal tercihlerini şekillendiren dinamiklerin çok boyutlu ve katmanlı bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bu çerçevede, siyasal aktörler ve karar alıcılar açısından hem kuramsal hem de pratik düzeyde yol gösterici olabilecek bazı politika önerileri geliştirilmeye çalışılmıştır. Z kuşağı bireylerinin siyasal tutumlarında ideolojik bağlılıklardan ziyade, hükümetlerin eğitim, sağlık, güvenlik ve gençlik gibi temel kamu politikalarındaki performansının belirleyici olduğu anlaşılmaktadır. Bu nedenle, siyasal partilerin program ve iletişim stratejilerini somut politika önerileri ve uygulama temelli söylemlerle güçlendirmeleri gerekmektedir.

Z kuşağının geleneksel medya araçlarına olan düşük ilgileri ve siyasal içeriklere erişimde dijital mecraları tercih etmeleri nedeniyle, internet ve sosyal medya platformları üzerinden sürdürülen siyasal iletişim faaliyetlerinin kapsamı artırılmalı; gençlerin ilgi ve beklentilerine uygun içerik üretimi teşvik edilmelidir. Z kuşağının siyasal sistemlere ve geleneksel otorite biçimlerine karşı eleştirel tutumu, siyasal katılımı artırmak adına daha katılımcı, gençlerin karar alma süreçlerine doğrudan dahil olduğu mekanizmaların oluşturulmasını zorunlu kılmaktadır. Bunun yanı sıra, lider odaklı siyaset anlayışından uzaklaşarak, kurumsal şeffaflık ve hesap verebilirliğe dayalı bir siyasal kültürün teşvik edilmesi, Z kuşağının siyasal sürece olan güvenini artıracaktır. Araştırma sonuçları, dini inanç ve kültürel kimlik gibi değerlerin etkisini korumakla birlikte, mezhep ve etnik köken gibi geleneksel kimlik unsurlarının etkisinin sınırlı kaldığını göstermektedir. Bu bağlamda, ayrıştırıcı kimlik siyasetinden uzak, kapsayıcı, çoğulcu ve eşitlik temelli bir siyasal söylemin benimsenmesi önem arz etmektedir. Z kuşağının bilgiye dayalı karar alma eğilimleri göz önüne alındığında, siyasal bilinçlenmeye yönelik eğitim faaliyetlerinin desteklenmesi de bir diğer öncelikli alan olarak öne çıkmaktadır. Üniversiteler ve gençlik merkezlerinde yürütülecek demokrasi ve vatandaşlık okuryazarlığına ilişkin programlar, genç bireylerin siyasal farkındalıklarını ve aktif vatandaşlık rollerini güçlendirecektir. Son olarak, bu kuşağın artan sayısal ve siyasal etkisi dikkate alınarak, seçim stratejilerinin klasik propaganda yöntemleri yerine, Z kuşağının değer ve beklentilerine duyarlı, etkileşim temelli ve katılımcı modeller doğrultusunda yeniden yapılandırılması gerekmektedir.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Bu araştırmanın hazırlanmasında herhangi bir dış destek alınmamıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı: Tek yazarlı bir çalışma olup yazarın katkı oranı %100'dür.

Çatışma Beyanı: Araştırmanın yazarı olarak herhangi bir çıkar çatışma beyanım bulunmamaktadır.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı: Bu araştırmanın her aşamasında "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi"nde belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin "Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler" başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbirisi gerçekleştirilmemiştir. Bu çalışmanın yazım sürecinde etik kurallarına uygun alıntı yapılmış ve kaynakça oluşturulmuştur. Çalışma intihal denetimine tabi tutulmuştur.

Etik Kurul İzni: Bu çalışma, Bayburt Üniversitesi Etik Kurulunca 04.11.2024 tarih ve 290 karar sayısı ile etik ilkelere uygun olduğuna karar verilmiştir.

Kaynakça

- Acar, M. ve Demir, Ö. (2005). *Sosyal Bilimler Sözlüğü*. Ankara: Adres Yayınları.
- Akgün, B. (2002). *Türkiye’de Seçmen Davranışı, Partiler Sistemi ve Siyasal Güven*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Almond, G. ve Verba, S. (1963). *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. Princeton: Princeton University Press.
- Altan, C. (2011). Eğitim-Siyasal Eğilim İlişkisi: Mersin Örneği. *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12(1), 313-329.
- Altan, C. ve Kapusızoğlu, M. (2017). Gelir Düzeyi-Siyasal Tercih İlişkisi: Mersin Örneği. *Journal of Current Researches on Business and Economics*, 7(2), 319-336
- Arıkan, R. (2011). *Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Armağan, A. (1996). Siyasal Davranışlar Üzerine Gazetelerin Etkisi, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Auslander, V. (2024). Sleepy, Spolied and Selfish? Not Really. Generation Z is Entering the World of Work and They Have Plans to Change the World. *Globes Magazine*.
- Berelson, B. R., Lazarsfeld, P. F. M. ve McPhee, W. N. (1954). *Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*. University of Chicago Press.
- Biswas, A., Ingle, N. ve Roy, M. (2014). Influence of Social Media on Voting Behavior. *Journal of Power, Politics & Governance*, 2(2), 127-155.
- Bloom, S. H. ve Price, S. D. (1975). Voter Response to Short-Run Economic Conditions: The Asymmetric Effects of Prosperity and Recession. *American political Science Review*, 69, 1240-1254.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Campridge: Harvard University Press.
- Burden, B. C. (2009). The dynamic effects of education on voter turnout. *Electoral Studies*, 28(4), 540-549.
- Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E. ve Stokes, D. E. (1980). *The American Voter*. New York: John Wiley & Sons.
- Chung, S. J. ve Kim, S. I. (2020). A Study On The User Experience Of Mobile Fintech Service In Z Generation. *Journal of Digital Convergence*, 18(1), 315- 320.
- Coşkun, B. ve Çetin, M. Ş. (2019). Yerel Seçimlerde Seçmen Davranışını Etkileyen Faktörler: Muş Örneği. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(6), 241-255.
- Çaha, Ö. (2008). *Türkiye’de Seçmen Davranışı ve Siyasi Partiler*. İstanbul: Orion Kitabevi Yayınları.
- Çaha, Ö., Toprak, M. ve Dalmış, İ. (2002). Seçmenin Parti Tercihinde Rol Oynayan Faktörler (Kırıkkale Örneği). (Der. Ömer Çaha) Seçmen Davranışı ve Siyasal Partiler (s. 116-141) içinde. İstanbul: Gendaş Yayınları.
- Damlapınar, Z. ve Balcı, Ş. (2014). *Siyasal İletişim Sürecinde Seçimler, Adaylar ve İmajlar*. Konya: Literatürk Yayınları.
- Damlapınar, Z., ve Ş. Balcı (2005). Seçmenin Zihnindeki Aday İmajını Belirleyen Etkenler: 28 Mart 2004 Yerel Seçimleri Alan Araştırması. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 4(1), 58-79.

- Deloitte. (2022). The Deloitte Global 2022 Gen Z & Millennials Survey.
- Downs, A. (1957). *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper Collins Publishers.
- Dursun, D. (2016). *Siyaset Bilimi*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Dursunoğlu, İ. (2018). *Siyasal Davranış: Göç Olgusu Üzerinden Bir Karşılaştırma*. Ankara: İmaj Yayınevi.
- Görmez, A.B. (2021). Neoliberal Özne Olarak Z Kuşağı. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (23)2, 509-530.
- Güllüpınar, H. (2010). Seçmen Tercihi Bakımından Aday İmajı: Konya 2009 Yerel Seçimleri. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Gündoğdu, S. (2021). Türkiye’de Seçimler ve Seçim Sistemleri. (Ed. İsmail Dursunoğlu), Türkiye’de Demokrasi: Süreç Yapı Tartışmalar (s. 239-270) içinde. İstanbul: Efe Akademi Yayınları.
- Hafızoğlu, Y. (2021). Z Kuşağı Seçmen Davranışları. *Eğitim ve Yeni Yaklaşımlar Dergisi*, 4(2), 141-164.
- Harrop, M. ve Miller, W.L. (1987). *Election and Voters: A Comparative Introduction*. London: The Macmillan Press.
- Heywood, A. (2014). Siyaset. 14. Baskı. (Çev. Özipek, B.B., Şahin B., Yıldız, M., Kopuzlu, Z. ve Seçilmişoğlu, A.Y.). Ankara: Liberte Yayınları.
- Inglehart, R. (1990). *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton University Press.
- Johnston, R. ve Pattie, C. (2001). Dimensions of Retrospective Voting: Economic Performance. Public Service Standards and Conservative Party Support at the 1997 British General Election. *Party Politics*, 7(4), 469-490.
- Kalender, A. (2005). *Siyasal İletişim Seçmeler ve İkna Stratejileri*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Kan, M. E. ve Mert, E. (2024). Üniversite Öğretim Elemanlarının Z Kuşağı Kavramı Algılarına Yönelik Metafor Analizi: Artvin Çoruh Üniversitesi Örneği. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 14(3), 775-800.
- Karakoç, İ. (2000). Türkiye’de Siyasal Parti Kimliği. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Kernell, G. ve Lamberson, P.J. (2023). Social networks and voter turnout. *Royal Society Open Science*, 10(10). 1-13.
- Kışlalı, A. T. (2018). *Siyaset Bilimi*. İstanbul: Kırmızıkeci Yayınları.
- Küçük, H.Ö. ve Toklu, İ.T. (2022). The Effects of Intrinsic Motivation Sources (Religiosity and Altruism) on Rational Voting Behavior and Consumer Attitude. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 44(1), 1-19.
- Lipset, S. M. (1986). *Siyasal İnsan*. (Çev. Mete Tunçay). Ankara: Teori Yayınları.
- Merrifield, J. (1993). The institutional and political factors that influence voter turnout. *Public Choice*, 77, 657-667.
- Milbrath, L.W. (1981). Political Participation. S. L. Long (Ed.), *The Handbook of Political Behavior* (s.197-240) içinde. Boston: Springer.
- Milbrath, L.W. ve Goel, M.L. (1977). *Political Participation: How and Why Do People Get Involved in Politics?* 2nd edition. Chicago: Rand McNally.

- 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.
- Nasir, S., Şahin, O., Erdem, E., ve Kır, M. (2021). *Türkiye’de Seçmenlerin Siyasi Kimlik Temelli Profil Analizi*. Ankara: Türkmen Kitabevi.
- Özbudun, E. (1975). *Türkiye’de Sosyal Değişme ve Siyasal Katılma*. Ankara: Ankara Üniversitesi Yayınları.
- Özkan, A. (2004). *Siyasal İletişim*. İstanbul: Nesil Yayınları.
- Özsoy, O. (2009). *Seçim Kazandıran Siyasal İletişim*. İstanbul: Pozitif Yayınları.
- Pacheco, J.S. (2008). Political Socialization in Context: The Effect of Political Competition on Youth Voter Turnout. *Political Behavior*, 30, 415-436
- Panwar, S., Mehta, A. (2019). Fostering Leadership in Generation Z: Onus on Whom?. The IUP. *Journal of Soft Skills*, 13(3), 65-70.
- Paskert, M. (2014). Effects of Voting Behavior and Voter Turnout. Senior Honors Projects. 44. John Carroll University Carroll Collected.
- Pekel, B., Çalışkan, F., Doğan, M., Öner, S., Kaya, T., Özyıldız, Z. ve Erbay, E. (2020). Z Kuşağı Öğrencilerinin İş Hayatı Kişilik Özelliklerinin ve İş Beklentilerinin Belirlenmesi: Ankara Üniversitesi Örneği. *Sağlık Hizmetlerinde Kuram ve Uygulama Dergisi*, 1(1), 1-9.
- Poulantzas, N. (1975). *Political Power and Social Classes*. London: Verso.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1-6. NCB University Pres.
- Priporas, C.V., Stylos, N. ve Fotiadis, A.K. (2017), Generation Z Consumers' Expectations of Interactions in Smart Retailing: A Future Agenda. *Computers in Human Behavior*, 77, 374-381.
- Saruhan, Ş. C. ve Özdemirci, A. (2016). *Bilim, Felsefe ve Metodoloji*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Schoultz, A. A. (2015). Nordic Research on Political Behaviour. *Scandinavian Political Studies*, 38(4), 342-368.
- Schwieger, D. ve Ladwig, C. (2018). Reaching And Retaining The Next Generation: Adapting To The Expectations of Gen Z in the Classroom. *Information Systems Education Journal*, 16(3), 45-54.
- Seemiller, C. ve Grace, M. (2016). *Generation Z Goes To College*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Singh, A. (2014). Challenges and Issues of Generation Z. IOSR. *Journal of Business and Management*, 7(16), 59-63.
- Şener, T. ve Çağlar, N. (2020). Genç Seçmenlerin Siyasete Olan İlgileri ve Siyasal Katılım Açısından Kümelenmeleri Üzerine Bir Araştırma. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 10(2), 514-53.
- Temel, F. (2013). Siyasal Tercihlerin Oluşum Sürecinde Kitle İletişim Araçlarının Rolü. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (29), 239-250.
- Teyyare, E. ve Avcı, M. (2016). Yerel Seçimlerde Seçmen Davranışları: 2014 Yerel Seçimleri ve Zonguldak İli Örneği. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 51-76.
- Turner-Zwinkels, F.M., Noord, J.V., Kesberg, R., Garcia-Sánchez, E., Brandt, M. J, Kuppens, T., Easterbrook, M. J., Smets L., Gorska, P., Marchlewska, M. (2023). Affective Polarization and

Political Belief Systems: The Role of Political Identity and the Content and Structure of Political Beliefs. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 51(2), 222-238.

TÜİK, (2024). Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi, 2007-2023, Erişim Adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=nufus-ve-demografi-109&dil=1>

Twenge, J. M. (2018). *i-Nesli*. İstanbul: Kaknüs Yayınları.

Uztuğ, F. (2004). *Siyasal İletişim Yönetimi: Siyasette Marka Yaratmak*. İstanbul: Mediacat Yayınları.

Verba, S., Nie, N. ve Kim, J. (1978). *Participation and Political Equality: A Seven Nation Comparison*. New York: Cambridge University Press.

Whiteley, P. F. (2022). Rational Choice Theory and Political Participation, M. Giugni and M. Grasso (Ed.) *The Oxford Handbook of Political Participation* (p.131-151) içinde. Oxford: Oxford University Press.

Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

YSK (2024). 31 Mart 2024 Mahalli İdareler Genel Seçimleri Seçim İstatistikleri Bülteni. Erişim Adresi: <https://www.ysk.gov.tr>